



O ESPÍRITO DOS DONOS

**EMPREENDEDORISMO COMO
PROJETO DE ADAPTAÇÃO
DA JUVENTUDE**

Camila Souza Betoni

The logo consists of the letters 'ED' in a bold, red, sans-serif font, centered within a white square. The square has a slight 3D effect with a grey shadow on its bottom and right sides.

ED

Copyright © 2015 Camila Souza Betoni

Capa

*Design: Tiago Roberto da Silva, sobre foto de
Walter Hahn (Dresden, fevereiro de 1945).
Acervo da Dresden Deutsche Fotothek*

Edição e editoração eletrônica
Carmen Garcez

Catálogo na fonte pela Biblioteca Universitária
da Universidade Federal de Santa Catarina

B564e Betoni, Camila Souza
 O espírito dos donos: empreendedorismo
 como projeto de adaptação da juventude / Camila
 Souza Betoni. – Florianópolis : Em Debate /
 UFSC, 2015.

264 p.: il., mapas, grafs.

Inclui bibliografia.

ISBN: 978-85-68267-10-3

1. Sociologia política. 2. Empreendedorismo.
3. Capitalismo – História e crítica. I. Título.

CDU: 316

Todos os direitos reservados a

Editoria Em Debate

Campus Universitário da UFSC – Trindade

Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Bloco anexo, sala 301 – Telefone: (48) 3721-4046

Florianópolis – SC

www.editoriaemdebate.ufsc.br / www.lastro.ufsc.br

O projeto de extensão Editoria Em Debate conta com o apoio de recursos do acordo entre Middlebury College (Vermont – USA) e UFSC.

CAMILA SOUZA BETONI

O ESPÍRITO DOS DONOS

EMPREENDEDORISMO
COMO PROJETO DE ADAPTAÇÃO
DA JUVENTUDE



UFSC

Florianópolis

2015

Às/aos jovens rebeldes de todos os tempos,
com quem lado a lado aprendi o que é a política
e descobri, em um caminho sem retorno,
sua fundamental importância para mudar a vida.

Nenhuma crítica faria sentido
se eu não soubesse que no coração de vocês
floresce um mundo completamente outro.

Exijo, por isso, uma jornada de trabalho de duração normal, e sem fazer apelo a teu coração, pois, quando se trata de dinheiro, não há lugar para a bondade. Podes ser um cidadão exemplar, talvez membro da sociedade protetora dos animais, podes estar em odor de santidade, mas o que representas diante de mim é algo que não possui entranhas. O que parece pulsar aí é meu próprio coração batendo. Exijo a jornada normal, pois exijo o valor de minha mercadoria como qualquer outro vendedor.

KARL MARX

(*O capital*, 2011, p. 263)

Não! Nunca odeie seus inimigos! Isso afeta seu raciocínio.

MICHEL CORLEONE

(*O poderoso chefão – Parte III*, 1990)

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	11
INTRODUÇÃO	15
1. EMPREENDEDORISMO: A TRAJETÓRIA DE UMA ALEGORIA.....	23
1.1 O empresário enquanto benfeitor da prosperidade coletiva	25
1.2 O empreendedor como paladino da destruição criativa	31
1.3 O empreendedorismo enquanto comportamento idôneo	37
1.4 Por uma cultura empreendedora no Brasil: Sebrae e Endevoar.....	46
1.5 O pós-capitalismo empreendedor de Drucker	57
2. CRÍTICA AO EMPREENDEDORISMO ENQUANTO IDEOLOGIA.....	65
2.1 Notas sobre o conceito de ideologia: o espectro insistente da luta de classes	67
2.2 Mudar para manter: a deriva no capitalismo flexível.....	78
2.3 Empreendedorismo como ideologia – o espírito de dono.....	94
3. MOVIMENTO JOVEM EMPREENDEDOR: O CASO DO CEJESC.....	121
3.1 O CEJESC.....	125
3.2 A juventude como categoria, alvo e potência	140
3.3 Perfil dos participantes do CEJESC	151

4. O EMPREENDEDORISMO JUVENIL	
NO CAMPO DE COMBATE.....	169
4.1 Contemplando o espelho.....	171
4.2 Fitando o mundo	196
CONSIDERAÇÕES FINAIS:	
O INTEIRAMENTE OUTRO	223
REFERÊNCIAS.....	229
LISTA DE GRÁFICOS, QUADROS E MAPAS	241
LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	243
APÊNDICES	245
Apêndice A – Questionário aplicado	245
Apêndice B – Roteiro para entrevista com a presidência do CEJESC	255
ANEXOS	257
Anexo A – Cópia do termo de autorização da publicação de dados da entrevista	257
Anexo B – Cópia do termo para uso e publicação de dados da pesquisa	258
Anexo C – Capas das revistas do CEJESC	259
Anexo D – Material para campanha do MBE nas redes sociais.....	259

APRESENTAÇÃO

Algo inusitado se anuncia quando, no início de um livro originado na sisuda academia, nos deparamos com uma parceria entre o filósofo alemão Karl Marx e o ítalo-americano chefão da máfia Michael Corleone. Inusitado, contudo, jamais uma surpresa para os que convivem com a autora, já habituados com sua capacidade de aprofundar grandes questões sem nunca abrir mão de ousadia e criatividade na investigação. A citação da figura central de *O poderoso chefão* faz menção à importância de não odiar o inimigo para não atrapalhar o raciocínio. De certa forma, é disso que o trabalho de Camila Betoni trata: conhecer os adversários.

Penso aqui adversários nos termos da “batalha de ideias” de que falava Leandro Konder – o que no espírito da crítica ideológica de inspiração em Marx vai, é claro, muito além da disputa retórica. Como diria Adorno, é uma batalha pelo real, por um mundo diferente deste modelo propagandeado como o único possível, o do capital e suas personificações. Pois é nas fileiras (metafóricas ou não) da defesa intransigente do capital que a ideologia empreendedora se põe a serviço. Mais precisamente, na luta por corações e mentes de parte da população que, a princípio, poderia, pelo vigor etário e frescor das ideias, alterar o atual (des)equilíbrio de forças pró-capital, a juventude.

Pode soar exagero tratar o discurso do empreendedorismo como um dos “inimigos”, mas não se trata somente da transformação do operário tradicional em empreendedor individual ou de programas governamentais para formalizar as relações precárias de trabalho. O caso aqui é bem outro. Uma leitura atenta do texto de Camila revela algo muito mais profundo (e perturbador) contido nessa mescla de modelo gerencial com autoajuda motivacional, a tal “atitude empreendedora”.

Muito além de um programa de racionalização administrativa, trata-se de uma “nova cultura” que se quer espalhar, uma pedagogia

– dito assim mesmo pelos ideólogos, com todas as letras – ainda mais comprometida com o individualismo egoísta e intolerante que molda, há décadas (para não dizer séculos), o hipercompetitivo sujeito moderno. É, pois, uma cultura de adaptação e conformismo, de dizer que quer mudar, inovar, quando age firmemente para manter e conservar.

Um conservadorismo dolorosamente explicitado no pedido feito aos trabalhadores para “incorporar o espírito dos donos”. Como cultura da “iniciativa e inovação”, a ideologia empreendedora nunca se pretende restrita aos empresários, ao contrário, é uma retórica carregada de ação e um alerta particularmente endereçado aos trabalhadores, pregando abertamente contra as conquistas históricas dos direitos trabalhistas, ou, na sua linguagem típica, as “âncoras que atrapalham o progresso”.

Justifica-se perfeitamente a escolha da autora por acompanhar e entrevistar os participantes do Conselho Estadual dos Jovens Empreendedores de Santa Catarina (CEJESC). É um belo achado metodológico que permite observar, nos moldes da crítica ideológica, a forma como o discurso empreendedor permeia a visão de mundo dos donos, dos filhos dos donos e, o que é preocupante, de toda uma parcela da juventude, estudantes, trabalhadores e microempresários, que identifica nesse discurso a única forma de escapar de sua condição subalterna. Esse é o público do CEJESC. Tudo sempre amparado no patrocínio das poderosas associações patronais, endossado pelo Estado e disseminado pelos serviços como o Sebrae. A fotografia desse processo é detalhadamente debatida pela autora, com uso de fartas doses de material empírico, entrevistas e depoimentos, entremeados com a necessária crítica teórica.

Aceito acriticamente pelas novas gerações, o convite à adesão da tal atitude empreendedora – quase uma intimação, diga-se – é um adeus à luta de classes. E não o bom adeus do fim das classes pela igualdade do comunismo. Esse é um convite, convém lembrar, sempre entregue em sedutoras embalagens da aparente “universalidade”, um “fique rico” acessível a todos. Um convite recoberto com as estampas chiques da retórica dos porta-vozes do mercado, os consultores, facilitadores e peritos, encarregados de dar a garantia final para um evento despoluído, higienizado da presença dos “perdedores”.

É claro que a pretensa abrangência do “para muitos” da promessa empreendedora vai se revelar, como sempre, um “para poucos”. Para bem poucos, na verdade – esses poucos que ocuparão, sorridentes, as capas de revistas do mundo empresarial, contando suas histórias de riqueza e sucesso. Tudo bem, não tem problema, o paradoxo nunca vai ser exposto. Aos muitos que não conseguirem enriquecer, basta colocar em campo uma nova versão atualizada, 2.0, da ideologia empreendedora para explicar sua incompetência em ficar rico.

Mantido o cenário de absurda desigualdade social, a ideologia empreendedora e seu aparente bom-mocismo cívico jamais vão abrir mão dos mecanismos históricos de violência e repressão contra as “classes perigosas” – os despossuídos da alma empreendedora, os desafortunados que, a despeito de todas as barreiras de classe, tentam encontrar alguma brecha para uma chance de vida digna neste mundo completamente assombrado pelos “espíritos dos donos”.

Ler este livro de Camila Betoni é entender um pouco mais como se dá esse cerco e como se garante a aceitação dos que jamais deveriam se conformar.

Giuliano Saneh

*Doutor em Sociologia Política pela
Universidade Federal de Santa Catarina*

INTRODUÇÃO

No Brasil, a defesa do empreendedorismo emerge a partir dos anos 1990. Seu conteúdo não é homogêneo, mas, em geral, porta um caráter propositivo, capaz de formular políticas públicas e gerenciais que se apresentam enquanto respostas a problemas específicos manifestos pelas dinâmicas do modo de produção do capital. Pode-se dizer que o empreendedorismo apoia-se no pressuposto geral de que o investidor privado independente é o ator social mais habilitado a mover a economia, promover o bem-estar coletivo e as grandes mudanças sociais. O empreendedorismo apresenta-se de forma singular como modelo a ser seguido por aqueles que desejam ingressar com sucesso no mercado de trabalho, como uma conduta positiva, conjunto de atribuições comportamentais que possibilita um bom desenvolvimento da carreira profissional e pessoal. A sua inserção no Brasil se deu junto a um movimento histórico de reestruturação do capitalismo, com a adoção de novas formas de controle do trabalho e modelos de produção pós-fordistas.

A condição juvenil, em seus aspectos materiais e subjetivos, parece combinar-se com o crescimento das iniciativas que promovem esse modelo enquanto projeto de vida mais adequado frente aos desafios postos pelo mundo contemporâneo. Projeto esse que não diz respeito apenas a um modelo econômico, mas também político e cultural. A articulação de algumas instituições para a propaganda e incentivo ao empreendedorismo é um fato que pode ser datado, investigado e compreendido dentro de condições históricas específicas. Da mesma forma, também podem ser pesquisadas as organizações que se voltam particularmente para a juventude, abrigando em torno de si os sujeitos que se identificam com essa proposta e passam a atuar como multiplicadores dos pressupostos que guiam o discurso pró-empreendedorismo. O presente trabalho teve por objetivo explorar o universo desses sujeitos, que se identificam e são identificados sob a consigna de *jovem empreendedor*. Isto é, analisar como se desenvolvem seus

vínculos com a proposta do empreendedorismo, o caráter social e ideológico dessa proposta, bem como os sentidos que são atribuídos por esses jovens ao empreendedorismo enquanto projeto de vida e de orientação para a sociedade.

A pesquisa foi desenvolvida junto ao Núcleo de Estudos da Juventude Contemporânea (NEJUC), associado ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina. Reconhecendo a juventude como categoria importante de análise sociológica, a sociologia da juventude cresce após os anos 1960, elegendo quase sempre como sujeito os jovens engajados com a luta política no campo da esquerda ou aqueles que se encontravam em alguma situação de conflito com a lei e com as convenções morais. São poucas as pesquisas que exploram o universo de jovens reacionários, liberais, conservadores ou, ainda, plenamente adaptados às dinâmicas do capital. O NEJUC empenhou-se em fomentar investigações que dessem conta da pluralidade da juventude, incluindo em suas pesquisas aqueles sujeitos que não se encontram em estado de conflito com o *status quo*. O estudo sobre os jovens empreendedores insere-se nesse contexto, buscando colaborar com a compreensão das dinâmicas juvenis que atuam ideologicamente como mantenedoras do sistema do capital. Tal reflexão nos parece particularmente relevante neste momento em que afloram no Brasil movimentações de rua de caráter reacionário¹.

Para estudar os jovens que se identificam como empreendedores, foi feito um campo exploratório nos eventos locais organizados e/ou voltado a esses sujeitos. A partir desse campo, formulamos a hipótese central de que o empreendedorismo se articula como um discurso ideológico que tem como alvo singular a juventude. Para indagá-la deveríamos identificar as organizações nacionais e regionais que se identificam com a proposta do empreendedorismo, debater esse conceito no campo da teoria, compreender como o campo da teoria dialoga com esses su-

¹ Fenômeno recente, durante 2014 e 2015 algumas manifestações contra o governo do Partido dos Trabalhadores (PT) e seu notório envolvimento com escândalos de corrupção têm apresentado nas ruas discursos antissocialistas e também autoritários, ao ponto de demandar a volta do regime civil-militar.

jeitos concretos e traçar um perfil socioeconômico dos mesmo. A ideia era, ao final da investigação, verificar como se processava a formação do sujeito empreendedor e como ela se articulava com a condição juvenil. Em geral, esses objetivos foram contemplados e encontram-se refletidos nas escolhas metodológicas e na própria organização do texto.

COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

A primeira fase da pesquisa consistiu em uma revisão bibliográfica que centrou-se nas publicações cujo objeto central de análise era o empreendedorismo, além da revisão de conceitos, temas e categorias centrais para pesquisa. Concomitantemente, realizamos um campo exploratório participando de eventos locais voltados à divulgação do empreendedorismo, especialmente aqueles que tinham a juventude como público-alvo. Nessa fase, dois eventos foram particularmente importantes: o I Unicongress² e o Fórum de Jovens Empreendedores³. Essa etapa da pesquisa permitiu o reconhecimento das principais instituições que promovem o empreendedorismo no estado – dentre as quais se destacaram o *Sebrae* e o *Instituto Endeavor* – e das organizações responsáveis por agregar em torno de si os jovens que se identificavam com esse projeto, sendo que a presença do *Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina (CEJESC)* mostrou-se marcante.

O CEJESC não é a única instituição que abriga de forma organizada os jovens empreendedores catarinense, mas é aquela que têm a maior capilaridade no estado, contando com núcleos em mais de 50 cidades. O CEJESC apresenta-se publicamente como o “maior movimento jovem empreendedor do país” e um dos responsáveis pela articulação da Confederação Nacional de Jovens Empreendedores (CONAJE), entidade que reúne núcleos em todo o Brasil. Entretanto, não existia nenhuma pesquisa sobre o conselho e tampouco o próprio CEJESC detinha algum conhecimento sistematizado sobre os o perfil

² Congresso Universitário de Empreendedorismo, realizado nos dias 24, 25 e 26 de maio de 2012 no Majestic Palace Hotel, em Florianópolis.

³ Organizado pela Prefeitura Municipal de Florianópolis no dia 14 de agosto de 2013, parte da programação da I Semana Municipal da Juventude.

sujeitos que faziam parte da organização. Através do campo exploratório contatamos membros da direção do CEJESC, que se mostraram prontamente interessados na realização da pesquisa.

No final de 2013, a presidência do conselho concordou em colaborar com a pesquisa por meio da distribuição de um questionário com o objetivo de levantar informações sobre os sujeitos que participavam dos núcleos municipais do CEJESC. Esse questionário, que se encontra disponível no apêndice, foi composto por 52 perguntas divididas em seis partes temáticas. As perguntas foram feitas com o objetivo de levantar dados gerais sobre o perfil socioeconômico, o perfil político e ideológico, a formação escolar, o envolvimento com o projeto do empreendedorismo e o perfil das empresas em que esses sujeitos atuavam. A última parte, referente às empresas, foi incluída pelo próprio CEJESC como condição para a aplicação dos questionários. O questionário foi aprovado pela diretoria da entidade, que comprometeu-se a incentivar que os participantes dos núcleos o respondessem. Dessa forma, o CEJESC fez uma espécie de campanha interna que tinha como meta conseguir que ao menos um membro de cada núcleo municipal respondesse. O questionário ficou disponibilizado online durante todo o mês de fevereiro de 2014 através da plataforma *SurveyMonkey*⁴, que mantém o anonimato dos respondentes e oferece recursos metodologicamente rigorosos e adequados para a pesquisa social de caráter quantitativo.

Conseguimos atingir o objetivo de que o questionário fosse respondido por ao menos um membro de cada núcleo municipal e incluímos uma pergunta (nº 34) relativa ao número de pessoas que faziam parte do núcleo de que o indivíduo participava. A partir da soma das médias simples entre os números de participantes de cada cidade, chegamos à conclusão de que hoje o CEJESC conta com aproximadamente 1.100 membros ativos. O questionário foi respondido por 617 pessoas, o que significa que se gerou uma amostra de 57,52%. Essa ampla adesão deu cabo de um volume de dados muito acima do esperado, o que forneceu um subsídio riquíssimo para a pesquisa, como veremos

⁴ Consultar site da ferramenta: <<https://pt.surveymonkey.com>>. Acesso em: ago. 2014.

ao longo da dissertação. O questionário é composto majoritariamente por perguntas objetivas, mas também algumas mistas (que incluem opções dissertativas) e poucas dissertativas.

Aos dados quantitativos extraídos do questionário foi concedido um tratamento qualitativo. Isso é, buscou-se a análise de seus conteúdos, significados atribuídos e o cotejamento com reflexões do pensamento crítico. As perguntas em formato dissertativo tiveram grande adesão dos sujeitos pesquisados e passaram por uma sistematização específica, fornecendo um material muito interessante para a investigação dos sujeitos que fazem parte do CEJESC, seus posicionamentos políticos e compreensões sobre o empreendedorismo. As respostas foram lidas e relidas exaustivamente, a fim de que, para cada questão, pudéssemos encontrar aquelas ideias que se repetiam com maior frequência e que compunham o núcleo de sentido de muitas das respostas. Uma vez definidos esses núcleos de sentido, as respostas foram, uma a uma, categorizadas dentro de indicadores (organizados através de palavras-chave), permitindo uma análise daquelas que se mostravam mais frequentes. Posteriormente, com as respostas devidamente categorizadas, procurou-se tratar os textos produzidos pelos participantes do CEJESC através da metodologia de análise de conteúdo, uma vez que essa técnica híbrida, segundo Bauer (2002), oferece uma ponte entre o formalismo estatístico e análise qualitativa de materiais empíricos. Conforme o autor, a análise de conteúdo é uma metodologia que permite reconstruir cosmovisões, atitudes ou opiniões de uma comunidade específica, sendo uma espécie de pesquisa de “opinião pública” de um grupo (Baruer, 2002, p. 193). Veremos do decorrer do texto a forma específica em que a metodologia foi aplicada, gerando ferramentas de análise adequadas e bastante satisfatórias.

Em março de 2014, a presidência do CEJESC concedeu uma entrevista que foi bastante proveitosa para sanar algumas dúvidas referentes à trajetória, organização interna e atividades que eram promovidas pelo conselho. Entretanto, essa foi a única entrevista realizada, frente à constatação de que o questionário já havia fornecido um grande volume de informações que abarcavam uma diversidade maior de sujeitos do que se alcançaria com as entrevistas individuais.

Além disso, depois que a base de dados gerada pelo questionário foi disponibilizada ao CEJESC, os canais de comunicação ficaram menos fluidos, dificultando o agendamento de novas entrevistas. As cópias dos documentos que autorizam a utilização dos dados levantados pela entrevista e pelos questionários encontram-se anexados à dissertação.

No decorrer da dissertação, os dados foram apresentados através de gráficos para facilitar a visualização das informações. Em sua maioria, os gráficos foram gerados pela plataforma *infogr.am*⁵. Essa é uma ferramenta mais comumente utilizadas por jornalistas e *designers*, porque ela oferece uma apresentação visual despojada e de fácil compreensão. Entretanto, garante-se que o *infogr.am* segue o rigor metodológico de que necessitamos, gerando gráficos tão confiáveis quanto aqueles produzidos por plataformas tradicionais. Sincronicamente à análise dos questionários, também continuamos acompanhando as atividades realizadas pelo CEJESC como parte do campo de pesquisa. A que tomou maior importância para a investigação foi o evento de comemoração dos 15 anos de existência da entidade⁶. A cerimônia contou com homenagens às pessoas que o conselho considera importantes e uma recapitulação própria sobre as atividades e eventos que seus membros consideravam como centrais. Estavam presentes, além de autoridades do governo estadual, todos os seis ex-presidentes do CEJESC, que prestaram declarações públicas sobre as percepções que tinham sobre a organização. Esses depoimentos também se constituíram como dados interessantes para a construção da análise.

ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

A dissertação está dividida em duas grandes partes compostas, cada uma, por dois capítulos. A primeira parte teve como norte edificar o empreendedorismo como um conceito, dotando-o de historicidade. A segunda parte trata-se de uma maior imersão no campo, apresentando os dados que foram coletados sobre os sujeitos que participam do

⁵ Consultar site do gerador de infográficos em <<http://infogr.am/>>. Acesso em: ago. 2014.

⁶ Realizado em 24/04/2014 na Associação Catarinense de Medicina, em Florianópolis.

CEJESC e dando à dissertação uma dimensão mais empírica.

Partimos do entendimento de que o empreendedorismo não é um conceito que pode ser extraído de forma mecânica da realidade empírica. Seu significado foi atribuído através das contribuições, dos diálogos e dos conflitos de diversos autores e instituições. Portanto, o primeiro capítulo foi dedicado à revisão de alguns autores centrais nesse debate, isso é, aqueles cuja obra serve de subsídio para a defesa contemporânea do empreendedorismo. Essa revisão passa por autores liberais da economia clássica e também pela obra de Joseph Schumpeter, sempre lembrada nas discussões teóricas sobre o tema. Também serão comentadas as contribuições da psicologia behaviorista, através de David McClelland, que foram essenciais para o *revival* do empreendedorismo nos anos 1990. Alguns dos postulados de Peter Drucker, considerado o pai da administração moderna, também foram lembrados como provedores do conteúdo hoje atribuído ao conceito. Ainda no Capítulo 1, buscamos nos discursos do Sebrae e do Instituto Endeavor, grandes responsáveis pela promoção do empreendedorismo no Brasil, os significados práticos atribuídos ao termo.

O segundo capítulo tem por objetivo compreender o empreendedorismo a partir do contexto que faz com que essa ideia ganhe maior visibilidade em um momento histórico específico. Partindo da hipótese de que o discurso em defesa do empreendedorismo para a juventude cumpre uma função inequivocamente ideológica, dedicamos a primeira parte do capítulo a esboçar um conceito de ideologia que fosse apropriado para compreender o nosso objeto de pesquisa. Os autores utilizados para essa tarefa estão majoritariamente no campo do pensamento marxista, uma vez que são os que oferecem instrumentos mais sólidos para o debate a cerca desse conceito. Posteriormente tratamos do contexto em que a propaganda pró-empreendedorismo ressurge, isso é, a década de 1990, marcada pelos processos de reestruturação produtiva e flexibilização das formas de acumulação. Na última parte do capítulo desenvolveremos a argumentação de que, dentro desse contexto específico, o empreendedorismo assume um caráter ideológico. Essa argumentação servirá de base para a sustentação da análise empírica da pesquisa.

Entrando na segunda parte da dissertação, temos um terceiro ca-

pítulo dedicado a apresentar o CEJESC. Nele encontram-se a descrição geral da organização, sua trajetória e alguns dados relativos a sua forma de organização interna, além de comentários sobre as principais atividades que são levadas a cabo pelo CEJESC. Também nesse capítulo são trazidas reflexões relativas à organização empresarial em torno do associativismo e uma discussão sobre a juventude enquanto categoria de análise e segmento portador de certa potência sociopolítica. Nos dedicaremos a debater diferentes perspectivas sociológicas a respeito das juventudes, além de alguns dados sobre a sua situação geral na década em que o empreendedorismo ascende no Brasil. Por fim, o capítulo traz os dados referentes aos membros do CEJESC, expondo um perfil básico dos indivíduos, suas características etárias, sociais, econômica etc. No final do capítulo, com base nos dados obtidos pelo questionário, temos um panorama geral de quem são esses sujeitos.

No último capítulo estamos mais centrados na análise dos dados qualitativos que foram extraídos dos questionários. Seu objetivo foi verificar as formas com que o empreendedorismo, como ideologia, se materializa nas falas dos indivíduos. Para tanto, o quarto capítulo está dividido em duas partes. A primeira investiga a autoimagem que esses sujeitos têm de si enquanto jovens empreendedores através das características que foram apontadas por eles nos questionários e devidamente categorizadas para análise. A segunda parte tem como foco a visão que esses sujeitos têm do empreendedorismo enquanto um projeto para a sociedade, bem como a suas interpretações acerca de questões que dizem respeito à vida coletiva, isto é, à política. O objetivo do capítulo, que é também uma espécie de fio condutor que guia a dissertação e nos permite chegar ao seu final, é situar o discurso do empreendedorismo juvenil em uma sociedade estruturalmente marcada por desigualdades e antagonismos.

EMPREENDEDORISMO: A TRAJETÓRIA DE UMA ALEGORIA



Tirinha por André Dahmer¹

O empreendedorismo é o que ativa e move a economia. [...] O empreendedorismo motiva, apaixona e inspira aos outros... é a democracia no seu esplendor, onde o próprio indivíduo cria suas próprias oportunidades. O empreendedorismo é criação, é renovação, é evolução (Empresário, 32 anos, questionário n. 432).

a.le.go.ri.a

*sf (gr **allegoria**)* **1** Ficção que apresenta um objeto para dar ideia de outro. **2 Gram** Processo mental que consiste em se imaginarem como seres animados as ações e qualidades. **3** Narrativa imaginária em que se personificam animais e coisas, em que cada pormenor tem um valor simbólico. **4** Figura de retórica, constante de várias metáforas consecutivas, exprimindo por alusão ideia diferente da que se enuncia. **5** Obra artística ou literária, que oferece uma coisa para sugerir outra.²

¹ Página do cartunista: <<http://www.malvados.com.br>>.

² Michaelis – *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*, 2004.

Os discursos acerca do empreendedorismo são enunciados a partir de diferentes lugares e têm se tornado cada vez mais presentes em algumas instituições e espaços coletivos. Eles ocupam não só locais de trabalho e capas de revistas populares, como também as livrarias em seções especializadas em literatura gerencial. Nessas estantes podemos ter acesso às centenas de publicações de autoajuda empresarial, manuais e biografias de empresários famosos que nos ensinam como ser, passo a passo, um “*empreendedor de sucesso*”. O empreendedorismo é também tema de programas de televisão, de *reality shows*³, de seminários e palestras, de projetos pedagógicos voltados à educação infantil, de cátedras universitárias e chega a orientar algumas políticas públicas levadas a cabo pelo Estado. Diante desse espectro amplo torna-se indispensável questionar o que é que se entende, afinal, por *empreendedorismo*. Ou ainda, quem são os sujeitos que se identificam – e podem ser identificados pelos seus pares – como *empreendedores*?

O presente capítulo tem por objetivo compreender de que forma a ideia de empreendedorismo foi sendo construída, através dos séculos 19 e 20, por alguns autores de diferentes campos do conhecimento – especialmente das Ciências Econômicas e da Psicologia. Será preciso refletir ainda sobre as formas posteriores assumidas pelo empreendedorismo nas Universidades, alinhadas a afirmação de um campo de saber próprio ligado, principalmente, aos cursos de Administração de Empresas. Esse último processo foi acompanhado pela expansão do uso do termo no final do século 20. Observaremos, a partir dos programas e organizações que surgem nesse período, como os discursos acerca do empreendedorismo tomam especial força no Brasil a partir dos anos 1990, assumindo novas leituras e características peculiares.

³ A série *O aprendiz*, produzida no Brasil pela Rede Record, teve sua décima edição em 2014. Em suma, trata-se de uma competição por uma vaga na empresa do apresentador, Roberto Justus, sócio de uma grande empresa de publicidade nacional e também do grupo inglês WPP, um dos maiores conglomerados de comunicação do mundo. Em um ambiente de constante pressão, os participantes devem cumprir tarefas empresariais que muitas vezes envolvem uma alta quantia de capital. Aos poucos, os participantes que são considerados de “baixo espírito empreendedor” são “demitidos” do programa, restando apenas um vencedor que irá, de fato, ser contratado pela empresa. O programa rendeu também um jogo de tabuleiro infantil que simulava a competição.

A ampliação do empreendedorismo não pode ser explicada de forma isolada, mas sim dentro de um contexto histórico maior de transformações na estrutura produtiva global, em que o uso polifônico do termo parece assumir intencionalidades específicas.

O empreendedorismo não é, portanto, um conceito que está dado na realidade empírica e apenas precisa ser extraído daí pelo pesquisador e sociólogo que observa com cuidado a manifestação dos fenômenos sociais. Com esse capítulo se pretende, através de uma breve revisão histórica, levantar os primeiros contornos daquilo que poderemos entender, mais tarde, como um conjunto de ideias peculiares que versam sobre o mundo e sobre as próprias relações sociais vividas nele. Ou seja, o esforço será feito no sentido de edificar nosso objeto de análise levando em consideração a sua trajetória histórica e, especialmente, a forma com que sua afirmação se dá a partir da construção de uma imagem sobre a realidade.

1.1 O EMPRESÁRIO ENQUANTO BENFEITOR DA PROSPERIDADE COLETIVA

Ainda que o termo empreendedorismo assuma significados bastante heterogêneos, pode-se dizer que as principais ideias desenvolvidas pelos seus defensores gravitam em torno do pressuposto de que o investidor privado independente é o ator social mais habilitado a mover a economia e, como que por consequência, provocar grandes mudanças sociais. Em algumas situações o termo *empreendedor* é usado como um sinônimo direto para a palavra *empresário*. Entretanto, os seus usos mais contemporâneos indicam um significado muito mais amplo, que se remete a uma ética própria, um conjunto de valores que orientam a ação na sociedade. Elaine Leite e Natália Melo (2008) lembram que o vocábulo *empreendedor* foi derivado da palavra francesa *entrepreneurs*, surgida no século 16, porém transportada ao campo da economia apenas no século 17 para indicar os sujeitos que inovavam na técnica agrícola e, posteriormente, que arriscavam seu próprio capital na nascente indústria. É no âmbito das Ciências Econômicas, e a partir de uma gênese liberal, que encontramos os autores

que fornecem os primeiros esboços daquilo que podemos entender como o sujeito e a prática empreendedora para além da ocupação de empresário. A seguir faremos uma breve revisão a cerca das reflexões expostas por alguns desses economistas.

Nos artigos que se propõem a fazer uma reconstrução histórica do termo *empreendedorismo* encontramos com alguma frequência referências à figura de Richard Cantillon (1680-1734), um economista franco irlandês que se tornou banqueiro de sucesso quando ainda jovem. Segundo o pouco que se sabe sobre a sua curiosa biografia, Cantillon teria se convertido em um milionário graças a processos altamente especulativos e um amplo endividamento de terceiros⁴. O economista teve uma única obra publicada duas décadas após o registro de sua morte, em 1755. O *Ensaio sobre a natureza do comércio em geral* foi posteriormente considerado por alguns autores como uma das mais importantes obras inauguradoras da economia moderna (Brandas, 2011). Nesse ensaio, Cantillon usou o termo *empreendedor* para referir-se aos indivíduos que se arriscavam frente às oscilações da oferta e da demanda, papel que poderia ser ocupado tanto por um empresário, quanto por um produtor de manufatura, comerciante ou agricultor (Costa; Barros; Carvalho, 2011). O que importava aqui era essencialmente a forma com que esse indivíduo se portava perante os cenários incertos do mercado capitalista ainda embrionário. A questão da *disposição para correr riscos* é, então, uma das primeiras características atribuídas a ideia do empreender e que se fará presente, como veremos adiante, em sua trajetória mais contemporânea sob de um traço de personalidade definidor do sujeito empreendedor.

O francês Jean-Batiste Say (1767-1832) exerceu grande influência na escola clássica da economia política. Tal repercussão se deve ao fato de que Say foi um dos primeiros economistas a tramar uma análise partindo de um pressuposto fundamental do liberalismo: o *equilíbrio*

⁴ O artigo de Domingos Brandas (2011) faz referência a uma obra biográfica escrita por Antoine Murphy que conta a história da morte de Cantillon, episódio controverso. Murphy apresenta uma versão onde o banqueiro teria colocado fogo em sua mansão e forjado a própria morte para escapar do assédio de seus devedores e viver uma nova vida anônima no Suriname. Aos 54 anos, Cantillon teria fugido para a América do Sul com sua fortuna e sob o nome de Chevalier de Louvigny.

de mercado. Para o autor, a chave deste equilíbrio residiria na conduta racional dos agentes em busca de seu interesse individual. O Estado deveria intervir o mínimo possível na esfera econômica, evitando e reduzindo ao máximo a cobrança de tributos que acabariam por afetar a hipotética harmonia intrínseca ao mercado. Para Say a existência dos impostos esmagava as nascentes empresas industriais que, por conta disso, só poderiam sustentar-se diminuindo os salários dos operários (Say, 1983). Como veremos mais adiante, os impostos cobrados pelo governo são hoje um dos grandes alvos de crítica das organizações pró-empresendedorismo, objeto para o qual se dirige a responsabilidade de atravancar os processos de crescimento econômico e impedir a geração de empregos e o aumento substancial dos salários. A grande preocupação que orientava a saga de Say era a questão de como fomentar a industrialização na França. Para ele, a Revolução Industrial na Inglaterra só havia sido possível graças aos esforços e audácias dos empresários ingleses, que lá encontravam condições para criar novos negócios por sua própria conta e risco.

O pressuposto do equilíbrio de mercado foi sistematizado na obra *Tratado de economia política* (1983) e ficou posteriormente conhecido como a *Lei de Say*. Segundo essa regra, os produtos se adaptariam às necessidades do mercado, as demandas dos consumidores orientariam o que deve ou não ser produzido, o empresário responderia de forma racional a essa demanda e o Estado, por sua vez, deveria manter-se a parte deste processo (Say, 1983). A Lei de Say foi posteriormente criticada e descartada por economistas de diferentes escolas – incluindo a liberal – por conta de seu simplismo otimista. Porém, independentemente da validade teórica da Lei, segundo Georges Tapinos é por essa via que Say torna-se fundador da *atitude liberal do laissez-faire*, que dá origem a essa sociedade onde o interesse privado é “*o mais hábil dos mestres*” (Tapinos, 1983 p. 30). O que desperta particular interesse na obra de Say, e que faz com que o mesmo seja resgatado no debate sobre o empreendedorismo, é o papel central que a figura do empresário, e sua busca imponente pelo lucro, cumprem dentro de um presumido equilíbrio que dispensa qualquer controle externo que não emane, exclusivamente, da vontade individual.

Para Say, o empresário era responsável por cumprir um papel de ponte entre consumidores e produtores, atuando como um administrador perspicaz a fim de organizar a economia de forma a gerar algum lucro para si mesmo. Ele era, portanto, a figura racional central do mercado, por quem todas as relações atravessavam e a quem se devia o equilíbrio. Buscando benefícios individuais e acumulando capital esses empresários estariam como que automaticamente contribuindo para o desenvolvimento e prosperidade da nação, sendo a sua forma de atuação o que garantia o equilíbrio do mercado como um todo.

Ele [o empresário] é o intermediário entre todas as classes de produtores e entre estes e os consumidores. Administra a tarefa de produção e constitui o centro de várias relações. Aproveita-se do que os outros sabem e ignoram, bem como de todas as vantagens acidentais da produção. E por isso que é nessa categoria de produtores, quando os acontecimentos favorecem suas habilidades, que se adquirem todas as grandes fortunas (Say, 1983, p. 314).

Nota-se em vários trechos do livro de Say certa preocupação em justificar moralmente a busca infundável pela acumulação que orientava as ações destes primeiros empresários industriais. Na época em que escrevia, o capitalismo nascente já mostrava seus efeitos nefastos para aqueles que não tinham alternativa de sobrevivência senão a venda de sua própria força de trabalho. Na apresentação do livro de Say, Tapinos (1983, p. 20) cita que o autor travou debates enérgicos com seu contemporâneo sueco Sismonde de Sismondi⁵, para quem o progresso

⁵ Jean-Charles-Léonard Simonde de Sismondi (1773-1842), escritor e historiador nascido em Genebra, exerceu influência no pensamento de Karl Marx. Ainda que sua obra não apontasse necessariamente para a necessidade de rompimento com o capitalismo, mas sim para uma reforma no sistema via maior intervencionismo do Estado na economia, sua influência foi grande por indicar a miséria dos trabalhadores como resultado do progresso do capital. Segundo a entrevista com a socióloga Fani Figueira (Wolfart, 2010) “Sismondi não nega o potencial revolucionário do capitalismo, sua capacidade quase ilimitada de produzir um volume de riquezas cada vez maior. Nega, no entanto, e por isso seu livro se intitula *Novos princípios de economia política*, que todas as classes se beneficiem com o aumento da riqueza. Afirma – e esta provavelmente é a ideia central de sua obra – que o aumento da

técnico não apenas estaria servindo exclusivamente o enriquecimento dos produtores, como também se sustentava no próprio processo de empobrecimento e pauperização da população de trabalhadores. Para Say o enriquecimento e a acumulação individual terminariam por favorecer o desenvolvimento coletivo, contanto que os empresários fossem capazes de empregar seu capital de maneira produtiva. A fonte de lucro não advinha da exploração da nascente classe operária, mas sim dos valores de uso atribuídos aos produtos, cuja fabricação era racionalmente administrada pelos empreendedores industriais.

Devemos, portanto, não somente encarar sem ciúmes, mas considerar como uma fonte de prosperidade geral o enriquecimento de um homem sempre que seus bens, adquiridos legitimamente, sejam empregados de maneira produtiva. [...] A faculdade de acumular capitais ou, se agora se preferir, de acumular valores é, parece-me, uma das causas da imensa superioridade do homem sobre os animais (Say, 1983 p. 121)

Do lado oposto das leituras marxistas, infere-se que na perspectiva de Say, o que nos humaniza não é o trabalho como transformação de si e da natureza, mas a aptidão de acumular capital. O que importa, nos diz Say, é aquilo que pode ser contabilizado dentro da esfera do mercado. Para Tapinos (1983) a grande mensagem de Jean-Baptiste Say era a de que não deveriam existir obstáculos insuperáveis para o enriquecimento de uma nação. O bem-estar de um país dependeria de sua população ativa, de seu progresso técnico e, principalmente, do dinamismo de seus empresários. Sendo assim, temos aqui mais um apontamento sobre o caráter do empresário que estará presente nos discursos contemporâneos sobre o empreendedorismo: empreendedor é aquele que, movido por seus interesses pessoais acaba contribuindo,

riqueza é, ao mesmo tempo, aumento da pobreza. Conclui que o capital é uma riqueza que vive daquilo que o capitalista não paga ao trabalhador. Tendo chegado a este ponto, Sismondi conclui que a atual forma econômica só pode gerar sofrimento e tormentos para a classe trabalhadora”. A entrevista, acessada em dezembro de 2013, pode ser visitada aqui: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3253&secao=331>.

quase que acidentalmente, para o desenvolvimento de toda uma comunidade. Ele é, portanto, o agente central e indispensável que, através de suas ações individuais, colabora para o “progresso” coletivo.

Praticamente um século depois, encontramos de forma mais sistematizada em Werner Sombart (1902-1946) a ideia de que o empreendedor – em contraposição ao Estado ou a sociedade – seria o sujeito diretamente responsável por organizar a vida econômica. Para Costa, Barros e Carvalho (2011) na época em que Sombart centra sua análise – o capitalismo do início do século 20 – o grande elemento econômico do sistema aparecia como sendo o empresário, cuja função consistia em unificar o capital e o trabalho, determinando a direção e o volume da produção e estabelecendo a relação entre produção e consumo. Para Sombart esse papel não poderia ser ocupado por qualquer um, mas somente por sujeitos especiais que se destacassem pela sua paixão na busca pelo lucro. O empresário – e não a classe trabalhadora – aparece em Sombart como a grande força que move o capitalismo, da qual todos os outros sujeitos e forças dependem (inclusive, o proletariado):

A “força propulsora” na economia moderna é, portanto, o empresário capitalista e só ele. Sem ele nada se faz. Ele é, portanto, a única força “produtora”, isto é a força realizadora, criadora, como se deduz imediatamente de suas funções. Todos os restantes fatores da produção, trabalho e capital, encontram-se em relação de dependência diante dele, adquirem vida apenas por sua ação criadora. Também todos os inventos técnicos conseguem se realizar graças a ele. Quando chamo de criador ao empresário quero dizer que [...] toda a atividade produtora é realizada unicamente por mediação do sujeito econômico (Sombart, 1946. v. 1, p. 29 apud López-Ruiz, 2007, p. 85).

Alemão, sociólogo e economista, Sombart compôs uma classificação que incluía os diversos “tipos” de empreendedor, abrangendo aqueles atuavam como inventores modificando os processos de produção (*captain of industry*), os empreendedores comerciantes (*business man*) e os diretamente envolvidos com o mercado financeiro (*corpo-*

ration financier). O empreendedor, não seria então um sujeito qualquer, mas um empresário dotado de certa capacidade de dinamizar o mercado. Tal tipificação, exposta no excelente trabalho de Osvaldo López-Ruiz (2007), marca uma separação teórica importante e definitiva entre as representações do empresário (empreendedor) e do portador de capital (capitalista), cisão que só foi possível graças à evolução dos sistemas de crédito e que estará presente marcando praticamente todas as posteriores definições acerca do *empreendedorismo*. Ainda que nem sempre corresponda com a realidade empírica, como veremos mais tarde essa cisão será importante para possibilitar a ideia do empreendedorismo enquanto alternativa de inserção da juventude no mercado de trabalho.

Sombart baseou boa parte de sua argumentação na biografia de grandes empresários da época: Henry Ford, Alfred Krupp, Robert Bosch, Felix Deeutsch, Werner Siemens e H. Rogers – sujeitos que deveriam servir de exemplo para toda a sociedade. Veremos ao longo da investigação como esse recurso, de recorrer a “casos de sucesso”, é importante para a construção da narrativa empreendedora. Para Sombart, era notavelmente nos Estados Unidos onde melhor se estava reconhecendo o papel central dessas personalidades na vida econômica. Em oposição a entidades supostamente mais abstratas – como o Estado, a família ou o capital – Sombart queria colocar o “homem real” empreendedor como o grande portador do espírito capitalista de sua época. Tal colocação lhe rendeu um amplo debate com seu colega sociólogo Max Weber, para quem o espírito do capitalismo deveria ser entendido como algo para além da simples busca do lucro e essencialmente como um *fenômeno de massas* (López-Ruiz, 2007, p. 95).

1.2 O EMPREENDEDOR COMO PALADINO DA DESTRUIÇÃO CRIATIVA

Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) ocupa um papel central no resgate contemporâneo do entendimento sobre o que é o empreendedorismo e qual a sua função social. A obra do economista austríaco não se preocupa em discutir a gênese histórica do capitalismo, mas

fundamentalmente as suas transformações e os fatores que fazem com que o sistema capitalista se modifique constantemente. O que afasta Schumpeter de alguns de seus pares é a afirmação de que o crescimento capitalista não caminha junto ao equilíbrio de mercado. Ao contrário, para o autor a situação de equilíbrio é – e deve ser – sempre temporária, pois o crescimento reside nas espontaneidades e perturbações provocadas no âmbito da produção. Os responsáveis por tais perturbações, centrais para o funcionamento do sistema, são chamados de *empreendedores*. À ação desses sujeitos, Schumpeter dá o nome de *inovação*. Tal nomenclatura marcará de forma definitiva as discussões sobre o empreendedorismo.

Em *Capitalismo, socialismo e democracia* (1984), publicado originalmente em 1942, Schumpeter combate a tese de que o desenvolvimento do capitalismo estaria aumentando o abismo entre as classes. Para o autor, o capitalismo está constituído de ciclos cujas aberturas estão marcadas pela introdução de novos métodos produtivos, que teriam como resultado final a produção de bens para o consumo das massas. Schumpeter via o futuro com certo otimismo, pois vislumbrava que essa constante criação de novos produtos erradicaria com as situações de miséria, elevando progressivamente o padrão de vida da humanidade como um todo (Schumpeter, 1984, p. 95). É preciso lembrar que Schumpeter está a publicar essa obra em um momento em que o modelo fordista – marcado exatamente pela produção de bens duráveis para consumo em massa – começava dar passos rumo a sua apresentação como possível resposta aos momentos de crise em diferentes países. Resposta essa que, como tantas outras, se mostraria fatalmente temporária. No entanto, na leitura de Schumpeter, as fases de crise, com seus altos índices de desemprego, não eram mais do que momentos de adaptação às novas mudanças introduzidas pelas perturbações provocadas na esfera produtiva. Por esse impacto negativo – porém teoricamente temporário – é que Schumpeter chama essas mudanças de *destruições criativas*.

Schumpeter rejeita, sob um recorte que se pretende bastante pragmático, a ideia de que a livre concorrência seja um estado permanente possível dentro da organização capitalista. Para ele, o erro dos

economistas clássicos foi construir suas análises a partir dessa situação ideal, que apresentava os cenários de monopólio como uma anormalidade. Para Schumpeter, a concorrência perfeita – pré-requisito para o equilíbrio no mercado – é que é a exceção no “mundo real” (Schumpeter, 1984, p. 106-107). Schumpeter (1984, p. 102) recorre à leitura de Karl Marx para sustentar que o sistema capitalista é um “processo evolutivo”, um sistema bastante dinâmico que está sempre se modificando. Ou seja, não há equilíbrio no capitalismo, pois o equilíbrio é contra sua própria “natureza” – o capitalismo é o estado da instabilidade declarada. Dentro dessa afirmação habita, no entanto, a preocupação schumpeteriana em construir um arcabouço teórico que concentre suas explicações estritamente no campo da economia, sem dar muita relevância às explanações que contenham fatores exógenos a ela – como elementos geográficos, históricos ou sociais:

O capitalismo, então, é, pela própria natureza, uma forma ou método de mudança econômica, e não apenas nunca está, mas nunca pode estar estacionário. E tal caráter evolutivo do processo capitalista não se deve meramente ao fato de a vida econômica acontecer em um ambiente social que muda e, por sua mudança, altera os dados da ação econômica; isso é importante e traz mudanças (guerras, revoluções e assim por diante) que frequentemente condicionam a mudança industrial, mas não são seus motores principais. Tampouco se deve esse caráter evolutivo a um aumento quase automático da população e do capital ou aos caprichos do sistema monetário, para os quais são verdadeiras exatamente as mesmas coisas. O impulso fundamental que inicia e mantém o movimento da máquina capitalista decorre dos novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados, das novas formas de organização industrial que a empresa capitalista cria (Schumpeter, 1984, p. 112).

É dentro desse entendimento que as destruições criativas na esfera produtiva e, como consequência, o cenário constante de instabilidades no mercado, tomam um papel central e dão dinamismo a todo

o sistema, tornando-se, esse próprio dinamismo a característica mais marcante do capitalismo. A frente das empresas, e responsável por essas mudanças na esfera produtiva, está a figura do empreendedor. Considerada a capacidade para criar inovações como a característica principal desse sujeito econômico, ele passa a ocupar um papel central no sistema, sendo o próprio motor que o impulsiona, que encarna essa força transformadora e se faz responsável por mover os hipotéticos ciclos dinâmicos da economia capitalista.

A capacidade para criar inovações deve ser entendida como qualquer iniciativa de mudança nas combinações do processo produtivo que seja capaz de aumentar os lucros, a eficiência e/ou a produtividade. Por inovar constantemente, o empreendedor estaria a todo o momento destruindo a ordem econômica existente, ou seja, mudando radicalmente os meios de produção e provocando choques no mercado. Isso é o que faz com que, segundo o autor, esses sujeitos sejam os próprios motores da história, pois através de suas inovações, eles se tornam os grandes responsáveis pelo desenvolvimento da sociedade. Nesse sentido, a *destruição criativa* aconteceria todas as vezes que uma inovação tornasse os antigos produtos ou formas de produção obsoletas, para Schumpeter são “processos de mutação industrial” que

Incessantemente revolucionam a estrutura econômica a partir de dentro, incessantemente destruindo a velha, incessantemente criando uma nova. Esse processo de *Destruição Criativa* é o fato essencial acerca do capitalismo. É nisso que consiste o capitalismo e é aí que têm de viver todas as empresas capitalistas (Schumpeter, 1984, p. 113).

A destruição criativa toma na obra de Schumpeter uma força tão grande que lembra as narrativas mitológicas sobre o grande *dilúvio*. Não só nos textos judaico-cristãos, o dilúvio aparece como o destino destruidor e impossível de impedir, que cobre o mundo de água e que, após sua passagem, permite a recriação das coisas a partir da sobrevivência de sujeitos preciosamente selecionados. Como afirma o autor, nenhuma empresa poderia escapar do “vento incessante da destruição

criativa” (Schumpeter, 1984, p. 113), cuja a passagem depende da adoção da concorrência como *modus operandi* da própria condição do sujeito no capitalismo, que atua não só como situação real, mas opera de forma onipresente como uma ameaça ininterrupta. Nesse sentido, ele diz que é preciso inovar para ser competitivo. A competitividade deve ser, portanto, uma das marcas centrais da atuação empreendedora. Segundo López-Ruiz (2007), Schumpeter teria elaborado essa teoria como resposta a alguns modelos analíticos clássicos (incluindo a obra de Adam Smith) que, na interpretação do austríaco, ao discorrer sobre a tendência de equilíbrio de mercado, secundarizavam as explicações relativas à origem do lucro e ao desenvolvimento do sistema para estágios de complexidade cada vez maiores, que são alcançados através dessas inovações, das novas combinações no processo produtivo.

Por “novas combinações” Schumpeter entende a tarefa de introduzir no mercado um novo bem ou uma nova qualidade de bem; de adotar um novo método de produção; de abrir um novo mercado; de conquistar novas fontes de suprimentos de matérias-primas ou de produtos semi-industrializados; ou, também, de executar uma nova forma de organização para uma indústria qualquer. Cada uma dessas atividades, ou uma combinação delas, traz mudanças fundamentais para o desenvolvimento do processo econômico (López-Ruiz, 2007, p. 118).

É preciso observar que, segundo a construção teórica de Schumpeter, um mesmo indivíduo poderia não estar atuando como empreendedor em momentos não dinâmicos de um ciclo econômico, quando suas ações se dariam basicamente enquanto um processo adaptativo. No entanto, é no momento em que esse mesmo sujeito dá “respostas” criativas inovando, que ele estaria atuando de forma empreendedora. O empreendedorismo é, então, para Schumpeter, um caráter assumido temporariamente por empresários que criam inovações e promovem *os ventos da destruição criativa*. A atitude *sui generis* de empreender não pode ser confundida com a de inventar, pois essas seriam aptidões diferenciadas. Ainda que o empreendedor possa ser também um inventor, a invenção quando não colocada em prática no mercado pode ser

completamente irrelevante do ponto de vista econômico. Por esse aspecto peculiar de “*colocar as coisas em marcha*” (Schumpeter, 1968, p. 223 apud López-Ruiz, 2007, p. 119) é que se destaca o caráter particular de liderança econômica que deve assumir o sujeito empreendedor schumpeteriano. Marival Coan (2011) afirma que para Schumpeter, a condição de empreendedor exige uma série de aptidões que não podem ser encontradas em qualquer indivíduo. Para inovar é preciso que o sujeito possua alguma forma de intuição especial, além da própria capacidade de liderança e de persuasão. Schumpeter distingue, a partir da capacidade intrínseca de inovação, o empreendedor da figura gestora da empresa. Ainda que possa também ser um empreendedor, o gerente é um sujeito ligado estritamente à gestão estática dos negócios.

Com essa distinção entre empreendedor e gerente, Schumpeter avança rumo a uma discussão marcada pelo binômio *inovação/rotina*. Como veremos adiante, essa marcação estará presente de forma definitiva nas discussões mais recentes e subjetivas sobre empreendedorismo. O empreendedor será, no entendimento das instituições que promovem o empreendedorismo, o sujeito que rompe com a rotina através da inovação, ocupará nesse discurso um papel de agente “inconformado” e “transformador”. É constante a referência à teoria schumpeteriana nas argumentações contemporâneas sobre a origem do significado do empreendedorismo. No entanto, especialmente entre aqueles que ocupam um papel notável de defensores do empreendedorismo, esse resgate é quase sempre desacompanhado da leitura mais ampla feita pelo autor sobre o funcionamento da economia e da sociedade. Leitura essa em que o autor apresenta a perspectiva de colapso inevitável do capitalismo e a possível ascensão de uma nova sociedade socialista. O que realmente é revisitado na obra de Schumpeter é a forma entusiasmada com que ele pinta a figura do empreendedor, ressignificando-o como um sujeito especial, um paladino do capitalismo, um agente enérgico que faz com que as coisas funcionem, um sujeito de ação. Em certo sentido, o empreendedor de Schumpeter é o portador do *progresso*, um sujeito que carrega consigo o sentido da racionalidade contemporânea e contra o qual não parece fazer sentido se opor.

1.3 O EMPREENDEDORISMO ENQUANTO COMPORTAMENTO IDÔNEO

Até o momento, recorremos à leitura de alguns autores que nos ajudaram a moldar uma noção inicial sobre o significado do empreendedorismo e teorias que contribuíram para o *revival* contemporâneo dessa ideia. Nessa revisão, levantamos elementos que apontassem para o que seriam as características e os papéis a serem desempenhados pelos empreendedores. Entre algumas das características listadas estão: a disposição para correr riscos no mercado, a intensa vontade de acumular capital, a capacidade de criar inovações nos processos produtivos e de persuadir terceiros, a liderança e a competitividade. Contribuir para o desenvolvimento coletivo e organizar o ambiente produtivo seriam alguns dos papéis executados por tais sujeitos. Nota-se que o empreendedor está sendo definido, quase que exclusivamente, enquanto um sujeito econômico e através das funções que ele teoricamente desempenha nessa esfera. Com o passar das décadas, os debates em torno do empreendedorismo extrapolaram o campo da economia para adentrar em outras áreas, sem as quais seria impossível que a retomada contemporânea do tema se desse com tanta força e sob os mesmos recortes que observamos hoje.

As definições mais recentes sobre o empreendedorismo fazem referência direta às análises comportamentalistas, dentre as quais a obra do psicólogo estadunidense David McClelland (1917-1998) desempenha uma importância primordial. Nesse tipo de abordagem o empreendedor não é definido unicamente pelas funções econômicas, mas fundamentalmente por suas características psicológicas. Dito de forma mais específica, a ação empreendedora no mercado, tal como descrita pelos economistas anteriormente, será agora tão somente uma consequência lógica de um perfil psicológico específico e composto por uma série de comportamentos e atitudes passíveis de serem diagnosticadas e cultivadas coletivamente.

McClelland desenvolveu uma pesquisa ampla com o objetivo de traçar uma correlação direta entre o estudo do comportamento humano e o desenvolvimento econômico e social em diferentes tempos e

sociedades. Para cumprir com essa tarefa homérica ele desenvolve um conceito chamado de “necessidade de realização”, abreviado como *n Realização* (*n Achievement*), que irá fundamentar toda sua investigação (McClelland, 1972). Recuperando as reflexões da psicanálise, McClelland parte da premissa de desconstrução da noção de que a racionalidade imperaria em todas as motivações humanas que levam às ações no mundo concreto. Para ele, a dimensão dos desejos escaparia aos economistas, mas seria parte constituinte e fundamental dos motivos responsáveis pelo desenvolvimento coletivo. McClelland tece um elogio a Freud, mas aponta que falta à psicanálise desenvolver um método que pudesse, além de identificar os motivos irracionais expressos nos sonhos e nas livres associações, medir e comparar as diferenças individuais nas motivações humanas (McClelland, 1972, p. 64). Ao decorrer de sua pesquisa, orientada e financiada pela Fundação Ford⁶,

⁶ “Mas toda a argumentação acima tende mais a explicar por que eu não poderia ter escrito este livro; ou porque eu, psicólogo acostumado a amplas generalizações sobre o comportamento humano em seus níveis mais simples, teria hesitado muito antes de aplicar a mesma abordagem a complexos fenômenos sociais. Por que, então, o escrevi? Realmente a *Fundação Ford* é, na verdade, a responsável. Não só ofereceu os recursos financeiros mas – o que é muito mais importante – *a necessária perspectiva para o empreendimento da pesquisa*. O Estatuto da Fundação Ford é, realmente, um notável documento, produzido, como o foi, por alguns dos mais eminentes homens da nossa geração. Sua premissa básica é de que a grande necessidade do nosso tempo é o aperfeiçoamento do comportamento humano.” (McClelland, prefácio do 1959, p. XII). Vale lembrar aqui o papel peculiar que a Fundação Ford desempenhou antes e durante as ditaduras civil-militares da América Latina. No livro *A Doutrina do Choque*, Naomi Klein relata o duplo papel da fundação. No período que pode ser considerado de preparação para os golpes, a Fundação Ford financiou o estudo de centenas de jovens universitários sul-americanos (principalmente chilenos) na Escola de Economia de Chicago, nos Estados Unidos. O objetivo de tais bolsas era formar jovens que atuariam posteriormente como os formuladores dos novos planos econômicos que iriam aplicar a receita neoliberal de desenvolvimento nos países latino-americanos após a desestabilização política a ser provocada pelos golpes. Ou seja, a fundação teve um papel fundamental ao financiar integralmente a formação dos economistas que trabalhariam para os ditadores na elaboração de programas que, muito provavelmente, provocariam reações populares em um contexto democrático. Esse programa de formação ocorria no mesmo período que as investigações de McClelland, também financiadas pela fundação. Pouquíssimos anos depois, a Fundação Ford seria também responsável por apoiar financeiramente alguns institutos de direitos humanos no mesmo continente. Para Klein, esse é possivelmente o motivo

McClelland argumenta que também essas motivações irracionais de realização – ligadas à dimensão do desejo individual de autossatisfação e passíveis de serem medidas através do fator *n Realização* – colaboraram para que, em diferentes sociedades, indivíduos promovessem grandes obras em favor do “progresso social”.

A partir daí a obra de McClelland expõe uma série de experimentos em que se tem por objetivo expor um contraste, em diferentes situações, entre o comportamento dos indivíduos que possuem alta e baixa quantidade de *n Realização*. O resultado de tais experimentos possibilitaria que o autor isolasse, tipificasse e categorizasse os diferentes tipos de atitudes e comportamentos que fariam parte do perfil psicológico das pessoas que possuíssem um alto *n Realização* em diferentes partes do planeta. Segundo McClelland, os indivíduos jovens estadunidenses pesquisados que possuíam elevada *n Realização*:

[...] têm melhor memória de tarefas incompletas, costumam apresentar-se mais como voluntários para experimentos psicológicos, são mais ativos em iniciativas da comunidade e da universidade, preferem escolher especialistas em vez de amigos como companheiros de trabalho, resistem melhor à pressão social, não são capazes de fornecer depoimentos precisos sobre qual seja a sua “preocupação interna” com a realização etc. (McClelland, 1972, p. 70).

Posteriormente, metodologias como a de McClelland seriam utilizadas em ambientes corporativos para redefinir as funções dos empregados segundo seus perfis comportamentais. A presença ou ausência do alto índice de *n* indicaria o tipo de tarefa em que o indivíduo teria melhor desempenho. Para o pesquisador, indivíduos com alta taxa de *n Realização* teriam piores resultados que os indivíduos de baixa *n Realização*, por exemplo, em tarefas rotineiras, onde “não se encontra presente nenhum padrão de progresso no tocante ao desem-

pelo qual, nesse período e também posteriormente, poucas organizações de direitos humanos publicavam materiais que fossem capazes de relacionar a ligação íntima entre as violações que ocorriam nos porões militares com a devastação econômica perpetrada pelo mesmo regime. (p. 148-154).

penho em si. Quer dizer, essa tarefa não pode, realmente, ser executada “melhor” – apenas mais depressa” (McClelland, 1972, p. 71). Em tarefas desse tipo as pessoas de baixa *n Realização* se saíam melhor, pois estariam motivadas por outros estímulos como o de, por exemplo, uma recompensa financeira ou sair do teste o quanto antes e ficar livre para fazer outras atividades. Já o indivíduo com alto *n Realização*, só se dedicaria sempre com muito afinco quando a atividade contivesse, para o sujeito, um significado de realização pessoal. A essa afirmação derivam-se relatos de umas tantas dezenas de experimentos com o objetivo de incluir diferentes variáveis para tipificar o comportamento dos indivíduos com diferentes níveis de *n Realização*.

É preciso, no entanto, nos atentarmos para uma questão importante. A obra de McClelland não teria tanto impacto posterior se não fosse por uma das constatações centrais do livro: a *n Realização* está presente no indivíduo, mas existem culturas que estimulam mais do que outras o desejo de realização pessoal de seus membros, produzindo um maior número de sujeitos com esse perfil psicológico específico. McClelland cita casos de culturas que considera “realizadoras” (sendo que algumas nações, como os Estados Unidos, são indicadas como portadoras de uma prática cultural que estimula o crescimento deste fator). Isso quer dizer que a *n Realização* pode ser “ensinada” e estimulada por um corpo social, pode ser assumida enquanto projeto e repassada para um coletivo de pessoas. Como exemplo, em certo momento do livro *A sociedade competitiva – realização e progresso social* (1972), McClelland cita dados de algumas pesquisas que exploraram a influência da cultura protestante na educação infantil e fizeram comparações entre crianças de outras religiões. Segundo McClelland, os dados gerados demonstram que a criação protestante proporcionava nas crianças comportamentos e atitudes típicas dos indivíduos com maior *n Realização*. Feito isso, McClelland traça paralelos com a obra de Max Weber – *A ética protestante e o espírito do capitalismo* (1999):

Por certo, a descrição que Weber nos oferece do tipo de personalidade que a Reforma protestante produziu é surpreendentemente semelhante ao retrato que fizemos de uma pessoa com um elevado motivo de realização (McClelland, 1972, p. 74).

Se em nenhum momento o autor nos dá uma definição precisa sobre o que considera ser o “progresso social” e o “desenvolvimento”, ao leitor atento e disposto a uma interpretação crítica fica bastante claro que McClelland está tratando do desenvolvimento exclusivamente a partir de uma perspectiva que não tem por intenção um horizonte de ruptura com o modo de produção capitalista, senão o contrário, sua expansão e aperfeiçoamento. Em relação ao entendimento de “progresso”, este deriva de um entendimento determinista e linear da história, em que se vislumbra um destino comum, desejável e inevitável a toda humanidade. Deixemos, no entanto, este aspecto para o próximo capítulo. O que nos importa no momento é precisamente a questão do desenvolvimento. Em certo ponto de sua obra, McClelland (1972, p. 253) levanta a seguinte questão: como testar sua hipótese de que o *n Realização* influi diretamente no rápido desenvolvimento? A resposta, para ele, encontra-se na figura do empresário.

Entrando em acordo com Schumpeter, o empresário é entendido com McClelland como o ator responsável por “botar as coisas em marcha”. Ele é o sujeito que organiza a empresa para aumentar a sua capacidade produtiva. Logo, ele formula a hipótese derivada de que uma sociedade que tenha um número elevado de *n Realização* produzirá, por consequência, um maior número de empresários ativos que, por sua vez, acelerariam o desenvolvimento econômico. Para testar essa hipótese, McClelland faz uma separação entre aquilo que entende como o *status* e o *papel* do empresário. O *status* diz respeito à posição do indivíduo na sociedade e o papel é o comportamento requerido, por definição, a um ocupante de tal status. Ou seja, o papel do empresário diz respeito aos componentes do “comportamento empresarial”, que podem ou não ser portados por pessoas que ocupam o status de empresários, bem como podem ser portados ou não por pessoas que tenham outra ocupação (*status*). Feita essa separação, McClelland lista seis comportamentos que fazem parte do papel empresarial e busca argumentar que esses são comportamentos que também fazer parte do perfil psicológico dos indivíduos com alta *n Realização*.

Em primeiro lugar, temos a *aceitação de riscos*, apontada com característica central esperada entre os sujeitos que se aventuram nas

incertezas do mercado. Não seria essa uma aceitação de riscos às cegas, mas sim pautada na autoconfiança e no discernimento. Para McClelland, em testes que envolviam um ambiente de riscos, indivíduos com alta *n Realização* se saíam muito bem, pois a sua satisfação individual aumenta quando a tarefa envolve maior grau de incertezas e desafios. Ou seja, indivíduos de alta *n Realização* se comportam exatamente da maneira esperada àqueles que desejam ser empresários de sucesso. Como parte de sua argumentação, McClelland cita um trecho da biografia de um empresário da General Motors, que em algum momento tomou uma decisão totalmente contrária ao que a conjuntura lhe recomendaria. Com isso, ele pretende sublinhar o carácter de impulso irracional de realização dos empresários e seu alto índice de autoconfiança. Para McClelland, essa autoconfiança quando feita de forma coletiva (vários empresários), pode gerar falências individuais, mas possivelmente leva ao desenvolvimento geral como saldo positivo. Chama atenção o exemplo escolhido pelo autor para ilustrar essa situação: a conquista do Oeste dos Estados Unidos, para ele obra de “milhares de pequenos empresários que, repetidamente, sobrestimaram suas probabilidades de sucesso mas que, coletivamente, conseguiram colonizar e desenvolver o Oeste” (McClelland, 1972, p. 273). Frente a outros olhares, a colonização do Oeste citada aqui poderia assumir significados bastante distantes dos apresentados pelo autor, rememorando o extermínio violento de culturas indígenas que antes ocupavam esse território no Norte (Apaches) e também as guerras ao Sul para a anexação de territórios antes mexicanos. Essas ações foram justificadas por ideias como as expressas na doutrina do Destino Manifesto⁷. Ou seja, nessa perspectiva, os pequenos empresários

⁷ O Destino Manifesto foi uma expressão bastante radical do nacionalismo estadunidense. Alguns de seus elementos podem ser observados na seguinte passagem, escrita por Ralph Waldo Emerson, filósofo e ensaísta: “Certamente, a forte raça britânica, que já conquistou grande parte desse território, deve também apoderar-se daquele pedaço [Texas], e do México e do Oregon também; e com o passar das eras, os métodos e situações segundo os quais isso foi feito será de pouca importância. Pois essa é uma questão secular [...] A América (EUA) é o último esforço da Divina Providência em favor da raça humana, um novo começo de uma civilização nova e mais avançada [...] a casa do homem, que deve se estender as ondas do Oceano Pacífico. Um Destino amigável e sublime” (apud João Feres Jr., 2004).

não adentraram as novas terras graças a sua autoconfiança, mas a um contexto expansionista que se apoiava na noção de que certo povo era portador de uma missão civilizatória concedida por Deus. Nesse ponto, fica expressa, mais uma vez, a noção de “progresso social” que foi adotada pelo autor.

A segunda característica comportamental empresarial apontada por McClelland é a *atividade instrumental vigorosa e/ou original*. Esse tópico se refere basicamente à questão da inovação (tal como trabalhada por Schumpeter) e da persistência, do “trabalho árduo” (McClelland, 1972, p. 279). O autor cita algumas pesquisas que indicam que os altos executivos dos Estados Unidos cumpriram uma jornada média semanal de 60 horas⁸. Para ele, a dedicação árdua em tarefas que envolveriam uma execução inovadora, é também característica dos indivíduos de alta *n Realização*. O mesmo acontece com a terceira característica, colocada em termos de *responsabilidade individual*, exigida pelo *status* empresarial e presente no indivíduo de alta *n Realização*, para quem o reconhecimento de suas decisões individuais, contribuindo para um desfecho bem sucedido de uma tarefa, geraria um alto grau de satisfação pessoal. A quinta e a sexta características citadas pelo autor são o *planejamento a longo prazo* e as *aptidões de organização*, respectivamente. McClelland não se alonga muito em explicar esses dois pontos, apenas cita que suas pesquisas indicam que os indivíduos com alto *n Realização* tem mais “espírito de previsão” e que essas últimas duas características acabam sendo consequência de todas as outras. Foquemo-nos aqui na quarta característica, na qual o autor dedica maior atenção.

A quarta característica é o conhecimento dos *resultados de decisões*. Para McClelland, diferentemente dos empresários, algumas pessoas preferem atuar em uma ocupação em que possam ter certeza

⁸ Nota-se aqui, novamente, um elemento de força colonialista do discurso de McClelland (1972, p. 277): “Certamente ”fazer alguma coisa” parece ser uma reação geral dos americanos quando defrontam uma dificuldade, ao passo que em outras culturas, a reação comum às tensões ou dificuldade é “ficar quieto”. Veja-se a título de contraste, o caso dos navajos”. Os Navajos são povos indígenas da América do Norte com um longo histórico de conflitos que incluem processos violentos de batalha com os colonizadores espanhóis e migrações forçadas dentro do território norte-americano.

de que, seguindo padrões e normas já estabelecidas, farão um bom trabalho. Segundo as pesquisas que apresenta, pessoas com alta *n Realização* demonstram um desempenho significativamente melhor em condições em que se tenha acesso constante a resultados que espelhem suas ações positivas, o que lhes gera satisfação pessoal. Nesse ponto, McClelland escreve um subtópico particularmente interessante intitulado *O motivo de lucro e o motivo de realização* (p. 285). Nele, argumenta-se que é um engano imaginar que grandes empresários atuam, primordialmente, pelo “motivo de lucro”, ou seja, pela busca de aumentar seu capital. A expressão, segundo o autor retirada do *Manifesto comunista* (1998)⁹, é para McClelland um simplismo tosco que já foi combatido por outros intelectuais que estudaram os “autênticos empresários do século 19” e que constataram que os mesmos estariam movidos, na verdade, muito mais por algo que se assemelha à necessidade de realização e cujo o capital é, mais que tudo, a expressão simbólica de seu sucesso. Quando o dinheiro não se realiza como símbolo medidor de um desempenho do sujeito, e apenas como simples remuneração, ele não é motivador para os indivíduos de alta *n Realização*, mas sim para os que têm baixa *n Realização*:

Aqui, finalmente, está uma prova do que economistas e outros vêm chamando, há muito tempo e tão imprecisamente, de “motivo de lucro”. Se pudermos partir do princípio, como todas as nossas provas indicam, de que os capitalistas ocidentais foram, realmente, impelidos, principalmente, pelo motivo de realização, tornar-se-á agora fácil compreender porque estavam tão interessados no dinheiro e no lucro, embora – paradoxalmente

⁹ Na edição consultada no Manifesto, não há uma referência exata a esse termo, talvez por questões de tradução. Certamente o termo não aparece como conceito formulado pelos autores. Talvez a expressão tenha sido cunhada pelo próprio McClelland a partir da leitura do seguinte trecho: “Massas de trabalhadores, compridos nas fábricas, são organizados como tropas. Como soldados do exército industrial, são colocados sob o comando de uma hierarquia perfeita de oficiais e sargentos. Não são somente escravos da classe burguesa e do Estado burguês, mas são, a todo dia e a toda hora, escravizados pela máquina, pelo supervisor e, acima de todos, pelo próprio indivíduo fabricante burguês. Quanto mais abertamente este despotismo proclama que o ganho é seu fim e a sua meta, tanto mais mesquinho, tanto mais odioso e tanto mais amargo ele se torna” (p. 21).

– não por um ou outro em si mesmos. O dinheiro era, para eles, a medida do êxito. Dava-lhes um conhecimento concreto do resultado de seus esforços, que sua motivação exigia. [...] Quantos litros de tinta e resmas de papel poderiam ter sido poupados se os teóricos políticos e econômicos tivessem compreendido mais cedo essa distinção! (McClelland, 1972, p. 289).

Nas breves páginas que discorre sobre a questão, McClelland busca isolar o “motivo de lucro” como uma característica comportamental, algo apresentado por aqueles que gastaram “litros de tinta e resmas de papel” como uma característica meramente psicológica de um indivíduo em sua busca pelo pote de ouro. Ou seja, McClelland descarta a questão da busca pelo lucro, mas o faz separando-a de sua condição histórica e seu conteúdo material, isolando-a de uma explicação ampla que não repousa exclusivamente no indivíduo, mas na própria estrutura econômica e social. Essa não é uma escolha que faz apenas ao tratar de tal ideia, mas uma operação que está presente durante toda a obra e que, ao centrar-se no comportamento dos indivíduos, dedica pouca atenção aos aspectos materiais da realidade, marcados no seu momento histórico pela questão insistente da divisão de classes. Assim, o resultado do sucesso de grandes empresários não aparece apoiado, em nenhum momento, pela exploração do ambiente e do trabalho alheio, mas apenas pelas características comportamentais que fazem esses sujeitos desbravarem novos territórios produtivos por um ímpeto de autorrealização. Nesse sentido, tal caráter subjetivista opera de forma a naturalizar a ordem e servirá de subsídio para que o discurso sobre o empreendedorismo opere de forma ideológica.

Resta-nos ainda fazer mais uma anotação relativa à pesquisa desenvolvida por McClelland. A operação metodológica que separa o papel do status empresarial implica no posterior entendimento de que, mesmo não operando enquanto empresário, um indivíduo com alta *n Realização* pode agir de forma empresarial quando atuante em outras atividades – inclusive quando é empregado de uma empresa (que depois se convencionou na literatura gerencial como *intraempreendedor*) ou quando está desenvolvendo alguma atividade fora da esfera econômica:

McClelland mantém a noção de Schumpeter que o empreendedor é responsável pelo desenvolvimento econômico (embora não defina o que entende por isso), mas critica os economistas por eles não terem separado o *status* de empreendedor de seu papel efetivo. O *status* se refere à posição na sociedade enquanto que o papel é o comportamento real daquele que adquire o *status*. O empreendedor com tal *status* pode não demonstrar ter o comportamento empreendedor. Assim, este termo aparece como um qualificativo para um tipo de ação. Para McClelland todas as atividades humanas, não só as atividades econômicas, podem ser realizadas de modo empreendedor (“*entrepreneurial way*”) (Melo, 2008 p. 75).

Observamos aqui uma combinação interpretativa peculiar entre variáveis econômicas e características psicológicas. A partir das pesquisas de McClelland passa-se a elaborar uma série de programas internacionais de formação que terão por objetivo central estimular o “espírito empreendedor” em diferentes países, com atenção especial aos periféricos. Como veremos a seguir, a entrada de um desses programas no Brasil através do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) é um marco para a expansão do discurso empreendedor no país. Identificar e catalogar os comportamentos individuais que fazem parte do perfil psicológico de empresários de sucesso e divulgá-los ao público como “casos de sucesso”, será também uma tarefa comum no universo mais recente de pesquisa e estímulo ao empreendedorismo.

1.4 POR UMA CULTURA EMPREENDEDORA NO BRASIL: SEBRAE E ENDEVOAR

Construir significados para o empreendedorismo não é uma tarefa exclusiva dos teóricos e pesquisadores. Algumas instituições, principalmente a partir dos anos 1990, criaram uma série de programas com o objetivo de fomentar a formação de empreendedores. Para entender a ideia do empreendedorismo é preciso, por tanto, atentar para essa movimentação. Com esse objetivo, vamos dedicar este tópico a ana-

lisar a entrada do empreendedorismo no Brasil através de sua adoção nos programas do Sebrae, órgão central para a difusão dessas ideias no país. Para tal, utilizarei primordialmente a dissertação de mestrado de Natália Máximo Melo – *Sebrae e empreendedorismo, origem e desenvolvimento* (2008), além das informações disponibilizadas pelos próprios materiais da instituição. Também nos debruçaremos brevemente na criação da Endeavor, uma organização internacional cuja sede no Brasil têm sido uma das grandes responsáveis pela difusão do discurso empreendedor.

No início da década de 1980, as pesquisas de David McClelland chamaram atenção da Organização das Nações Unidas (ONU). Segundo Melo (2008) anteriormente, através de linhas de crédito e outras propostas, a ONU já vinha buscando criar políticas de incentivo a criação de empresas fundamentadas em estudos que procuraram analisar o crescimento de pequenos negócios estadunidenses no período de crise pós-1973¹⁰. Em 1982 a ONU contatou a MSI (Management Systems International) e a McBer Company – empresas norte-americanas fundadas por McClelland que ofereciam capacitações baseadas em sua teoria sobre o fator *n Realização* – para elaborar uma pesquisa internacional sobre os comportamentos que levavam empresas ao sucesso, uma continuidade dos estudos que McClelland já vinha elaborando anteriormente. Os resultados foram base para o desenvolvimento de um programa de capacitação empresarial testado pela primeira vez em um *workshop* realizado em 1985 na Inglaterra.

Tal como relata Melo (2008), esse Workshop foi assistido por representantes de mais de 20 países – incluindo Índia, Equador, Filipinas, Malásia e Quênia – que voltariam para suas localidades como replicadores do evento. Nesse primeiro encontro foram apresentadas aos futuros treinadores 20 características do comportamento empreendedor acompanhadas de demonstrações de práticas pedagógicas que

¹⁰ Nesse debate, um dos autores mais lembrados é David Birch, que levantou dados sobre contratações e demissões entre 1969 e 1976 e concluiu que as pequenas empresas tinham gerado grande parte dos empregos no momento de recessão econômica. Depois disso se seguiram uma série de estudos com o objetivo de indicar a criação de negócios como alternativa de emprego em tempo de crise.

visavam seu estímulo. Em processo de teste, a metodologia foi ministrada a 505 pessoas de 18 países diferentes entre os anos de 1986 e 1989. Na América Latina, o primeiro país a adotar o programa foi a Argentina, em 1988, sob o nome de Empretec (uma soma de empreendedorismo e tecnologia). Em nível internacional o Empretec é coordenado pela Divisão de Investimento, Tecnologia e Desenvolvimento Empresarial que é parte da ONU pela United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). Segundo Melo (2008), a UNCTAD foi criada em 1964 para promover a integração dos países periféricos na economia mundial e, pelos dados fornecidos por essa organização, estima-se que o Empretec tenha recebido ao menos US\$ 35,3 milhões entre 1989 e 1999 de governos locais e doadores multilaterais. No *site* internacional do Empretec é possível consultar a lista dos países que hoje oferecem o programa; todos eles fazem parte da periferia global do capitalismo¹¹.

No Brasil, o Empretec passou a ser desenvolvido pelo Sebrae em 1993. Desde sua criação, em 1972, até 1990 o então chamado Centro Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Cebrae) foi vinculado ao Ministério do Planejamento e, posteriormente, ao Ministério da Indústria e Comércio. O Cebrae tinha como função, principalmente, orientar pequenos empresários sobre os programas de crédito oferecidos por bancos. Em 1990, o órgão foi transformado em um serviço social autônomo, passando a fazer parte do chamado *Sistema S*, ao lado de outras organizações como o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (Senai), o Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio (Senac) e o Serviço Social do Comércio (Sesc). Melo (2008) relata que encontrou muitas dificuldades em sua pesquisa para obter dados referentes ao funcionamento interno do Sebrae, em especial no que tange a seu financiamento. Em seu estatuto, o Sebrae se denomina hoje como o maior fórum brasileiro de debate entre o governo e a iniciativa

¹¹ Abrigam o Empretec: Angola, Argentina, Benin, Botsuana, Brasil, Chile, Colômbia, República Dominicana, El Salvador, Etiópia, Gana, Guatemala, Guiana, Índia, Jordânia, Maurícia, México, Marrocos, Moçambique, Nigéria, Território Ocupado da Palestina, Panamá, Paraguai, Peru, Romênia, Senegal, África do Sul, Uganda, Uruguai, Venezuela, Zimbábue. Lista disponível em: <http://www.unctadxi.org/Templates/OrganizationalProfile_____7370.aspx>. Acesso em: out. 2013.

privada que tem por objetivo, basicamente, apoiar a atuação das micro e pequenas empresas brasileiras¹². Seu conselho deliberativo conta majoritariamente com a participação de entidades patronais (como a Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil – CACB – e a Confederação Nacional da Indústria – CNI), abrigando também alguns órgãos públicos (como o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – e a Caixa Econômica Federal). O financiamento do Sistema S advém principalmente de uma contribuição que é descontada da folha de pagamento dos trabalhadores empregados pelas empresas que fazem parte das categorias ligadas ao sistema e repassada pela Receita Federal¹³. No caso do Sebrae, o estatuto também prevê a possibilidade de arrecadação através da prestação de serviços, como consultorias, pesquisas de mercado e o próprio Empretec. O Estado também possui vínculos financeiros com o Sebrae a partir do financiamento de projetos específicos. No entanto, por ser um órgão autônomo, o Sebrae não é obrigado a prestar contas ao público.

O Empretec, no Brasil, é implementado por mais de 500 unidades do Sebrae espalhadas pelo país. Ele pode se apresentar em diversos formatos, como o de desenvolvimento de pacotes gerenciais ou de consultorias em empresas. No entanto, o formato crucial do Empretec é o do Seminário de Treinamento, componente comum do programa em diversos países. Este seminário tem por objetivo promover mudanças comportamentais em seus participantes, estimulando nos mesmos

¹² Segundo o estatuto disponível no *site* do Sebrae e acessado em dezembro de 2014: “Art. 5º – O Sebrae tem por objetivo fomentar o desenvolvimento sustentável, a competitividade e o aperfeiçoamento técnico das microempresas e das empresas de pequeno porte industriais, comerciais, agrícolas e de serviços, notadamente nos campos da economia, administração, finanças e legislação; da facilitação do acesso ao crédito; da capitalização e fortalecimento do mercado secundário de títulos de capitalização daquelas empresas; da ciência, tecnologia e meio ambiente; da capacitação gerencial e da assistência social, em consonância com as políticas nacionais de desenvolvimento”.

¹³ Segundo Melo (2008), em 1998 o Sebrae recebeu R\$ 571.921.000,00 advindos dessa forma de arrecadação, o que corresponderia a 23% de todo o montante arrecadado por todo o Sistema S naquele ano. O tema da arrecadação do Sistema S gera muitas polêmicas no âmbito jurídico e político. Para uma síntese do debate, consultar Carvalho e Palma, 2012.

o desenvolvimento das características que são entendidas como parte do perfil psicológico do empreendedor. Segundo um vídeo oficial de apresentação do programa¹⁴, a novidade do Empretec residiria em abordar a gestão a partir da perspectiva da mudança nas atitudes dos empresários – e não da economia. Atualmente, o *site* do Empretec¹⁵ brasileiro lista dez dessas características como metas do seminário, sendo nítido, como se observa no Quadro 1, o paralelo entre elas e aquelas catalogadas por David McClelland.

Quadro 1 – A influência de McClelland no Empretec

David McClelland – A sociedade competitiva: realização e progresso social <i>Comportamentos do papel empresarial que coincidem com o comportamento dos que têm alta n Realização.</i>	SEBRAE – EMPRETEC “São 60h de capacitação em 6 dias de imersão onde o participante é desafiado em atividades práticas, cientificamente fundamentadas que apontam como um empreendedor de sucesso age, tendo como base 10 características comportamentais” [*]
Aceitação moderada de riscos	Correr riscos calculados Independência e autoconfiança
Atividade instrumental vigorosa e/ou original	Busca de oportunidade e iniciativa Persistência Exigência de qualidade e eficiência Persuasão e rede de contatos
Responsabilidade Individual	Comprometimento
Conhecimento dos resultados das decisões Dinheiro como medida dos resultados	Planejamento e monitoramento sistemáticos
Precisão de possibilidades futuras	Estabelecimento de metas
Aptidões de organização	Busca de informações

* Texto básico de apresentação do Empretec. Disponível em: <<http://www.sebraemais.com.br/solucoes/empretec#sthash.BPe3QsF9.dpuf>>. Acesso em: out. 2013.

Fonte: Elaboração da autora.

¹⁴ Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=CzmrTrONyCc>. Acesso em: out. 2013,

¹⁵ *Site* oficial do Empretec no Brasil, acessado em outubro de 2013: <<http://www.sebraemais.com.br/solucoes/empretec>>.

Funcionários do Sebrae costumam promover palestras de sensibilização com o objetivo de angariar novos candidatos para próximas edições do programa. Natália Melo (2008) teve acesso a um desses eventos e descreve que, segundo a explicação do instrutor do Sebrae, a cada dia do Seminário é dado aos participantes, divididos em grupos, um desafio a ser realizado. Todos recebem as mesmas condições em materiais, informação e tempo de realização para as tarefas e, ao final, cada um apresenta o resultado de sua empresa fictícia frente ao desafio. Logo, os instrutores do Empretec buscam analisar com os participantes porque alguns tiveram resultados melhores do que outros, procurando identificar quais os comportamentos empreendedores estariam presentes nos indivíduos e grupos que se saíram bem e quais estavam faltando naqueles que apresentaram piores resultados. Este processo, segundo o palestrante observado por Melo (2008, p. 104), serviria para evitar um suposto hábito diagnosticado pelo Empretec que faz com que as pessoas pensem que seus problemas são externos, que a culpa de seus fracassos reside no mercado ou no governo, sendo fundamental a percepção de que a fonte dos problemas se encontra no próprio indivíduo e na maneira como se comporta.

Observando o material de divulgação do Empretec, nota-se que a ONU e as pesquisas de McClelland são sempre citadas como forma de dar legitimidade ao programa. Não há no *site* nacional do Sebrae nenhum indicativo objetivo sobre o critério de quem pode participar dos Seminários, apenas cita-se que ele é indicado para pessoas que querem abrir sua própria empresa ou aqueles que já são empresários e que desejam tornar seu negócio mais “agressivo” no mercado. No entanto, em *sites* locais há registros de que para se candidatar a participante do Empretec é preciso primeiro preencher um formulário onde já são feitas algumas perguntas que parecem ter por objetivo avaliar se o candidato possui algumas das características empreendedoras de acordo com a própria referência do Sebrae¹⁶. A partir desse formulário alguns são chamados para uma entrevista que funciona como uma

¹⁶ Como exemplo, ver o formulário do Empretec do Espírito Santo, acessado em dezembro de 2013. Disponível em <http://empretec-sebraees.com.br/documentos/ficha_de_inscricao_empretec.doc>.

nova etapa de seleção para o seminário. Segundo Melo (2008), o custo do treinamento de cada participante está entre US\$ 800,00 a US\$ 2.700. No Brasil o preço a ser desembolsado varia conforme a região, mas parece girar em torno de R\$ 550,00 a R\$ 1.200, 00. Segundo o próprio programa, o Empretec brasileiro já foi aplicado em cerca de 190 mil pessoas desde sua criação, atingindo em torno de 10 mil participantes a cada ano. Aqueles que já fizeram parte do Seminário são denominados pelo Sebrae como *empretecos*. Para esse público são organizados com frequência encontros locais, nacionais e até alguns internacionais. É curioso notar que, uma vez selecionado para participar do Seminário, o participante deve assinar um documento onde se compromete, sob penas legais, a não divulgar qualquer conteúdo relativo ao curso e, por isso, é bastante complicado ter acesso ao conteúdo concreto dos seminários. De toda forma, observa-se que a adoção do programa da ONU no Brasil, por vias de uma organização que atua como articulação de grandes ramos do setor privado, tem uma importância notável na definição do que pode ser chamado de empreendedorismo. É a partir de sua adoção que o Sebrae pôde apresentar ao público uma noção sobre o empreendedorismo que sofre influência direta do autores anteriormente citados:

O Empretec tem papel central nas atividades do Sebrae. O Programa é um dos seus produtos mais importantes. Outros cursos do Sebrae são moldados a partir do mesmo conteúdo deste, por exemplo, Saber Empreender (curso *online*), Aprender a Empreender (tele sala), além das cartilhas e outras publicações que frequentemente têm em sua introdução uma exposição das 10 características do empreendedor, as mesmas do Empretec. Estes produtos são variações do mesmo conteúdo do Empretec, porém, para públicos diferenciados. Pode-se dizer que, com a introdução do Empretec em seus programas, o Sebrae consegue certa homogeneização da noção de empreendedorismo, o que possivelmente foi importante para criar uma crença comum no interior da organização, diminuindo as disputas por definições de conceitos (Melo, 2008, p. 99).

O objetivo do Empretec é alcançar uma mudança cultural e econômica através de mudanças no comportamento dos indivíduos. Para isso, o Sebrae não só desenvolve, como apoia iniciativas de fomento ao empreendedorismo destinadas aos mais diferentes públicos, embrenhando-se inclusive na esfera da educação formal em busca dos atores que nem sequer tiveram seu primeiro contato com o mercado de trabalho. É notável a presença do Sebrae como apoiador de grande parte das iniciativas nomeadas pelo termo empreendedorismo que, seguindo o movimento dessa instituição, irrompem durante e após a década de 1990. No final desse período é fundada outra organização muito presente nos eventos voltados ao empreendedorismo: o *Instituto Empreender Endeavor Brasil*. Criado na Argentina pela estadunidense Linda Rottenberd, o Endeavor se define como uma organização sem fins lucrativos que tem por objetivo fortalecer a cultura empreendedora em países em desenvolvimento. No Brasil, ele foi fundado em 2000 com a tutela de Carlos Alberto Sicupira e Jorge Paulo Lemann, sócios de grandes empresas multinacionais e, respectivamente, o sétimo e o primeiro na lista dos homens mais ricos do país¹⁷. Segundo uma declaração de Rottenberd¹⁸, a instituição se sustenta a partir de doações de grandes empresas, sendo que no *site* aparecem como *Parceiros do Endeavor*, além do próprio Sebrae, corporações como a Dell e a Natura e instituições financeiras como o Itaú, o Santander e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

O que difere a Endeavor do Sebrae é que seu discurso não se legitima a partir da defesa dos micro e pequenos empresários. O foco do Endeavor é o que ela mesma chama de “empreendedores de alto impacto”, que são indivíduos que comandam empresas que movimen-

¹⁷ Segundo o portal da Forbes, Lemann é o homem mais rico no Brasil e o 30º do mundo, com uma fortuna avaliada em US\$ 21.4 bilhões. Carlos Alberto Sucupira ocupa a 7ª posição no ranking brasileiro e é o 149º mais rico do mundo, com uma fortuna avaliada em US\$ 9,7 bilhões. Os dois têm alguns negócios em conjunto, como o caso da Anheuser-Busch InBev, maior cervejaria do mundo. O relatório 2014 completo da Forbes pode ser consultado em www.forbes.com/billionaires, acessado em março de 2014.

¹⁸ No vídeo “Day1 da Endeavor: Louca é elogio” disponível em <http://www.endeavor.org.br/artigos/start-up/aprendendo-a-ser-empresario/day1-linda-rottenberg-louca-elogio> e acessado em outubro de 2013.

tam um alto montante de capital. O Endeavor atua identificando sujeitos que possuem empresas com alto potencial de crescimento rápido e coloca-os em contato com grandes empresários já consolidados no mercado, além de consultores, investidores e advogados corporativos. A instituição apresenta como justificativa de suas ações o entendimento de que os grandes investimentos são responsáveis pelo desenvolvimento de um país e pela eliminação da pobreza. Sem citar fontes, o *site* apresenta o dado de que no Brasil apenas 1,5% das empresas são responsáveis pela geração de 50% dos novos postos de emprego¹⁹. Publicada nessa mesma página, uma citação de Thomas Friedman, editorialista do jornal *The New York Times*, afirma que o “Endeavor é o melhor programa de combate à pobreza que existe”. Seguindo o entendimento de autores anteriormente discutidos, o Endeavor propaga certa noção de “benfeitoria involuntária”. Para o instituto, um país com mais empreendedores de alto impacto torna-se automaticamente um país melhor para toda a população e, por isso, a maioria de suas sedes se encontram em países periféricos – sendo que a última filial foi aberta na Grécia em plena crise profunda²⁰. A definição de empreendedor defendida pela Endeavor é semelhante as apresentadas anteriormente, mas ainda mais subjetiva do que as de McClelland e o Empretec. Para a instituição, os empreendedores de alto impacto possuem as seguintes características:

Sonham grande: Têm ambição e capacidade de enxergar longe.

Têm brilho no olho: Têm paixão pelo que fazem e, por isso, fazem sempre mais e melhor.

Inovam: Sabem que para se diferenciar não adianta fazer igual ao concorrente.

Botam pra fazer: Têm capacidade de executar com excelência.

¹⁹ Dado divulgado em <www.endeavor.org.br/institucional/endeavor/nossa-causa>. Acesso em: out. 2013.

²⁰ Sedes oficiais do Instituto Endeavor: EUA (sede global), México, Colômbia, Brasil, Chile, Argentina, Uruguai, Jordânia, Grécia, Turquia, Arábia Saudita, Líbano, Indonésia, Dubai, Singapura, Egito, África do Sul.

São éticos: Fazem com transparência, gestão e profissionalismo.

Revolucionam indústrias e o meio em que atuam, geram renda e oportunidade de trabalho, proporcionam mobilidade social, inspiram as próximas gerações de empreendedores de alto impacto.²¹

Aparece aqui um novo elemento que ainda não havíamos citado: os empreendedores *têm paixão pelo que fazem*. Do *what you love*, ou simplesmente *faça o que você ama*, virou o mantra sagrado onipresente nos eventos e materiais contemporâneos sobre o tema. Tido como referência no mundo dos empreendedores, Steve Jobs, bilionário falecido em 2011, foi grande difusor desta ideia de que a ligação do trabalho com o prazer deveria ser o elemento indispensável e definitivo para o sucesso no mundo dos negócios e a realização pessoal. A sua biografia, bem como a de outros empresários, é frequentemente repassada ao público como uma estratégia didática de incentivar o “espírito empreendedor” nos mais novos. A esse tipo de metodologia é dado o nome de *case de sucesso*, um momento em que empresários já consolidados no mercado apresentam ao grande público sua história pessoal. Os cases fazem parte da programação de praticamente todo evento voltado ao empreendedorismo, sendo compostos normalmente por uma história bastante linear em que o personagem narra seus episódios heroicos de superação no mundo dos negócios, onde cada acontecimento entra na narrativa com a função de produzir um sentido mais amplo de que o personagem “mereceu” ocupar seu lugar no mercado. A história é contada como forma de aconselhamento, pois o personagem vai narrando seus acertos e erros de forma a ilustrar ao público que atitudes seriam recomendadas para aqueles que querem se sair bem no mercado. Por meio dessas histórias, as características do empreendedor tomam corpo de forma a coletivizar uma experiência pessoal.

Os *cases de sucesso* não ocorrem somente de forma presencial, eles também são repassados ao público sob a forma de literatura ge-

²¹ Texto *Nossa Causa* da Endeavor, disponível em: <www.endeavor.org.br/institucional/endeavor/nossa-cao>. Acesso em: out. 2013.

rencial, por via de um gênero conhecido como *light business* (Leite; Melo, 2008) que mescla teorias administrativas com narrativas de personagens. A divulgação de *cases* é também um dos focos principais de atuação do Endeavor no Brasil. Segundo a instituição, promover *cases de sucesso* na mídia é uma forma de influenciar a sociedade para que ela seja mais empreendedora. No *site* do Endeavor estão várias séries de vídeos produzidos pela instituição com esse objetivo. Na série *Day 1*, por exemplo, algumas personalidades são convidados a contar a história do início de sua carreira nos negócios. Desenvolvidas quase que como uma fábula, a lição que tais narrativas trazem é a de que o sujeito superou muitas barreiras para ocupar, de forma legítima, o seu espaço no mercado e na sociedade, que é localizado entre os milionários. Alguns dos convidados a gravarem o *Day 1* da Endeavor foram Luciano Huck, Luiza Helena Trajano e Alexandre Costa. A divulgação dos *cases* é considerado pelo Endeavor como parte de seus programas educacionais, que incluem também o oferecimento de cursos à distância pagos, a promoção de eventos e a capacitação de universitários. O programa *Bota para Fazer* tem por objetivo habilitar instituições para o ensino do empreendedorismo e conta com vínculos de vários institutos públicos de Santa Catarina, como a UFSC, a UDESC e o IFSC. Não nos alongaremos aqui sobre a promoção do que se conhece como *pedagogia empreendedora*, que tem por objetivo transportar valores e práticas empreendedoras para a esfera do ensino formal. Outros trabalhos se focam exclusivamente nesse tema, sendo suficiente por agora destacar que tanto o Sebrae quanto o Endeavor são promotores desses projetos que tem por objetivo reformar o sentido da educação formal e atingir, principalmente, o público jovem.

O Endeavor é também a responsável pela promoção no Brasil da *Semana Global do Empreendedorismo*, criada em 2007 pela fundação europeia Kauffman e autoproclamada como o maior movimento mundial pró-empreendedorismo²². Durante uma semana no mês de novembro acontecem atividades sobre empreendedorismo em vários lugares, sendo que em 2012 o evento atingiu 130 países. Fazem parte da organização do evento no Brasil o Sebrae, a *Confederação Nacional de Jo-*

²² Ver mais no *site* do evento: <www.semanaglobal.org.br>. Acesso em: mar. 2014.

vens Empresários (CONAJE – instituição nacional cujo representante estadual será estudado no terceiro e quarto capítulos), a *Brasil Júnior* (Confederação Brasileira de Empresas Juniores), a *Aliança Empreendedora*, a *Artemisia*, a *Ashoka* e a *Junior Achievement*, além do próprio Endeavor. Praticamente todas essas instituições surgiram ou passaram a adotar o tema do empreendedorismo após o ano de 1990.

1.5 O PÓS-CAPITALISMO EMPREENDEDOR DE DRUCKER

Subsidiado pelas contribuições da Economia e da Psicologia, no atual momento é na Administração que, indubitavelmente, o tema do empreendedorismo encontra-se mais presente. No ensino e pesquisa dessa área o empreendedorismo se afirma também enquanto campo de conhecimento, tornando-se praticamente uma disciplina de presença obrigatória em parte dos cursos. Segundo Costa (2010) a partir dos anos 1970 as universidades estadunidenses começaram a promover cursos sobre empreendedorismo, mas só na década seguinte ocorre uma efetiva expansão do tema no país. Os anos de 1980 foram marcados por um grande divisor de águas na Administração no que se refere a passagem do seu ensino tradicional – voltado à atuação em grandes empresas – para o ingresso definitivo das disciplinas de empreendedorismo, com foco na criação de novas empresas e na prática da reorganização dos processos produtivos – já denominada como *inovação* por Schumpeter (Guimarães, 2002, p. 6 apud Costa, 2010, p. 49).

No caso do Brasil, a expansão da temática do empreendedorismo nas universidades aconteceu nos anos 1990 acompanhando o movimento de ampliação da oferta de cursos de graduação em Administração. Segundo o Conselho Federal de Administração, nos anos 1980 existiam cerca de 305 cursos na área. Na década seguinte esse número aumenta para 823, chegando a soma de 1.462 em 2000. Segundo Saraiva (2007, p. 42), em 2009 18,5% do total de matrículas na educação superior correspondiam a área de Administração. Para a autora, a expansão do curso não está relacionada apenas a ascensão de certo *glamour* ligado à figura dos homens e mulheres de negócios e a ampliação do próprio ensino superior no Brasil, mas especialmente

às altas taxas de retorno associadas ao baixo custo operacional desse curso em particular. Para Melo (2008, p. 92) outro fator importante é o crescimento, nesse mesmo período, das parcerias entre universidades e empresas. No caso de Santa Catarina, a pesquisa de Marcarini (2003) aponta que mais de 70% dos institutos de ensino superior pesquisados enfocam o empreendedorismo em seus currículos como eixo temático ou transversal. A Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD) possui ao menos três *Temas de Interesse* ligados diretamente à temática do empreendedorismo que orientam a publicação de pesquisas e artigos produzidos na área. Fato é que os cursos de Administração se tornaram um dos grandes difusores e produtores do discurso de incentivo ao empreendedorismo no Brasil e, portanto, é necessário dedicar alguma atenção aos seus teóricos.

Como não há condições de analisar aqui a diversidade de autores na Administração, nos concentraremos no pensamento de Peter Ferdinand Drucker (1909-2005). Escolhemos este autor porque, além de um grande difusor da temática do empreendedorismo, ele é considerado como o pai da Administração moderna. Para ele, a inovação seria a ferramenta própria do administrador, passível de ser aprendida e ensinada. A Administração não seria apenas uma nova disciplina ou ciência emergente, mas sim uma tecnologia social responsável pela promoção da “sociedade empreendedora” (Drucker, 2003, p. 20). Criando novas organizações, investindo em pequenos negócios e inovando sistematicamente, a Administração seria a tecnologia que, para Drucker, estaria provocando uma grande mudança social rumo a uma sociedade que ele classifica como “pós-capitalista” (Drucker, 2002). Segundo o autor, a economia dos países desenvolvidos teria sofrido drásticas mudanças a partir dos anos 1970. Com o declínio do modelo fordista nesses territórios, estaríamos assistindo a ascensão de uma nova economia baseada no conhecimento como matéria-prima da inovação e principal vantagem competitiva em mundo globalizado. Para ilustrar essa suposta troca de paradigma Drucker (2002, p. 28) usa outros termos como *sociedade das organizações*, *sociedade dos empregados* (2002, p. 39) ou *sociedade empreendedora* (2003, p. 205). Pode-se dizer que a análise de Drucker, ainda que com su-

as peculiaridades, se aproxima a tantas outras que discorrem sobre o aparecimento da era pós-industrial, uma sociedade que não se baseia mais no trabalho produtivo e onde algumas categorias de análise não fariam mais sentido para entender a realidade, especialmente àquelas marcadas por uma reflexão constante sobre a luta de classes.

Para Drucker, a ascensão do empreendedorismo como marca dessa nova sociedade significaria o fortalecimento de *organizações*, que ele alega ser um fenômeno ignorado pela Sociologia. Segundo ele, as organizações afetam a sociedade de forma tão radical que fazem com que os sociólogos as tratem como uma *anomalia* (Drucker, 2002 p. 30). Para o autor, organizações são grupos autônomos focados em uma tarefa específica e que reúnem especialistas de diferentes campos do conhecimento, todos operando de forma colaborativa em prol de uma tarefa comum. Elas se organizariam de forma flexível, onde a hierarquia não se daria de forma piramidal, mas sim em termos de rede, exigindo que cada *empregado* atue de forma colaborativa, tomando para si a responsabilidade geral de manter a organização em funcionamento. Ao empregado que ocupa uma função subalterna mas atua de forma empreendedora dentro de uma empresa, assumindo riscos e dedicando-se voluntariamente a inovar seus processos, dá-se o título de *intraempreendedor*. O que importa é que, com a suspensão do modelo piramidal clássico de hierarquias, cada empregado assuma a responsabilidade de colaborar com a organização (daí vem a nova “moda” entre os patrões e gerentes de tratar nominalmente seus funcionários como “colaboradores”).

Basicamente, a organização descrita por Drucker constitui-se como imagem panegírica da empresa flexível, onde as redes produtivas e o controle do próprio trabalho são mais descentralizados e a terceirização opera de forma a estruturar a cadeia produtiva. De fato, o autor dedica uma seção do livro *A sociedade pós-capitalista* (publicado originalmente em 1993) a sustentar a necessidade do maior grau de terceirização possível dos trabalhadores do setor de serviços. Para ele, esses trabalhadores – em oposição aos trabalhadores do *conhecimento*, típicos dessa suposta nova sociedade – se constituiriam enquanto uma categoria muito improdutivo, especialmente no que se refere aos

servidores públicos. Para aumentar a produtividade a solução seria, além de dar maior grau de autorresponsabilização para os servidores, terceirizar para reduzir os gastos da organização (Drucker, 2002, p. 65). Isso significaria, para o autor, uma mudança na estrutura futura das organizações, que tenderiam a ser compostas por menos pessoas, realizando apenas “trabalhos focados em suas missões; diretamente relacionados aos seus resultados” (Drucker, 2002, p. 65). Esse modelo defendido por Drucker não é mais do que o próprio resultado da crise que as economias centrais enfrentaram no início da década de 1970. A adaptação as novas condições impostas por ela levaram, no Brasil dos anos 1990, ao que Antunes (2005, p. 3) classificaria posteriormente como a *década da desertificação social e política neoliberal*, que por sua vez nos conduziriam a uma situação global de desemprego estrutural e precarização das condições de trabalho, a que a teoria de Drucker, bem como boa parte do discurso de defesa do empreendedorismo, opera de forma a justificar e legitimar.

Além dos processos de terceirização e a exigência da autodisciplina e da flexibilidade para os trabalhadores, Drucker defende a privatização de serviços essenciais como uma área importantíssima de atuação para os empreendedores do pós-capitalismo. Segundo ele, o “quarto setor”, composto por parcerias público-privadas, seria mais eficiente e produtivo no caso de serviços como a coleta de lixo, o transporte coletivo ou a proteção contra incêndio (Drucker, 2013, p. 15). Nos casos em que não ocorre a privatização, é ainda possível transportar a mentalidade empresarial para setores externos ao campo mercantil. Para o autor em questão, a organização e sua administração empreendedora não se restringem à esfera das empresas privadas, ela devem ser estendidas como *modus operandi* de outros âmbitos coletivos, se amplificando rumo às escolas, hospitais, os sindicatos ou exércitos. Todas essas entidades deveriam, pelo bem da sociedade pós-industrial, ser administradas de forma empreendedora.

Para Fernando Dolabela (2008, p. 23), um dos autores brasileiro mais populares na discussão sobre empreendedorismo, o empreendedor pode ser definido como “alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Dolabela pode ser entendido como mem-

bro do rol de *gurus gerenciais* que fazem parte da chamada *indústria do management*. Articulada junto à mídia corporativa tradicional, ela opera promovendo valores associados ao sucesso profissional, divulgando e legitimando as novidades gerenciais e exercendo prestigiosa influência na agenda pública (Costa, 2010, p. 61). Em *O segredo de Luísa* (Dolabela, 2008), que teve mais de 150 mil exemplares vendidos, o autor cita a definição de empreendedorismo elaborada por Schumpeter, mas afirma que opta por essa definição mais subjetiva – o empreendedor como sonhador – para não reduzir o tema à esfera do mercado. Para ele, o tema nasceu do âmbito da empresa, mas deve transbordar para todos os outros campos, já que “a espécie humana é empreendedora” e o “empreendedorismo é uma das manifestações da liberdade humana” (p. 23).

Além de convergir com Drucker na ideia de universalização do empreendedorismo, Dolabela também o apresenta em um sentido de ruptura com a ordem presente. Para o autor, o *sonhar* dos empreendedores não é estimulado pela sociedade, especialmente pela educação formal, que ensina que “sonhar é algo perigoso” porque “comunidades que sonham constroem seu futuro e não se deixam dominar” (Dolabela, 2008, p. 34). Combinado com lições de Administração, como em um *case de sucesso*, *O segredo de Luísa* (2008) apresenta a história fictícia de uma personagem extrovertida que resolve abandonar a educação universitária para abrir uma empresa. Luísa é uma jovem heroína, ela quer *conquistar o mundo* (p. 48), é autônoma, teimosa, persistente e participe com sua geração no fenômeno *cultural do empreendedorismo* (p. 29), que é por sua vez “uma revolução silenciosa, que será para o século 21 mais do que a revolução industrial foi para o século 20” (Timmons, 1993, apud Dolabela, 2008). O Professor Pedro, personagem alter ego de Dolabela, ensina a Luísa que a empresa, muito mais do que uma fonte de capital, é a realização dos sonhos e a “projeção da nossa imagem interior, do nosso íntimo, do nosso ser em sua forma total” (p. 51).

Ao contrário da sociedade, da comunidade e da família, consideradas por Drucker como “instituições preservadoras” (2002, p. 34), as organizações da sociedade pós-capitalistas são sempre um fator de-

sestabilizante ao estilo das destruições criativas de Schumpeter. Replicando o binômio entre rotina e inovação, continuidade e ruptura, Drucker apresenta o empreendedorismo como uma alternativa à revolução aos moldes socialistas. De forma um pouco menos mística do que a apresentada por Dolabela, a inovação e o espírito empreendedor para Drucker também apresentam esse caráter de ruptura com a ordem, o caráter de Luísa, que promete conquistar o mundo e promover grandes mudanças abrindo sua empresa de goiabada mineira. Para o autor, ao contrário da ilusão revolucionária difusa no século 19 – e hoje o mais desacreditado dos mitos produzidos por aquele século (Drucker, 2003, p. 348) – a inovação e o espírito empreendedor são

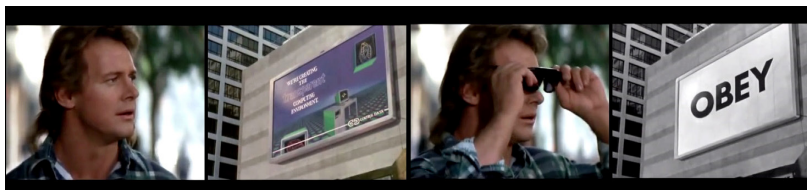
pragmáticos e não dogmáticos, e modestos e não grandiosos – que eles prometem manter qualquer sociedade, economia, indústria, serviços públicos, ou empresas, flexíveis e auto-renovadores. Eles realizam o que Jefferson esperava realizar por meio de uma revolução em cada geração, e eles fazem isso sem derramamento de sangue, guerra civil, ou campos de concentração, sem catástrofe econômica, deliberadamente, com direcionamento e sob controle (Drucker, 2003, p. 349).

Drucker imaginou que essas grandes mudanças proclamadas por ele encontrariam resistência especialmente dos operários braçais de manufaturas, que para o autor representavam o único grupo nos países desenvolvidos que estava fechado à flexibilidade, estando mal preparados para mudar de endereço ou buscar novas qualificações profissionais. Sem autoconfiança, mas com alto poder político, teriam que ser realocados pelo resto da sociedade, já que não “podem fazer isso por si mesmos”. Se não dermos um jeito neles, dirá Drucker, essa “mão de obra chaminé” redundante irá, cada vez mais, se opor a qualquer coisa nova, inclusive aos meios de sua própria salvação” (Drucker, 2003, p. 355).

Para Drucker, os operários da manufatura são algo a ser superado – junto com a condição industrial e a própria ilusão revolucionária – para dar lugar ao empreendedorismo e a sociedade pós-capitalista.

Com essa posição somada a ideia de levar o “espírito empreendedor” aos âmbitos não empresariais, o esforço dos autores apresentados aqui é de transportar os valores liberais para outras esferas da vida, para além do mercado, atualizando-os dentro de um contexto de flexibilização do capital. Por conseguinte, apesar de recorrer ao sentido de ruptura, em todas as perspectivas apresentadas pelo capítulo, o empreendedorismo significa, mais que tudo, uma alegoria conveniente ao capital, um termo que se apresenta como ruptura para cumprir sua função de continuidade, uma retórica constante que serve primordialmente para a legitimação da ordem das coisas, um termo que não sustenta sua universalidade frente as condições materiais objetivas. O empreendedorismo é, por tanto, ideológico e, por essa sua condição, faremos sua crítica no capítulo seguinte.

CRÍTICA AO EMPREENDEDORISMO ENQUANTO IDEOLOGIA



John Nada (Roddy Piper) em *Eles vivem* (1988)

Eu me considero um empreendedor desde que me lembro como gente. Quando eu era pequeno ganhei uma bicicleta do meu pai. Todo mundo na rua ficou impressionado com a minha bicicleta nova. Aí eu comecei a cobrar uns troquinhos pra eles darem uma volta com ela! (Mestre de cerimônias do Unicongress, 2012).

O poeta – o contemporâneo – deve manter fixo o olhar do seu tempo. Mas o que vê quem vê o seu tempo, o sorriso demente do seu século? Neste ponto gostaria de lhes propor uma segunda definição da contemporaneidade: contemporâneo é aquele que mantém fixo o olhar no seu tempo para perceber não as luzes, mas o escuro (Agamben, 2009, p. 62-63).

Ideologia é um conceito central no campo de estudos da Sociologia Política, o que significa que sua definição foi – e continua sendo – objeto de inúmeros debates teóricos, bem como de disputas políticas. Por mais que se queira negar, a opção por uma ou outra defini-

ção de ideologia invariavelmente implica no acolhimento de algumas perspectivas que carregam em si desdobramentos políticos. Para Terry Eagleton (1997, p. 70) o próprio surgimento do conceito na modernidade não pode ser tomado como mero capítulo na história das ideias, pois está intimamente relacionado enquanto “arma teórica da guerra de classes”. Talvez por esse motivo, pesquisadores mais jovens – especialmente os que se formaram em um momento de ascensão das teorias pós-modernistas – sintam-se desencorajados ao uso do conceito. Pode-se localizar as discussões sobre o significado da ideologia em dois polos bastante extremos: de um lado, ele se define como falsificação absoluta da realidade, de outro, como um conjunto mais ou menos organizado de ideias, crenças e valores de um grupo que se apresentam na vida social. O primeiro polo tornou-se obsoleto no momento em que passamos a questionar a possibilidade da existência de neutralidade nos saberes científicos. No entanto, o caminho oposto, com sua descomida amplificação do conceito, faz com que ele se esvazie e perca completamente sua utilidade como ferramenta de análise, dissipando também todo o seu potencial crítico. Diante desse cenário, a primeira parte deste capítulo será dedicada a apresentar a definição inicial de *ideologia* adotada pela pesquisa.

Para fins prognósticos, pode-se dizer que a opção tomada será a de apostar na *crítica da ideologia* partindo do convite que nos faz Slavoj Žižek (1996) para um retorno ao pensamento de Marx e Engels. Por esse caminho, compreende-se que as ideologias hegemônicas são articuladas estrategicamente para ocultar, não a realidade em si, mas sim a permanência insistente dos antagonismos de classe. Não negamos aqui a possibilidade de existência de uma multiplicidade de ideologias no campo contra-hegemônico, no entanto, o que interessa neste trabalho é precisamente entender o funcionamento das ideologias dominantes, aquelas que operam com o fim de *preservar uma ordem social estabelecida*. A essa definição inicial rememorada por Žižek, *pautada* na questão da permanência dos antagonismos de classe, está associada a noção basilar de que as ideologias, quaisquer que sejam, *não têm história* (Marx; Engels, 2007, p. 94). Melhor dizendo, as ideologias, enquanto consciência prática, não têm autonomia pró-

pria porque são resultados das condições históricas materiais que as produziram. Partindo desse entendimento, a segunda parte do capítulo terá por objetivo apresentar brevemente algumas mudanças recentes no modo de produção global que deram origem ao que David Harvey (1992) e outros autores identificam como *capitalismo flexível*. Veremos, na sequência, as consequências dessas mudanças globais para o território nacional, especialmente no que diz respeito à *reestruturação produtiva* e seus efeitos para a classe trabalhadora.

Somente então – após passar pela defesa de um conceito particular de ideologia, pela contextualização desse momento histórico específico e feita a exposição das ideias sobre o empreendedorismo que foram apresentadas no capítulo anterior – é que poderemos sustentar que o empreendedorismo cumpre, dentro do momento de flexibilização do capitalismo, uma função singularmente ideológica. A essa afirmação será dedicado o terceiro subtópico deste segundo capítulo, com o objetivo de compor um significado sobre o *empreendedorismo* que faça sentido dentro de suas condições históricas.

2.1 NOTAS SOBRE O CONCEITO DE IDEOLOGIA: O ESPECTRO INSISTENTE DA LUTA DE CLASSES

– Ou você coloca agora esses óculos, ou se prepare para comer dessa lata de lixo!

– Eu já estou comendo dessa lata de lixo todo o tempo! O nome dessa lata de lixo é ideologia. A força material da ideologia não me deixa ver o que eu estou comendo de verdade (Guia... 2006).

O diálogo transcrito acima faz parte da cena de abertura do filme *Guia perverso da ideologia* (2006) em que o filósofo e psicanalista esloveno Slavoj Žižek aparece interagindo com John Nada, personagem de outro filme chamado *Eles vivem* (1988). John Nada é um operário braçal que chega a Los Angeles (EUA) em busca de um novo emprego, já que sua cidade de origem encontra-se completamente

falida. John consegue um trabalho na construção civil e passa a viver em um conjunto de moradias precárias junto às famílias pobres do local. Durante uma operação repressiva a polícia destrói uma parte do assentamento, bem como a igreja local onde alguns moradores se encontravam para reuniões disfarçadas de cultos. Após a intervenção policial, Nada entra na igreja e descobre um laboratório clandestino que fabrica óculos misteriosos. Ao caminhar pela cidade, ele percebe que algumas peças publicitárias e imagens midiáticas, quando vistas com os óculos, se transformam em mensagens como: *Obedeça, O dinheiro é seu Deus, Consuma, Compre e Conforme-se*¹. A existência das mensagens é explicada, no decorrer do filme, por um projeto alienígena de controle sob a terra, onde os extraterrestres convivem com os terráqueos em conluio com a elite econômica do planeta.

Para Žižek (Guia., 2006) os óculos de *Eles vivem* são uma caricatura grosseira da crítica à ideologia, que permitem reconhecer as funções sociais por trás de algumas ideias. De acordo com o senso comum, diz Žižek, imaginamos a ideologia como algo que distorce a nossa vista e nos confunde. Pensando assim, a ideologia deveria ser representada pelo óculos e a crítica à ideologia seria o seu contrário. Ou seja, tirariamos os óculos para finalmente enxergar as coisas como realmente são. Entretanto, o filósofo afirma que é justo aí que reside o pessimismo bem justificado do filme. A ideologia não é algo simplesmente imposto aos indivíduos, ela é a nossa relação espontânea com o mundo social, é como nós percebemos este mundo e, tentar sair dela, é algo que nos incomoda. John Nada não consegue usar os óculos da crítica à ideologia por um período muito longo, pois eles lhe causam dores de cabeça. A cena mais grotesca de *Eles vivem* acontece quando John tenta convencer seu amigo a colocar os óculos diante de ameaças físicas. Perante a negação, segue-se uma cena sangrenta de briga entre os dois que ocupa quase dez minutos do filme. Depois de provar os óculos, o amigo se junta a John Nada e os dois passam a ser perseguidos como subversivos insanos por

¹ Exatamente esta cena, em que John Nada descobre o “poder” dos óculos misteriosos, está disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=sgAwdixodjw>>. Acesso em: maio 2014.

lutarem contra os alienígenas que só eles podem distinguir entre os terráqueos.

Pode-se considerar que, entre as diversas abordagens marxistas sobre a questão das estratégias ideológicas, alguns pressupostos são compartilhados. O primeiro deles, segundo Eagleton (1997, p. 50-52) é o de que *a ideologia é unificadora*, ou seja, ela funciona de modo a promover certa coesão a uma classe. Isso não significa, no entanto, que ela seja completamente homogênea ou livre de contradições internas. Ao contrário, parte da força de uma ideologia dominante reside na sua aparência relativamente difusa, pois para que alcance um bom grau de aceitação e possa intervir na consciência coletiva, é preciso que ela incorpore a si a experiência das classes subalternas. Nesse sentido, para que uma ideologia seja efetiva, é necessário que ela se aproprie e dê resposta aos desejos e necessidades genuínas da classe trabalhadora, sua eficácia depende de que ela produza algum sentido à própria experiência dos indivíduos. É devido a essa apropriação que Žižek afirma que, de certa forma, o processo de colocar os óculos em *Eles vivem* é dolorido porque “nós gostamos da nossa ideologia” (Guia..., 2006). Por conta dessa operação de apropriação e releitura, afirma-se que o conceito de ideologia não está necessariamente ligado a ideia de *falsa consciência*:

as ideologias dominantes podem moldar ativamente as necessidades e os desejos daqueles a quem elas submetem; mas devem também comprometer-se, de maneira significativa, com as necessidades e desejos que as pessoas já tem, captar esperanças e carências genuínas, refleti-las em seu idioma próprio e específico e retorná-las a seus sujeitos de modo a converterem-se em ideologias plausíveis e atraentes. Devem ser “reais” o bastante para propiciar a base sobre a qual os indivíduos possam moldar uma identidade coerente, devem fornecer motivações sólidas para a ação efetiva, e devem empenhar-se o mínimo que seja, para explicar suas contradições e incoerências mais flagrantes. [...] Qualquer ideologia dominante que falhasse por completo em harmonizar-se com a experiência vivenciada por seus sujeitos seria extremamente vulnerável (Eagleton, 1997, p. 26-27).

Deste modo, a ideologia não compõe necessariamente uma oposição direta a noção de realidade, ela não é sinônimo de falsificação ou distorção dos fatos – tal como a encontramos na representação caricatural dos óculos de John Nada. É claro que em algumas situações, uma ideologia pode optar pelo uso direto de informações totalmente irreais, mas como veremos mais adiante, esse não é o critério fundamental que permite distinguir um discurso ideológico.

Uma segunda característica da ideologia, intimamente ligada a primeira, mas ainda mais importante, diz respeito ao seu *caráter universalizante*. Isto é, a ideologia não deve reconhecer diferentes tempos, espaços, classes ou culturas, suas ideias devem se apresentar como convenientes a todos os grupos sociais. Essa reflexão foi apresentada claramente em uma passagem clássica de *A Ideologia Alemã* (Marx; Engels, 2007, p. 47) quando os autores afirmam que “as ideias da classe dominante são, em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que é a força *material* dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, sua força *espiritual* dominante”. É necessário que a ideologia se apresente enquanto representante dos interesses coletivos e não como representante dos interesses de uma só classe. Frente a algumas perspectivas contemporâneas, esse caráter universalizante das ideologias dominantes assume uma face colonizadora diante de outras formas de pensamento e experiência. Para o sociólogo venezuelano Edgardo Lander (2005) o *neoliberalismo* não representa apenas uma teoria econômica, mas também um discurso hegemônico de um modelo civilizatório específico que sintetiza os pressupostos e valores da sociedade liberal moderna e apresenta-se como destino apropriado para todo o planeta. Essa não é, no entanto, uma ideia recente, mas sim um pressuposto que vem se manifestando nos últimos séculos.

A história do próprio transcurso de constituição e expansão do modo de produção capitalista está fundada tanto no processo de conquista e submissão dos territórios globais, quanto pela superação interna, no continente europeu, das formas anteriores de organização social. Para Lander (2005, p. 33) esse processo histórico é ao mesmo tempo paralelo e gerador da própria noção de modernidade, pautada por uma concepção linear da história associada à ideia de *progresso*. A

noção de progresso traz em si o entendimento de que diferentes povos e modos de produção representam estágios diferentes de um mesmo modelo de desenvolvimento, no qual a sociedade liberal capitalista cumpre o *locus* de maior grau possível de civilidade e, logo, é o ápice e fim de um caminho universalmente desejável. Dentro dessa perspectiva, intervir em países e culturas alheias não é considerado mais do que um “empurrãozinho amigo” para alcançar aquilo que é o destino natural de todos os povos, ou ainda, pode ser justificada como uma ingerência necessária para que se retorne ao eixo da normalidade:

Os diferentes recursos históricos (evangelização, civilização, o *fardo do homem branco*, modernização, desenvolvimento, globalização) têm todos como sustento a concepção de que há um padrão civilizatório que é simultaneamente *superior* e *normal*. [...] As sociedades ocidentais modernas constituem a imagem de futuro para o resto do mundo, o modo de vida ao qual se chegaria naturalmente não fosse por sua composição racial inadequada, sua cultura arcaica ou tradicional, seus preconceitos mágicos-religiosos ou, mais recentemente, pelo populismo e por Estados excessivamente intervencionistas, que não respondem à liberdade espontânea do mercado (Lander, 2005, p. 36-37).

Ainda que Lander não utilize diretamente o conceito de ideologia, parece-nos bastante plausível afirmar que o liberalismo, ao atuar a partir de uma lógica colonizadora, reproduz estratégias características de sua configuração enquanto ideologia dominante. O aspecto universalizante que apresenta o interesse de uma classe como interesse universal, pode também ser compreendido em termos globais, quando essa universalização toma sua face colonizadora e avança rumo a conquista de outros territórios a serviço do “progresso”. O modo de produção capitalista, junto ao seu caráter ideológico liberal, apresenta-se não só como a melhor alternativa, senão como *a única alternativa possível*. Daí deriva-se um terceiro traço comum no que diz respeito às estratégias das ideologias dominantes: elas operam no sentido de *naturalização do mundo social* e, mais especificamente, de *naturalização das instituições e valores do capitalismo*. Em uma nota de

rodapé de *O capital* (2011), Marx cita uma passagem de *Misère de la philosophie* em que ele mesmo ressalta esse aspecto de naturalização da ordem capitalista presente na obra dos economistas clássicos, usando como paralelo os sistemas de produção anteriores ao capitalismo na Europa:

Os economistas têm uma maneira de proceder singular. Para eles só há duas espécies de instituições, as artificiais e as naturais. As do feudalismo são instituições artificiais; as da burguesia, naturais. Equiparam-se, assim, aos teólogos, que classificam as religiões em duas espécies. Toda religião que não for a sua é uma invenção dos homens; a sua é uma revelação de Deus – *Desse modo, havia história, mas agora, não há mais* (Marx, 1847, p. 113 apud Marx, 2011, p. 103, grifo nosso).

Finalmente, partindo das características anteriormente citadas, conclui-se que *a ideologia atua de forma desistorizante*, isto é, apresenta como natural e universal aquilo que é resultado de um processo ímpar, que pode ser historicamente datado e cujos desdobramentos fazem parte de um movimento maior possuidor de suas próprias dinâmicas e contradições internas. A naturalização da ordem das coisas, a partir de uma base a-histórica, faz com que a ideologia dominante trate de especificidades históricas problemáticas como questões irreversíveis, o que tem por desdobramento lógico a sensação de impossibilidade de superação do sistema. Sendo instituições como o *mercado* e o *trabalho assalariado* a-históricas e partes da “natureza humana”, não resta outra opção ao indivíduo, e aos grupos sociais, senão adaptar-se da melhor maneira permitida. A questão central é que torna-se complicado, senão impossível, imaginar a mudança de algo que nunca surgiu, que não vem de lugar algum e que é isento de suas próprias contradições históricas:

O mercado está na natureza humana”, eis a proposição que não se pode deixar sem questionamento; em minha opinião, esse é o terreno mais crucial da luta ideológica de nossa época (Jameson, 1996, p. 283).

Assim como Frederic Jameson, István Mészáros (2004) postula que é necessário fazer a crítica à ideologia para afirmar a possibilidade (e necessidade) de estabelecimento de uma alternativa ao modo de produção atual. Para o filósofo húngaro, um dos exemplos mais importantes de como opera o processo de desistoricização ideológica de uma realidade social específica e historicamente determinada se dá na forma como a questão do crescimento e da expansão capitalista é tratada pelos discursos dominantes. Assim como o mercado, conforme exposto por Jameson, a necessidade de expansão do capital transfigura-se como necessidade da natureza humana. Para Mészáros (2004, p. 39) o caráter predatório do capitalismo – que não reconhece fronteiras para sua expansão apesar de se alojar em um planeta de recursos finitos – têm produzido sistematicamente uma *desigualdade estruturalmente imposta* e deturpado a relação entre humanidade e natureza a serviço da eternização do capital:

como resultado, tudo é virado de ponta cabeça, forçando o estritamente histórico – e alterável – a se tornar inalterável para toda a eternidade e, pelo mesmo artifício, o que deveria ser um princípio orientador permanente de toda atividade produtiva, uma vez que ela é diretamente relacionado com o substrato natural da própria existência humana, ser irresponsavelmente submetido a determinações de temporalidade conjuntural arbitrariamente utilizáveis e míopes (Mészáros, 2004, p. 40).

Devido à força que assume essa questão ideológica da eternidade do modo de produção capitalista, não soa exagerada a constatação de Slavoj Žižek de que parece mais fácil hoje imaginar o final dos tempos através de um colapso ecológico, do que uma mudança modesta no modo de produção (1996, p. 7). Para que isso seja possível, há uma outra característica que estrategicamente assumem os discursos ideológicos – sua *aparência de neutralidade*. Para Mészáros (2004, p. 59), sendo notada ou não, a ideologia dominante se afirma em todos os níveis, “do mais baixo ao mais refinado”. Isto é, ela está presente, de forma articulada, desde a produção intelectual até as instituições mais

corriqueiras da vida social. A questão, para o autor, é que o sistema ideológico dominante opera de modo a “apresentar – ou desvirtuar – suas próprias regras de seletividade, preconceito, discriminação e até distorção sistemática como “normalidade”, “objetividade” e “imparcialidade científica” (Mészáros, 2004, p. 57).

A questão central da ideologia, mais uma vez, não está ligada necessariamente a oposição entre realidade e ilusão, ela é anterior e diz respeito a um processo de seletividade. Um ponto de vista pode ser verdadeiro em seu conteúdo objetivo, mas será ideológico se operar de modo a legitimar uma relação de dominação que deve, esta sim, permanecer oculta. Žižek fornece um exemplo bastante objetivo no que diz respeito a essa operação de seletividade sob um véu de neutralidade sem que se recorra, diretamente, a falsificação objetiva:

Quando, por exemplo, uma potência ocidental intervém num país do Terceiro Mundo em decorrência de violações dos direitos humanos, pode ser perfeitamente “verdadeiro” que, nesse país, os direitos humanos mais elementares não têm sido respeitados, e que a intervenção ocidental irá efetivamente melhorar o quadro desses direitos. Mesmo assim, essa legitimação é “ideológica” na medida em que deixa de mencionar os verdadeiros motivos da intervenção (interesses econômicos etc.) (Žižek, 1996, p. 14).

Atingimos, finalmente, aquilo que é o coração da problemática ideológica e podemos, enfim, afirmar que a ideologia é, acima de tudo, *uma questão eminentemente prática*. Ela não é um conjunto de ideias e pressupostos quaisquer, mas uma matriz que modera a relação entre o que deve ser visível e o que deve ser invisível, o imaginável e o inimaginável (Žižek, 1996, p. 7) – e o faz com um objetivo necessariamente *prático*. Nessa moderação o que deve ser ocultado, com o fim de legitimar o modo de produção capitalista, é fundamentalmente o *antagonismo de classes*. Por mais que se queira afirmar a existência de uma sociedade pós-ideológica, o fato é que a ideologia será necessária enquanto existirem conflitos dentro da atual ordem de desigualdade estrutural – ou seja, ela será sempre inevitável perante a insistência

dos antagonismos de classe e das contradições entre capital e trabalho. É a partir dessa percepção que Mészáros (2004) postula que a ideologia é, principalmente, uma forma de *consciência prática*:

[...] a ideologia não é ilusão nem superstição religiosa de indivíduos mal-orientados, mas uma forma específica de consciência social, materialmente ancorada e sustentada. Como tal, não pode ser superada nas *sociedades de classes*. Sua persistência se deve ao fato de ela ser constituída objetivamente (e constantemente reconstituída) como *consciência prática inevitável das sociedades de classe*, relacionada com a articulação de conjuntos de valores e estratégias rivais que tentam controlar o metabolismo social em todos os seus principais aspectos (Mészáros, 2004, p. 65).

Ou seja, os diferentes interesses sociais de classe entram em embate e, no plano da consciência social, é preciso dar respostas ideológicas que procurem dar sentido a esses conflitos, ou melhor dizendo, a questão da *luta de classes*. Embora para Žižek (1996) a luta de classes não esteja dada em lugar algum como “entidade positiva”, ela nomeia o próprio antagonismo que impede a realidade social de se constituir como um todo fechado, coerente em si mesmo. É em seu espectro que a ideologia deve agir, na medida em que “toda posição dentro do todo social é sobredeterminada, em última instância, pela luta de classes, não está excluído da dinâmica desta última nenhum lugar neutro” (Žižek, 1996, p. 27). Tendo como ponto de referência a luta de classes, se desenvolvem discursos ideológicos que não são, de forma alguma, independentes dos conflitos materiais e que possuem uma relação direta de resposta aos seus antagonistas. Como consequência, é preciso que a ideologia carregue consigo, necessariamente, uma orientação prática dotada de estímulos que gerem mobilização dos sujeitos coletivos, ou seja, é preciso que ela não se resuma a pressupostos teóricos abstratos. Sustenta Mészáros que a própria consciência prática na sociedade de classes não pode deixar de ser ideológica enquanto houver antagonismo, pois o conflito é o que faz com que ela exista. Essa realidade conflituosa não se anula diante do discurso pacificador da ideologia dominante, que adota

como estratégia justo a negação desses conflitos, ou seja, a negação dos antagonismos de classe:

Esta última [a ideologia dominante] deve apelar para a “unidade” e para a “moderação” – a partir do ponto de vista e em defesa das relações de poder hierarquicamente estabelecidas – precisamente para legitimar suas reivindicações hegemônicas em nome do “interesse comum” da sociedade como um todo (Mészáros, 2004, p. 64).

Todas as características apontadas aqui como próprias da ideologia estão estritamente ligadas umas às outras. Da afirmação de Mészáros em relação a orientação prática das ideologias, voltamos ao pressuposto postulado na obra inacabada de *A ideologia alemã*. Para que a questão do ocultamento dos antagonismos se realize, é preciso que a classe dominante apresente suas aspirações como aspirações coletivas, seus projetos como projetos universais e, a ordem que sustenta a desigualdade estrutural, como uma ordem imutável. As ideias da classe dominante, afirmam seus autores, não são mais do que “a expressão ideal² das relações materiais dominantes, são as relações materiais apreendidas como ideias, portanto, são a expressão das relações que fazem de uma classe a classe dominante, são as ideias de sua dominação” (Marx; Engels, 2007, p. 47).

Posteriormente, Marx apresentará em *O capital* (2007) uma concepção mais refinada desse processo de ocultamento ideológico a partir da noção de *fetichismo*. Marx argumenta que, no processo de produção capitalista, a mercadoria se apresenta como uma fórmula final, sob a qual as relações sociais são ocultadas e apresentadas como relações entre coisas. O caráter fetichista é adquirido quando o produto do trabalho humano assume a forma de mercadoria e a relação entre produtores, que dá ao trabalho seu caráter social, se oculta sob a forma de seu produto. A consequência é que a totalidade se fragmenta e o universo se externaliza sob um ar de naturalidade e inevitabilidade, de forma que a sociedade passa a não ser vista como um constructo

² Há uma variante no manuscrito original onde “expressão ideal” substitui-se por “ideologia”.

humano e, portanto, como algo inalterável. Novamente, perante essa apresentação superficial da realidade, tudo o que resta é a adaptação. Uma relação social estabelecida entre os humanos, dirá Marx, “assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas” (Marx, 2007, p. 94). Segundo Eagleton (1997, p. 83) a diferença fundamental da teoria do fetichismo da mercadoria é que a ideologia se desloca da superestrutura para a base e passa a estar ancorada definitivamente nas relações cotidianas do capitalismo.

Conforme uma sistematização apresentada por Žižek (1997, p. 15), podemos dizer que a multiplicidade de ideias associadas a noção de ideologia e que partem, em menor ou maior grau, dos pressupostos listados até aqui, trabalham fundamentalmente em três eixos distintos de abordagem: da ideologia enquanto um complexo de ideias (doutrinas, postulados etc.), da materialidade da ideologia (suas instituições e Aparelhos) e da ideologia “espontânea” (como seria o caso do fetichismo). Na sequência, apresentaremos o empreendedorismo como ideologia que pode se anunciar enquanto tal dentro desses três eixos. Antes disso, no entanto, é preciso retomar o postulado fundamental de que as ideologias não têm uma dinâmica independente de desenvolvimento. Isto é, as ideologias:

Não têm história, nem desenvolvimento; mas os homens, ao desenvolverem sua produção e seu intercâmbio material transformam também, com esta sua realidade, seu pensar e os produtos de seu pensar. Não é a consciência que determina a vida, mas a vida que determina a consciência (Marx; Engels, 2007 p. 94).

Ou seja, as ideologias estão ligadas inexoravelmente aos processos de desenvolvimento da vida material dos indivíduos e só sofrem mudanças a partir da alteração dessas circunstâncias. O capitalismo, por sua vez, para que perdure como modo de produção geração após geração, precisa ser capaz de renovar constantemente seus meios de produção (Marx; Engels, 1998). Dediquemos então o próximo tópico a analisar, ainda que brevemente, algumas dessas renovações mais recentes que permitiram a ascensão do empreendedorismo enquanto ideologia.

2.2 MUDAR PARA MANTER: A DERIVA NO CAPITALISMO FLEXÍVEL

Entre diferentes perspectivas contemporâneas, localizadas no campo das ciências humanas, parece existir um entendimento comum de que passamos recentemente por algumas mudanças importantes no mundo social, alterações não só econômicas, como também políticas e culturais. Tais mudanças teriam ocorrido na metade do século 20, com maior expressividade principalmente a partir da década de 1970. Há, no entanto, pontos fundamentais de desacordo que residem na percepção sobre a profundidade dessas transformações, bem como o sentido de suas consequências. Para alguns pensadores pós-estruturalistas, os novos tempos significam uma ruptura fundamental com os antigos modos de vida e produção coletiva. No entanto, outros autores denunciam o caráter ideológico dessas perspectivas, que parecem desesperadamente anunciar certa originalidade histórica e um sentido de ruptura total onde não há mais do que a tentativa de um sistema de resolver suas próprias contradições para evitar seu colapso. Entre as referidas perspectivas é comum recorrer ao uso do prefixo *pós* para criar um senso de fissura em relação a algumas categorias de pensamento e instituições sociais. Dentre os pensadores que procuram o propósito de continuidade desse novo-velho mundo, encontramos Fredric Jameson (1996) em sua crítica aos exaltadores da pós-modernidade:

Tais teorias têm a óbvia missão ideológica de demonstrar, para seu próprio alívio, que a nova formação social em questão não mais obedece às leis do capitalismo clássico, a saber, o primado da produção industrial e a onipresença da luta de classes” (Jameson, 1996, p. 29).

Certamente não há espaço nem fôlego nesta pesquisa para aprofundar o debate em questão, ainda que seus ecos marquem hoje toda a discussão sociológica. Por ora, basta pontuar que uma diversidade de perspectivas têm declarado a formação de uma sociedade pós-industrial (também nomeada sociedade do conhecimento, da informação e outros termos similares) onde a luta de classes já não faria sentido,

visto que as possibilidades de ascensão individual estariam dadas e os antagonismos entre trabalho e capital dissolvidos frente as promessas das novas tecnologias de informação e comunicação. Para Ponte (2013) é preciso ir além do aspecto fenomênico de tais interpretações para não cair em perspectivas destituídas de história e confundir a transformação de modelos – fordista/toyotista – como a superação da ordem do capital. Partindo desse mesmo entendimento, devemos considerar alguns sentidos de continuidade bem como mudanças que foram adotadas a partir da crise do fordismo. Ainda no século retrasado, Marx e Engels (1998) já apontavam o caráter de renovação constante do capitalismo. Sendo assim, não se pode deixar de considerar sua grande capacidade de reestruturação.

Nos países centrais, o modelo fordista foi capaz de manter um crescimento estável durante o período que compreende o final da II Guerra Mundial até a segunda metade dos anos 1960, quando seus primeiros sinais de crise tornavam-se visíveis. Em termos gerais, pode-se dizer que o modelo fordista baseava-se em uma organização taylorista do trabalho, fundamentada na máxima especialização das atividades operárias, o que na prática se traduzia em um trabalho extremamente mecânico e repetitivo nas linhas de montagem, geradores de disciplina rígida e sem muitas possibilidades para o exercício da criatividade do trabalhador em geral. O regime de produção, por sua vez, investia na fabricação intensa de produtos em massa e altamente padronizados. A despeito das altas taxas de extração da mais-valia, dadas pelas longas jornadas de trabalho, muitas vezes se faz uso do termo *compromisso* ou *acordo fordista* para referir-se ao contraponto que recebiam as famílias trabalhadoras: algumas garantias sociais (viabilizadas através do Estado de Bem-Estar Social teorizado por Keynes), estabilidade dos postos de trabalho por via de acordos coletivos relativamente sólidos e aumento significativo no poder de consumo em massa.

Entretanto, fato é que os *Anos Incríveis*³ do capitalismo nunca re-

³ Frequentemente o período de estabilidade do fordismo é chamado de *Anos Dourados – Golden Years* – do capitalismo. Optei pelo uso do termo *Anos Incríveis* como referência a um seriado norte-americano de mesmo nome que foi gravado entre 1988 e 1993 e exibido no Brasil durante os anos 1990. *Anos incríveis* alcançou uma

alizaram a sua promessa de acesso universal. Segundo Harvey (1992), mesmo nos territórios do “primeiro mundo”, raça, gênero e etnia costumavam determinar quem podia ou não ter acesso a um bom emprego. O mundo maravilhoso do consumo de massas, prometido pelo “acordo fordista”, era limitado, já que apenas alguns setores da economia desfrutavam de tanta estabilidade. Por consequência era majoritariamente a mão de obra masculina, branca e sindicalizada que alcançava os benefícios do acordo (Harvey, 1992, p. 132). É nesse contexto que emergem os movimentos civis nos Estados Unidos, questionando a estrutura racista do país que limitava o acesso aos ganhos da estabilidade econômica. A deslegitimação do fordismo inicia-se então com a constatação de sua incapacidade de levar benefícios para toda a coletividade, o que dependeria de uma contínua aceleração da produtividade e expansão do consumo. Isso sem falar é claro, na maioria dos países periféricos que, frente a uma promessa de desenvolvimento e plena integração ao fordismo por via da aproximação às linhas político-econômicas dos Estados Unidos, vivenciaram as formas de domínio do capitalismo com ganhos modestos no padrão de vida geral de sua população (Harvey, 1992, p. 133). O *american way of life*, para outras partes da América, só foi visto nas telas de cinema e televisão. Tal questão geraria também a emergência dos insatisfeitos do “terceiro mundo”, ameaçando a hegemonia norte-americana e provocando reações agressivas nas estruturas de poder.

Além dessas questões de caráter mais quantitativo, o fordismo pas-

grande audiência e marcou parte de minha geração, sendo para ela talvez o mais popular retrato do *american way of life* gestado no fordismo. O seriado é narrado pelo personagem Kevin Arnold e conta a história da sua infância e adolescência, sendo que a primeira temporada – em que Arnold entra na escola – acontece no emblemático ano de 1968 e a última – com a entrada do personagem na faculdade – em 1973, ano de crise da economia global e colapso do paradigma fordista. Transcrevo a seguir uma tradução livre da narração de Kevin Arnold no quarto episódio da temporada de número 13 que transmite um pouco a ilustração que faz o seriado dos anos fordistas nos Estados Unidos: “Cresci em um bairro como tantos outros, em que as caixas em que vivíamos só se distinguiam uma das outras pelos nomes nas caixas de correio e os carros nas portas de entrada. Um lugar onde os esforçados trabalhadores americanos se cercavam para se proteger do mundo exterior. Nossa vida era feita de pequenos momentos delicadamente entrelaçados”.

sava a receber críticas qualitativas no que diz respeito à limitada qualidade de vida sob um regime de consumo de massa. Tais análises não apareciam só nas discussões intelectuais da época – com suas críticas à disciplina, às estruturas de poder, ao consumismo e à indústria cultural –, mas também floresciam em diferentes países de forma marcante nas expressões culturais da juventude. A manifestação mais evidente dessas insatisfações encontra-se na emergência dos movimentos contraculturais do período, em que principalmente os jovens se expressavam contra o militarismo, as repressões sexuais, o racismo e a disciplina do trabalho mecanizado como preço pago por uma existência limitada ao consumo de mercadorias em massa. Nos Estados Unidos, pela voz do compositor Bob Dylan, questionava-se *por quantos anos mais algumas pessoas poderiam existir, antes que pudessem ser livres*⁴, enquanto no Brasil os jovens do trio musical Os Mutantes juravam que o melhor era *não ser o normal*, não ser o padrão massificado da cultura fordista⁵. De certa forma, as novas gerações pareciam não se sentir atraídas pelo trabalho linear e pouco criativo que teriam executado seus pais.

Mais potentes que as críticas juvenis, a recessão de 1973 e o aumento da competitividade global – incluindo países com um preço de mão de obra muito barato – abalaram de forma definitiva o quadro de protótipos culturais, econômicos e políticos que acompanhavam o modelo fordista. Não se pode afirmar, é claro, sua extinção completa, já que em muitos lugares observamos a existência de modelos extremamente híbridos. Fato é que se tornou evidente a incapacidade do fordismo e do keynesianismo de conter as contradições do capitalismo por um longo período. Para David Harvey (1992) as barreiras encontradas por este modelo podem ser resumidas na ideia de *rigidez* que, no fordismo, só não atingia de forma definitiva a sua política monetária. Diante desse problema, novas experiências emergem, dando corpo a saída (temporária) que Harvey dá o nome de *acumulação flexível*:

⁴ “Yes, and how many years can some people exist/ Before they’re allowed to be free?” é um trecho da música “Blowing in the wind”, lançada por Bob Dylan em 1963, que faz críticas à apatia geral frente a questões como o militarismo e a segregação racial.

⁵ Em referência à canção “Balada de um louco”, lançada em 1972, em que a “normalidade” é criticada e associada à reprodução do consumo de massas: “se eles têm três carros, eu posso voar”.

A acumulação flexível, como vou chamá-la, é marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fortalecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional (Harvey, 1992, p. 143).

No âmbito da produção, uma das maiores mudanças se dá na substituição da fabricação massiva de mercadorias padronizadas pela produção de lotes menores e com uma maior variedade de produtos, cujo ritmo é orientado pela demanda e pela criação de nichos de mercado mais específicos. Também chamada de produção *just-in-time* (Swyngedouw, 1986 apud Harvey, 1992, p. 167), tem como objetivo evitar os estoques nas fábricas, rejeitando de imediato as peças defeituosas através do controle de qualidade integrado ao próprio processo produtivo – não ficando restrito aos lotes finais, o que evita os desperdícios que ocorriam no modelo de produção fordista. Esse sistema está bastante ligado à experiência na fábrica automotiva japonesa da Toyota e, por isso, às vezes é referenciado como “modelo toyotista”. Certamente são mudanças possibilitadas também pelas novas tecnologias de comunicação e informação. Não é o caso de subestimar o papel dessas tecnologias, no entanto entendemos que o uso que se dá a elas é subordinado às escolhas de organização da produção e do trabalho.

Para retomar o crescimento, essa reestruturação produtiva provocou também mudanças consideráveis na esfera do trabalho – que são, na verdade, as mais importantes para a compreensão da questão da emergência do empreendedorismo no final do século. Ao invés de realizar apenas uma única atividade extremamente especializada, o trabalhador passou a assumir a responsabilidade por diversas tarefas, controlando simultaneamente, por exemplo, diferentes equipamentos e atuando no controle de qualidade das mercadorias produzidas, pulverizando a demarcação rígida de cada tarefa. Outro traço frequentemente apresentado como característico dessa nova organização é uma

gestão mais horizontal do trabalho. Isto é, as hierarquias internas da empresa tomam um caráter mais horizontal, estruturando o trabalho em forma de redes supostamente mais colaborativas. Enquanto foram extintos alguns cargos com caráter explícito de vigilância e coerção, eram desenvolvidas também novas engenharias organizacionais – a exemplo das *metas coletivas* – para que os trabalhadores passassem a desempenhar a espinhosa função de vigiar os próprios colegas de suas equipes. Nos termos da administração de recursos humanos, cobra-se um espírito “participativo” dos trabalhadores com o fim de gerar um envolvimento direto dos mesmos como corresponsáveis pelo sucesso da empresa. Essa reengenharia organizacional visa que os trabalhadores – ou *colaboradores*, como preferem chamar os patrões que adotam essa estratégia – criem uma autodisciplina baseada no sentimento de pertencimento ao negócio.

A flexibilização também é adotada no campo dos contratos de trabalho: diminui-se drasticamente o número de empregos regulares e aumenta-se a quantidade de trabalhadores temporários e subcontratados. A orientação é que a empresa deva reduzir seu quadro de funcionários permanentes e que trabalhem em tempo integral. O imaginário do operário fordista, que trabalhara anos na mesma função, dissolve-se frente a alta rotatividade. As garantias de permanência no trabalho e de uma estabilidade que possibilitasse ocupar novas posições na mesma empresa foram reduzidas drasticamente. Na fase flexível do capitalismo a política de terceirização passa a ser regra, o que explica em alguma medida o aumento da importância do setor de serviços na economia. Em termos globais, também parte da produção passa a ser altamente terceirizada, com a transferência das fábricas de manufatura para regiões do globo onde os direitos trabalhistas e as legislações ambientais fossem ainda mais frágeis. Segundo Harvey (1994, p. 142), o valor dos salários nos países centrais também sofreu quedas a partir dos anos 1970, assim como a renda familiar e a porcentagem de desempregados assistidos por benefícios do Estado. A flexibilização atingiu o sistema legislativo de proteção ao trabalho em todo o mundo, tendo como resultado um processo de precarização drástica das condições de trabalho. Para Harvey (2004) esse cenário fez também

com que crescessem os pequenos negócios, muitos deles familiares e informais, baseados em um controle paternalista do trabalho.

Em *A corrosão do caráter* (2001), o sociólogo e historiador norte-americano Richard Sennett apresenta, a partir da narrativa da história de vida de alguns personagens, as consequências pessoais de viver e trabalhar no chamado capitalismo flexível. Para ele, a ideia de flexibilidade ataca as rotinas cegas do fordismo/taylorismo em nome da produtividade, ao mesmo tempo que cria novas formas de controle do trabalho que ainda são difíceis de decifrar. O controle do tempo sai do relógio para a tela do computador, o poder concentra-se sem necessariamente se centralizar, empresas inteiras são desmontadas e reinventadas da noite para o dia e exige-se do trabalhador que corra riscos e aceite as incertezas de seu ambiente de trabalho, que fique à deriva no mar das rápidas mudanças. As possíveis consequências para o trabalhador, Sennett indica ao explicar a origem do termo flexibilidade:

Seu sentido derivou originalmente da simples observação de que, embora a árvore se dobrasse ao vento, seus galhos sempre voltavam à posição normal. “Flexibilidade” designa essa capacidade de ceder e recuperar-se da árvore, o teste e restauração de sua forma. Em termos ideais, o comportamento humano flexível deve ter a mesma força tênsil: ser adaptável a circunstâncias variáveis, mas não quebrado por elas. A sociedade hoje busca meios de destruir os males da rotina com a criação de instituições mais flexíveis. As práticas de flexibilidade, porém, concentram-se mais nas forças que dobram as pessoas (Sennett, 2001, p. 53).

A vitalidade do capitalismo depende diretamente de seu crescimento constante, visto que só ele é capaz de garantir os lucros e a acumulação. Isso quer dizer que é fundamento do sistema a necessidade de sua expansão, da qual depende a sua saúde econômica. Esse crescimento, por sua vez, sobrevive diretamente da exploração do trabalho vivo, basicamente a diferença entre o que cria o trabalho e o que ele adquire – *isto é, a mais valia*. Por mais que não se apresentem com esses intentos, é nessa relação que procuram atuar as flexibilizações. Elas

agem não só no sentido de recriar processos para melhor extração da mais valia, como também inovar nos mecanismos de controle do trabalho, para que se mantenha algum comando na contradição central entre capital e trabalho. Por essa necessidade de controle e crescimento que o capitalismo se torna um sistema cheio de antagonismos, mas altamente dinâmico e constante gerador de inovações no campo tecnológico e organizacional. Entretanto, são contradições que também fazem com que o capitalismo seja sempre propenso a crises – como foi a crise do fordismo. Para István Mészáros (2004), no entanto, estes processos de flexibilização puderam maquiá, mas não deram conta de superar a crise. O que presenciamos a partir nos anos 1970, para o autor, não é apenas uma crise conjuntural como tantas outras, mas uma crise estrutural do sistema do capital como um todo, pois têm um caráter universal e global, atingindo não só um ou outro ramo da produção nem afetando um número limitado de países. Para Mészáros, a crise se estende até os dias de hoje e um dos seus principais sintomas é o *desemprego estrutural*:

Portanto, não estamos mais diante dos subprodutos “normais” e voluntariamente aceitos do “crescimento e do desenvolvimento”, mas de seu movimento em direção a um colapso; nem tampouco diante de problemas periféricos dos “bolsões de subdesenvolvimento”, mas diante de uma contradição fundamental do modo de produção capitalista como um todo, que transforma até mesmo as últimas conquistas do “desenvolvimento”, da “racionalização” e da “modernização” em fardos paralisantes de subdesenvolvimento crônico. E o mais importante de tudo é quem sofre todas as consequências desta situação não é mais a multidão socialmente impotente, apática e fragmentada das pessoas “desprivilegiadas”, mas *todas* as categorias de trabalhadores qualificados e não-qualificados: ou seja, objetivamente, *a totalidade da força de trabalho da sociedade* (Mészáros, 2002, p. 983-1.011 apud Mészáros, 2004, p. 17).

O encurtamento das fronteiras e a integração entre os territórios, que costuma-se celebrar como dádivas da globalização, diante do movimento de desemprego estrutural assumem uma face perversa que ge-

ra amplos benefícios a um limitado grupo de pessoas. A esse lado do processo de mundialização da pobreza, o geógrafo brasileiro Milton Santos (2010) chama de *globalitarismo*; um gesto associado a um discurso único sobre a realidade, em que a alta competitividade é fonte de novos totalitarismos, da expansão do papel político de empresas na regulação da vida social e de ampliação da pobreza através de um sistema onde a perversidade é sistêmica – na medida em que a precarização do trabalho e o desemprego, como já destacado por Mészáros, atingem a totalidade da força de trabalho global. Ao processo de flexibilização estão ligados ainda dois outros movimentos característicos dessa nova fase do capitalismo: a hegemonia do capital financeiro e a emergência do consenso neoliberal. A necessidade de expansão do capital após a crise de 1973 provocou uma série de novas medidas no sentido de desregulamentação do mercado financeiro. Como produto dessas medidas emerge uma nova engenharia financeira extremamente complexa e criadora de negócios especulativos e arriscados, fora do controle público e com um potencial destrutivo de alcance global. Essa saída seria geradora de um novo colapso econômico vivenciado em 2008 e que se arrasta até hoje, sendo acompanhado por um amplo endividamento da classe trabalhadora, bem como da perda de benefícios sociais e altos índices de desemprego juvenil antes nunca vistos em alguns países⁶.

O neoliberalismo, por sua vez, atua principalmente a partir de três orientações fundamentais: a desregulamentação da economia, a privatização de todos os setores possíveis e o corte de gastos públicos (Klein, 2008). A desregulamentação foi condição necessária para que o mercado financeiro pudesse atuar sem grandes barreiras para inventar seus novos negócios arriscados, assim como as privatizações e os cortes de gastos públicos aconteceram para garantir a expansão do capital e a retirada do Estado de muitas áreas do bem-estar social. Ao

⁶ Entendemos que a crise que estourou em 2007/2008 é parte de um mesmo movimento de crise sistêmica que se inicia nos anos de 1970, sendo que os dois períodos não correspondem à abertura e fechamento de um ciclo. Também as recentes turbulências na Europa, que têm gerado uma brutal devastação social em alguns países, são parte dessa mesma crise do capital. Temos na leitura de *O enigma do capital*, também de David Harvey (2011), a principal referência para o entendimento dessa última fase da crise.

se proteger de críticas através da defesa de conceitos valiosos, como a liberdade individual e a criatividade humana, pode-se dizer que o neoliberalismo como teoria das práticas político-econômicas e como um projeto de classe (logo, também como ideologia), tornou-se hegemônico em quase todo o planeta nas últimas décadas do século 20, com maior convergência na América Latina nos anos 1990 sob a articulação do Consenso de Washington⁷. Para Harvey,

Podemos, portanto, interpretar a neoliberalização seja como um projeto utópico de realizar um plano teórico de reorganização do capitalismo internacional seja como um projeto político de restabelecimento das condições de acumulação do capital e de restauração do poder das elites econômicas [...]. A neoliberalização não foi muito eficaz na revitalização da acumulação do capital global, mas teve notável sucesso na restauração ou, em alguns casos [...] na criação do poder de uma elite econômica. O utopismo teórico de argumento neoliberal, em conclusão, funcionou primordialmente como um sistema de justificação e de legitimação do que quer que tenha sido necessário fazer para alcançar esse fim (Harvey, 2008, p. 27).

Ainda que se fundamente em um discurso que prega o recuo do Estado em ações de interferência e participação no mercado, o neoliberalismo demandou governos extremamente interventores para se instaurar – a ação do *Estado Neoliberal* deveria se dar principalmente no controle do trabalho, através da aberta perseguição a sindicatos e

⁷ A expressão se refere um conjunto de regras formuladas em 1989 por economistas e instituições financeiras – como o FMI e o Banco Mundial – enquanto uma receita mínima que deveria ser seguida a risca pelos países em desenvolvimento que almejassem uma integração ao mercado mundial. As dez regras iniciais do Consenso de Washington eram: (1) Disciplina fiscal; (2) Redução dos gastos públicos; (3) Reforma tributária; (4) Juros de mercado; (5) Câmbio de mercado; (6) Abertura comercial; (7) Investimento estrangeiro direto, com eliminação de restrições; (8) Privatização das estatais; (9) Desregulamentação (afrouxamento das leis econômicas e trabalhistas); (10) Direito à propriedade intelectual. Atribui-se a adoção ampla de tais medidas o aumento da desigualdade nos países da América Latina no período, bem como o surgimento de crises profundas, como a que solapou a Argentina em 2001.

ações organizadas de trabalhadores, e a corrosão dos direitos trabalhistas. Tais medidas exigiram governos com atuações deveras autoritárias, como o de Ronald Regan nos EUA (1981-1989) e o de Margaret Thatcher no Reino Unido (1979-1990), especialmente lembrado pela resistência às medidas neoliberais e uma impopularidade que marcaria diferentes gerações⁸. Na América Latina, o Chile serviria de laboratório para as experiências neoliberais dos *Chicago Boys* de Milton Friedman⁹. Os experimentos do “projeto utópico”, no entanto, só foram possíveis no país graças à ajuda do golpe militar que manteve Augusto Pinochet na presidência entre 1973 e 1990, resultou em mais de 40 mil civis mortos ou desaparecidos e um legado de privatizações e de precarização das condições de vida dos trabalhadores chilenos.

No Brasil, pode-se dizer que algumas políticas do receituário neoliberal já vinham sendo aplicadas nos anos 1980, mas a sua consolidação definitiva se dá nos anos 1990. Os governos de Fernando Collor (1990-1992) e Itamar Franco (1992-1995) haviam tentado controlar a inflação a partir do congelamento de salários e da privatização e sucateamento das empresas estatais. A implementação do Plano Real, em 1994 sob o comando do Ministro da Fazenda Fernando Henrique Cardoso (FHC), foi de fato eficaz em estancar o processo inflacio-

⁸ A memória coletiva dos anos vividos sob ataque à classe trabalhadora, continuou se expressando sob diferentes formas mesmo depois do fim do mandato da Dama de Ferro. Em 2012 a torcida de um dos mais populares clubes de futebol da Inglaterra, o Liverpool, entoava no campo um canto que dizia “todos faremos uma festa quando Margaret Thatcher morrer!” (o vídeo da torcida, visualizado em maio de 2014, pode ser acessado em <<https://www.youtube.com/watch?v=x-4FJcnX0i8>>). De fato, um ano depois, na ocasião da morte de Thatcher, algumas festas de rua surgiram espontaneamente. No bairro multiétnico de Brixton (Londres), os moradores celebravam o funeral ao som da canção “Ghost town”, gravada em 1980 pela banda de ska The Specials. Transcrevo aqui um trecho da música: “*This town is going like a ghost town / Why must the youth fight against themselves? / Government leaving the youth on the shelf. / No job to be found in this country. Can't go on no more!*”. Um vídeo da celebração em Brixton, visualizado em maio de 2014, pode ser acessado em <<https://www.youtube.com/watch?v=ikhRGrJReJ8>>.

⁹ Chicago Boys é como ficou conhecido o grupo de economistas chilenos formados por um programa do Instituto de Economia da Universidade de Chicago, sob o comando de Milton Friedman. O grupo foi responsável por montar todo o plano econômico – conhecido como O Tijolo – feito para comandar as reformas chilenas pós-golpe (Klein, 2008).

nário que já se mostrava crônico no país. No entanto, o excesso de gastos públicos foi apresentado aos eleitores como o grande problema que precisava ser resolvido para controlar a inflação, uma justificativa bastante simplista e ideológica para dar sequência à reestruturação produtiva seguindo os interesses de necessidade expansiva do capital internacional (Perondi, 2014). Com base nesse entendimento deu-se sequência a uma série de privatizações nos serviços públicos e empresas estatais, bem como reformas previdenciárias e administrativas. As consequências de tais medidas, entoadas em perfeita frequência com o receituário do Consenso de Washington, seriam intensificadas no período em que FHC passou a ocupar a presidência (1995-2003):

O aumento das taxas de desemprego atingiu recordes históricos durante o governo de FHC, e a redução da oferta de trabalho formal se deu mesmo nos anos em que a economia apresentou crescimento significativo. Ao final do seu primeiro mandato, as taxas de desemprego estavam 50% maiores do que no ano de sua eleição. Além disso, os índices de desemprego só não foram piores por conta da explosão dos empregos por conta própria, informais, terceirizados, etc. Contudo, a adoção e o estímulo dessas modalidades de emprego por parte do Estado deram início a um intenso processo de desregulamentação e precarização das condições de trabalho no Brasil (Perondi, 2014, p. 30).

O mandato de FHC não se assemelha aos de outros governos neoliberais apenas pelas políticas econômicas e sociais. Poucos meses depois de assumir a presidência, FHC agia com truculência frente à greve nacional dos petroleiros, descumprindo acordos, aplicando multas aos sindicatos e militarizando o conflito ao solicitar que o exército ocupasse as refinarias paradas pelos trabalhadores (Antunes, 2005, p. 32). No mesmo período, para fazer frente a “competitividade global”, as práticas de flexibilização eram adotadas com mais frequência no país, primeiro dentro das filiais das grandes corporações internacionais e depois nas empresas de menor porte – visto o poder que têm as grandes corporações de ditar os padrões de funcionamento do sistema produtivo (Perondi, 2014, p. 17). Como destaca Ricardo Antunes

(2006), o fordismo ia aos poucos abrindo espaço para o toyotismo, na medida em que novas linhas de montagem se instalavam ao lado das antigas, mas a heterogeneidade seria característica da reestruturação produtiva no Brasil. Nos anos 1990, a que o autor se refere como *a década neoliberal*, adota-se com mais intensidade nas empresas e fábricas brasileiras a subcontratação, a terceirização e o deslocamento de plantas e unidades produtivas. O fordismo periférico e subordinado do Brasil vai se mesclando com as novas formas flexíveis de acumulação.

Antunes (2005, p. 21) cita como exemplo alguns estudos de caso de diferentes setores produtivos brasileiros, onde o movimento de flexibilização causou impactos na força de trabalho. No sistema bancário, por exemplo, enquanto os grandes conglomerados privados cresciam com taxas enormes de lucro, o número de trabalhadores foi reduzido de 800 mil, no final da década de 1980, para 400 mil em 2005. Neste setor, houve um grande movimento de terceirização, precarização das condições de trabalho e redução dos salários, além da adoção de programas “participacionistas” que passariam a constranger os trabalhadores a tornarem-se “colaboradores” das instituições financeiras, inovando o controle sob o trabalho e aumentando a produtividade. No setor de calçados, pesquisas constataram que as terceirizações, por meio da ampliação do trabalho em domicílio ou em pequenas unidades de produção, em locais precários ou improvisados, contribuíram para a precarização das condições de trabalho além do aumento do trabalho infantil (Antunes, 2005, p. 22). Direitos trabalhistas como as férias, o descanso remunerado ou a aposentadoria, tornam-se mais facilmente burláveis diante da externalização e terceirização da produção:

Uma vez preservada a marca (já que vivenciamos a era do capitalismo dos signos, das embalagens, do involucral e do supérfluo), as empresas passaram, então, a recorrer ainda mais à terceirização, reduzindo os custos da produção, acarretando um enorme desemprego e enfraquecendo a coesão e solidariedade dos trabalhadores (Antunes, 2005, p. 23).

Um dos casos citados pelo autor é da Cia. Hering, empresa têxtil de Santa Catarina que na década de 1990 terceirizou mais de 50% da

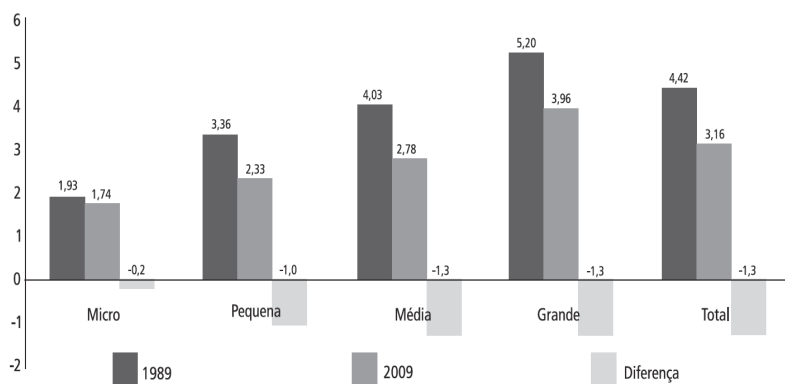
sua produção, provocando a perda de emprego de cerca de 70% dos trabalhadores (Antunes, 2005, p. 23). Nos últimos anos, também no setor têxtil, tem sido recorrente as denúncias sobre o uso de mão de obra de trabalhadores em situação de escravidão, especialmente de imigrantes¹⁰. Entretanto, há um dissipado entendimento de que a condição de vida dos trabalhadores brasileiros apresentou uma melhoria significativa na última década. Essa melhoria é constatada pelo aumento no número de empregos formais, pelo incremento no valor do salário mínimo (com ganhos acima dos índices de inflação) e também no poder de compra da população como um todo. São melhorias que podem ser consideradas positivamente, mas que precisam ser compreendidas dentro do quadro geral de continuidade que caracteriza a acumulação flexível e a própria permanência da ordem do capital:

Alguns aspectos importantes para a compreensão do mundo do trabalho nos dias de hoje podem ser bastante elucidativos [...]: 1) houve aumento significativo do número de empregos terceirizados, temporários, subcontratados, que a despeito de constituírem-se como formas precárias de contratação, estão incluídos na categoria de trabalho formal; 2) os ganhos salariais evidenciados no período recente não alcançaram a mesma magnitude que o crescimento do conjunto da economia ou dos lucros dos principais setores empresariais; 3) o aumento do poder de compra dos trabalhadores se deu concomitantemente com a abertura comercial da economia brasileira e ao crescimento do endividamento da população (Perondi, 2014, p. 5).

¹⁰ Em 2010 uma oficina de costura em São Paulo foi denunciada ao Ministério do Trabalho por manter uma média de 20 trabalhadores bolivianos (incluindo um menor de idade) em situações enquadradas como trabalho escravo. As peças eram produzidas para a rede de lojas Marisa, que foi absolvida em primeira instância porque não possuía vínculo direto com os trabalhadores. A mesma oficina também produzia peças para a rede de lojas de roupa C&A. Em 2011, outras duas oficinas de costura denunciadas produziam peças para a marca espanhola Zara. A oficina pagava cerca de R\$ 2,00 por peça a cada imigrante que trabalhava na costura e se encontrava a mesma peça sendo vendida nas lojas da Zara por R\$ 139,00 reais. Sobre o caso da Zara ler em <<http://reporterbrasil.org.br/2011/08/roupas-da-zara-sao-fabricadas-com-mao-de-obra-escrava/>> e da Marisa em <<http://reporterbrasil.org.br/2010/03/escravidao-e-flagrada-em-oficina-de-costura-ligada-a-marisa/>>, acessados em maio de 2014.

Segundo Pochmann (2012, p. 27), na primeira década de 2000, 21 milhões de postos de trabalho foram criados e quase 95% deles correspondiam a um rendimento de até 1,5 salários mínimos. Há mudanças significativas na base da pirâmide social brasileira, com a diminuição da população em situação de miséria (amparada por programas de transferência direta de renda), sua inclusão no mercado de trabalho formal e a consequente (ainda que modesta) diminuição nos indicadores de desigualdade. O mesmo autor apresenta um amplo estudo sobre o trabalho dessa faixa da população, apontando que boa parte de sua mão de obra foi empregada no setor de serviços, em trabalhos de ampla rotatividade e com caráter temporário. As micro e pequenas empresas são responsáveis pela metade dos postos de trabalho formais criados entre 1989 e 2009 (Pochmann, 2012, p. 89). Entretanto, os regimes de alta rotatividade – que respondem pela substituição de um empregado de maior salário por outro de menor remuneração –, típicos da acumulação flexível, atuaram no sentido de reduzir o salário nessas empresas. A diminuição, porém, não atinge somente esse porte de empresa, como observamos no gráfico a seguir.

Gráfico 1 – Brasil: evolução dos empregos formais segundo nível de renda média dos ocupados e por tamanho de estabelecimento (em salário mínimo real)



Fonte: Pochmann (2012, p. 92).

A alta rotatividade atinge com maior força os trabalhadores mais jovens, especialmente os com menor índice de escolaridade. Em boa medida, é a alguns desses trabalhadores que Ruy Braga (2012, p. 19) dá o título de *precariado*, a fração mais mal paga e deteriorada do proletariado urbano e dos trabalhadores agrícolas. Resultantes das privatizações de empresas públicas, da deterioração do mercado de trabalho e, também, da evolução das tecnologias de comunicação nos anos 1990, o *precariado* brasileiro da era da acumulação flexível é apresentado por Braga pelo exemplo do setor de *call centers*. As centrais terceirizadas de teleatendimento, são algumas das maiores empregadoras privadas do país, configurando-se como uma das principais portas de entrada de jovens no mercado de trabalho formal (Braga, 2012, p. 188). A alta rotatividade, a remuneração modesta e o grande índice de adoecimentos são marcas conhecidas dessa ocupação. Seria bastante forçado, senão injusto, dar a esse grupo de indivíduos o título de “nova classe média”. O aumento de ocupados na base da pirâmide social, se trata, na verdade, do incremento da própria classe trabalhadora, que por sua vez, ao aumentar seu rendimento, aumenta também o consumo. Para Braga¹¹ e Pochmann (2012), o frequente uso atual do termo “nova classe média”, no entanto, não é necessariamente acidental:

O adicional de ocupados na base da pirâmide social reforçou o contingente da classe trabalhadora, equivocadamente identificada como uma nova classe média. Talvez não seja bem um mero equívoco conceitual, mas expressão da disputa que se instala em torno da concepção e condução das políticas públicas atuais. A interpretação de classe média (nova) resulta, em consequência, no apelo à reorientação das políticas públicas para a perspectiva fundamentalmente mercantil. Ou seja, o fortalecimento dos planos privados de saúde, educação, assistência e previdência, entre outros. Nesse sentido, não se apresentaria isolada a simultânea ação propagandista desvalorizadora dos serviços públicos (Sistema Único de Saúde, a educação e a previdência social) (Pochmann, 2012, p. 11).

¹¹ Conferência “As jornadas de junho e o espectro do *precariado*”, proferida por Ruy Braga na Universidade Estadual de Santa Catarina, em 21 de março de 2014.

Procuramos apresentar brevemente alguns aspectos do cenário social e econômico que emerge a partir das novas necessidades de expansão do capital, bem como os recursos encontrados através das metamorfoses no mundo do trabalho. O maior destaque foi dado ao sentido de continuidade do modo de produção, em detrimento as perspectivas que buscam dar o tom de rupturas radicais em processos meramente adaptativos. Resgatando assertivas do pretérito, não é por mera coincidência que os discursos em defesa do empreendedorismo emergem com maior intensidade no Brasil durante os anos 1990. Vejamos a seguir como tais pregações assumem um senso ativamente ideológico nesse cenário, tendo em consideração as colocações do Capítulo 1 e a conceituação de ideologia anteriormente exposta.

2.3 EMPREENDEDORISMO COMO IDEOLOGIA – O ESPÍRITO DE DONO

Por via de suas instituições ou teorias, os discursos em defesa da promoção do empreendedorismo estão unificadamente fundamentados no pressuposto de que *o enriquecimento individual de alguns investidores privados* – empreendedores – *traz como resultado, quase que mecânico, o desenvolvimento coletivo*. Como vimos anteriormente, essa hipótese fundamental está presente desde as teorias de Say e Schumpeter, até as ações promovidas pelo Sebrae e o Instituto Endeavor, passando também pelos experimentos de David McClelland. A tese, por si só, carrega consigo uma série de estratégias tipicamente ideológicas que merecem devida reflexão. De início, o que se entende por *desenvolvimento* esporadicamente aparece de forma explícita, mas amiúde manifesta-se relacionalmente com as noções de modernização, criação de riqueza, ampliação do consumo e *progresso* – do qual o empreendedor descrito por Schumpeter é o próprio portador material. A imagem do desenvolvimento, mesmo quando apresentada sob formas hipoteticamente alternativas, como a *sustentabilidade*¹², fun-

¹² O termo *sustentabilidade* tem sido amplamente adotado pelas perspectivas pró-empREENDEDORAS para referir-se as medidas que empresas podem tomar para diminuir impactos ambientais. Para Mészáros (2004, p. 44), a real sustentabilidade equivale ao

ciona no discurso empreendedor de modo a naturalizar e destituir de história a ordem do atual modo de produção e suas instituições. Para Say (1983, p. 121), por exemplo, o próprio processo de acumulação não é em si dotado de história, já que constitui a “essência natural” da humanidade, aquilo que nos diferencia definitivamente dos animais não-humanos. Ainda que se faça uns e outros ajustes superficiais na esfera discursiva, o avanço e expansão do capital é apresentado como sinônimo único do desenvolvimento humano. Sendo assim, seu fomento se externaliza como caminho ímpar para a chegada a uma sociedade “bem-sucedida”. Para Mészáros, essa concepção de desenvolvimento, naturalizada pelos ideólogos do empreendedorismo, está ligada a multiplicação do desperdício e a própria deturpação da noção de economia:

O cultivo canceroso do “consumismo” em contraste com a negação até das necessidades mais elementares da esmagadora maioria da humanidade – é a consequência necessária das determinações socioeconômicas subjacentes. E não termina por aí a perversa violação do conceito de economia. Ela é também agravada pela forma como se define a *abundância*, pois, nessa estrutura de gerência econômica, o conceito de “abundância” constitui um círculo vicioso com *desperdício ilimitado e ilimitável*. Nunca é demais insistir, o imperativo auto-expansionista do capital é totalmente incompatível com o conceito de economia como *economizar*. Assim, nossa sociedade é declarada “avançada” (o que realmente significa nada mais do que *capitalisticamente avançada*) com base na sua capacidade de produzir e manter o desperdício, a serviço da manutenção da expansão do capital a qualquer custo (Mészáros, 2004, p. 47).

Na contramão do que afirma Mészáros, para os defensores do empreendedorismo o desenvolvimento para uma sociedade “capitalisticamente avançada” não teria nenhuma relação direta com a paupe-

“[...] controle consciente do processo de reprodução sociometabólica pelos produtores livremente associados” e é totalmente incompatível com o antagonismo insustentável da ordem reprodutiva do capital.

rização de parcelas da sociedade, muito pelo contrário. Para o Instituto Endeavor, por exemplo, estimular que órgãos públicos e privados impulsionem a criação de grandes empresas – representadas pelo que eles chamam de *empreendedores de alto impacto* – é o *mais eficiente programa de combate a pobreza no mundo*. Ainda no início dos anos 1940, Schumpeter (1984, p. 92) previa que o capitalismo, através de seu exército de empreendedores e destruições criativas, eliminaria completamente a pobreza sem que fosse necessária qualquer ruptura com sua lógica estrutural de funcionamento. É seguindo essa mesma cadência que Drucker (2003, p. 349), quase meio século depois, afirma que o empreendedorismo está fazendo uma revolução “sob controle” e sem “catástrofes econômicas”. Assim como John Maynard Keynes, Schumpeter (1984) acreditava que o capitalismo, com seus processos adaptativos, iria elevar progressivamente o padrão de vida das massas com o aumento do consumo e do poder de compra do salário como resultados automáticos da expansão do capital. Além de delimitar a questão do desenvolvimento para a esfera do consumo, o que é em si problemático, a tese serve como antídoto para a emergência de uma racionalidade contra-hegemônica. De todo modo, mesmo os resultados prometidos por esse crescimento têm se mostrado faccioso para a maioria da população global.

Segundo o relatório *Governar para las elites*, publicado em 2014 pelo instituto internacional Oxfam, a metade da riqueza mundial encontra-se hoje concentrada nas mãos de apenas 1% da população, cuja renda foi incrementada entre os anos de 1980 e 2012. A riqueza desses 1% equivale a 110 bilhões de dólares, uma quantia 65 vezes maior que o total do que possui a metade mais pobre da população mundial. Ainda segundo o relatório, constata-se que essa metade mais pobre possui a mesma riqueza que as 85 pessoas mais ricas do planeta, sendo que 7 de cada 10 indivíduos do mundo vivem em países onde a desigualdade econômica aumentou nos últimos 30 anos. Até mesmo no país que poderia ser considerado o mais “capitalisticamente avançado”, os Estados Unidos, o abismo entre pobres e ricos tem aumentado. Após a crise de 2008, o 1% mais rico da população acumulou 95% do crescimento total, ao mesmo tempo em que 90% da população total do

país passou por um processo de empobrecimento no mesmo período¹³. Apesar dos modestos ganhos para a classe trabalhadora, o número de bilionários brasileiros na celebrada lista da *Forbes* cresceu de 6 para 65 em apenas uma década¹⁴. Esses dados atestam que o movimento auto-expansionista do capital, nos anos de reestruturação produtiva, tem gerado riqueza no mesmo ritmo que a concentra. Diante desse cenário, insistir em declarar que o enriquecimento de alguns têm por resultado involuntário o “desenvolvimento” coletivo corresponde a estratégia ideológica mais clássica para a legitimação discursiva da exploração: expressar o interesse da classe capitalista como interesse coletivo.

Esse é o segundo ponto crucial que nos leva a interpretar a ideia central do empreendedorismo como uma quimera excepcionalmente ideológica: ao afirmar que o empreendedor, como gestor ou proprietário, é o agente central indispensável da economia – ou ainda, o *motor da história*, como diria Schumpeter – que através de suas ações individuais gera benefícios coletivos, está se declarando que o interesse de alguns sujeitos, a frente do controle de empresas privadas, corresponde ao interesse coletivo. Seguindo o raciocínio anteriormente apresentado, pode-se dizer que *as ideias a cerca do empreendedorismo são as ideias que a classe dominante faz sobre a sua própria dominação*, tratando aquilo que é o exercício da exploração e controle do trabalho alheio como matéria para o progresso e a evolução coletiva. Para que essa relação se consolide é preciso afirmar um discurso unificador através da mobilização da retórica do desenvolvimento naturalizado. Para Mészáros (2004, p. 49) o único desenvolvimento significativo deveria ser medido pela ampliação do domínio da sociedade sobre a

¹³ Não por acaso, no final de 2011, o Occupy Wall Street – levante que ocupou as ruas de Nova York por semanas em protesto ao excessivo poder do setor financeiro e a destruição deixada pela crise e que, posteriormente, se espalhou também para outras cidades no mundo – adotou como palavra de ordem “*We are the 99%*”, ou “*Nós somos os 99%*”. Ver *Occupy: movimentos de protestos que ocuparam as ruas*, da editora Boitempo, 2012.

¹⁴ Ver matéria do jornal *O Estadão* “Número de bilionários brasileiros salta de 6 para 65 em uma década”, publicada em março de 2014 em <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,numero-de-bilionarios-brasileiros-salta-de-6-para-65-em-uma-decada,178916e>>. Acesso em: maio 2014.

riqueza, sem o qual resulta o aumento da desigualdade e concentração do capital. Como mostram os dados da Oxfam, apesar dos avanços na produtividade, não há equivalente distribuição da riqueza, e isso ocorre porque esse não é um problema estritamente econômico, que será resolvido por destruições criativas, inovações, aberturas de empresas ou novas revoluções industriais. A questão é eminentemente social. Da mesma forma, o desemprego estrutural também não pode ser resolvido a partir da ampliação do empreendedorismo e suas inovações – como quer o discurso do Endeavor ou os programas do Sebrae –, mas somente reduzindo o tempo de labuta de cada um conforme as necessidades reais, através do aumento do controle do trabalho sobre o capital (Mészáros, 2001, p. 64).

Projetos como o Empretec, promovido pela ONU e rigorosamente pensado para os países que ocupam a periferia do capital, têm por objetivo continuar a expandir esse modelo uno de desenvolvimento para todo o globo. É muito sintomático que também o Instituto Endeavor revele como seu principal foco os países em desenvolvimento. A última sede do Endeavor foi inaugurada em 2012 na Grécia, em pleno contexto de sua aguda crise financeira e política, que teve como consequência amplas perdas nos direitos trabalhistas, o empobrecimento brutal de grande parte da população, uma insurgência política que expôs conflitos e tomou as ruas gregas por meses, e um debate intenso em torno das possíveis saídas para a crise. Nessas conjunturas, o empreendedorismo surge como discurso universalizante, na medida em que se mostra como saída única para todos, estimulando a integração em um só mundo possível. Justo nos territórios que mais sofrem com as consequências da divisão internacional do trabalho e da necessidade predatória da expansão do capital, o empreendedorismo emerge como resposta de modo a apaziguar os ânimos e apontar para um caminho dentro da ordem das coisas. Em termos globais e no nível concreto dos projetos de algumas instituições, o empreendedorismo assume uma face colonialista na medida em que cerceia outras formas de pensar o desenvolvimento e aponta para a integração global dentro da lógica do *globalitarismo*. Aqueles que não se adaptam, diria Schumpeter, serão varridos pelos ventos incessantes da destruição criativa.

Vejamos agora como os discursos pró-empREENDEDORISMO fornecem significados particulares às mudanças conduzidas pela acumulação flexível, especialmente em termos de adaptação as novas condições de controle do trabalho. Como vimos no primeiro capítulo, a imagem do sujeito empreendedor é construída a partir de uma série de atributos positivos que, conjuntamente, compõem a alegoria do empreendedor como uma espécie de herói do mundo dos negócios: sonhador, valente, líder, inovador, ousado, responsável, perseverante, etc. Essa imagem, no entanto, não é exteriorizada apenas aos indivíduos que já possuem uma grande empresa ou que estão em processo de começar um novo negócio. Nitidamente, o discurso sobre os atributos psicológicos e morais do empreendedor tem por objetivo sua amplificação através de diversos meios, desde vídeos e palestras, às revistas, livros e programas de televisão – além de, é claro, as tentativas de inserção do empreendedorismo na educação formal através da *pedagogia empreendedora* (ver Coan, 2011). Ou seja, ainda que se compreenda que o discurso pró-empREENDEDOR tenha por estratégia legitimar as relações de exploração, isso não quer dizer que ele não seja voltado para a classe trabalhadora – muito pelo contrário! Ao promover esses atributos aos indivíduos que vivem unicamente de seu trabalho, *o discurso empreendedor impulsiona um processo de adaptação às condições impostas pela acumulação flexível*, sem deixar de reconhecer os desejos e demandas legítimas desses sujeitos, especialmente de sua fração mais jovem e precarizada.

A disposição para correr riscos é a característica mais enfatizada como atributo central da heroica personalidade empreendedora. Como vimos no primeiro capítulo, propõe-se que o empreendedor é aquele que aceita as incertezas, que tem habilidade de lidar com o indefinido, que sente-se confortável frente a um universo de instabilidades e positivamente desafiado pelos vaivéns do mercado. O incentivo e cobrança desse tipo de atitude aos jovens da classe trabalhadora não se trata unicamente de um questão despretensiosa de encorajamento. Para além do que se mostra em sua superfície, esse é um discurso que, combinado às condições de trabalho impostas pela reestruturação produtiva, produz um esquema adaptativo, já que muitos jovens

trabalhadores enfrentam a entrada no mercado de trabalho através de empregos temporários e de alta rotatividade, com pouca rigidez nas leis trabalhistas. O discurso que incentiva uma “cultura empreendedora” para que os sujeitos se “arrisquem” mais nos mares agitados das incertezas combina-se perfeitamente com a aceitação da flexibilização precarizante do mercado de trabalho. Outros atributos presentes em todas as caracterizações do empreendedorismo são a capacidade de liderança combinada a responsabilização individual. Mais uma vez, se conjecturamos a promoção desses comportamentos para classe trabalhadora, veremos como eles se encaixam com perfeita harmonia nas novas técnicas de controle do trabalho. Os esquemas de gestão aparentemente menos hierárquicos, organizados através da constituição de redes horizontalizadas de autodisciplina e também de discursos *participacionistas*, são fortalecidos pela cobrança de uma atitude de responsabilidade individual e vigilância mútua do trabalho de outros membros de equipe. Ao trabalhador de uma empresa, cobra-se a responsabilidade individual e a liderança do empreendedor como forma de pulverização do controle do trabalho.

Para Dolabela (2008, p. 31) outra característica fundamental do empreendedor é que ele é um “trabalhador incansável”, de “grande energia” e “capaz de se dedicar intensamente” as suas atividades. Da mesma maneira, conforme McClelland (1972) é parte do comportamento empreendedor – que deve ser estimulado em todas as sociedades e culturas a fins de garantir o “desenvolvimento” – o gosto pelo trabalho árduo e incessante. O que chama a atenção na leitura de McClelland, no entanto, é que, segundo o autor, para o empreendedor o trabalho intenso em si gera sentimento de realização ao passo de que o lucro aparece tão somente como um símbolo ou medidor do reconhecimento dos esforços do sujeito, uma forma meramente simbólica de compensação. A leitura de McClelland e Dolabela passa a impressão de que pouca coisa mudaria se, em vez de dinheiro, o empreendedor recebesse carimbos de estrelinhas em reconhecimento a sua dedicação. Quem trabalha exclusivamente em troca de alguma compensação financeira, conclui o psicólogo norte-americano, tem um baixo índice de *n Realização*, afastando-se da desejada subjetividade empre-

enedora. Não é nenhuma novidade que um sistema de pensamento ideológico enfatize a dedicação ao trabalho como um comportamento idôneo. O curioso aqui é que McClelland substitui a questão da acumulação (ou, como ele diz, o *motivo de lucro*) pela subjetiva necessidade de autorrealização. McClelland defende seu ponto em oposição as colocações de Marx e Engels reduzindo a questão da acumulação como uma “típica esquematização simplista da psicologia racional ou de gabinete” (1971, p. 286) que, segundo ele, provou-se falsa considerando o fato de que, se a *cobiça* fosse uma questão central, muitos empresários se “aposentariam” ainda jovens. Essa argumentação é extremamente ideológica porque ignora que a acumulação não é uma questão que diz respeito a subjetividade, vontade ou ganância de um indivíduo, mas que constitui-se em sua especificidade histórica como força motriz do modo de produção capitalista – o que a torna independente das preferências ou convicções pessoais desses sujeitos:

Antes de tudo, o motivo que impele e o objetivo que determina o processo de produção capitalista é a maior expansão possível do próprio capital, isto é, a maior produção possível de mais valia, portanto, a maior exploração possível da força de trabalho (Marx, 2011, p. 384).

O processo de expansão do capital, e a consequente exploração da força do trabalho, é imperativa ao capital, que não pode sobreviver sem ela. O capitalista, nesse quadro, apenas personifica esse processo – “sua alma é a alma do capital” (*idem*, p. 271) e isso independe completamente de quão filantropo seja o empreendedor. No entanto, McClelland reduz a questão através de um processo discursivo de seleção que precisa declarar a si mesmo e aos seus critérios como neutros – em objeção aos seus antagonistas, esses sim, sempre inabilmente enviesados. Como vimos, essa posse de exclusiva neutralidade é também característica nas formações discursivas ideológicas. Quando voltada a classe trabalhadora, a afirmação de que só trabalha por dinheiro aquele que é desprovido do “espírito empreendedor” é também uma forma de coibir a cobrança pelo cumprimento de direitos trabalhistas básicos, como o pagamento de horas extras e o descanso remunerado. Nesses

casos, a situação parece inverte-se: ganancioso é aquele trabalhador que insistentemente demanda um preço justo pela venda de sua mercadoria, da sua força de trabalho. O coroamento dessas perspectivas de adaptação é dado na administração pelo contemporâneo conceito de *intraempreendedor* ou *empregado-empendedor*, que significa nada mais que alguém que, apesar de ser mero trabalhador de uma empresa, atua a partir de atitudes empreendedoras. Segundo um material produzido pelo Sebrae – e dedicado a um programa educacional promovido pelo governo federal¹⁵ – o *intraempreendedor* é aquele que adota uma postura positiva, ou ainda:

[...] aquele capaz de administrar os recursos e processos que estão em seu poder como se eles fossem seus próprios, com o chamado “*espírito de dono*”. A lógica é bem simples (embora sua prática não seja necessariamente das mais fáceis): se o colaborador administra os recursos da empresa/instituição como se fossem seus, muito provavelmente desperdiçará menos materiais, faltará menos ao trabalho, buscará desenvolver novos caminhos de forma a superar os desafios e aperfeiçoar os processos internos. Esse profissional possui um nível de motivação pessoal e inteligência emocional que lhe possibilite desenvolver estratégias e articulações as quais, via de regra, possibilitam a implantação de suas propostas. Quando se comporta assim, esse profissional está empreendendo dentro da empresa (órgão ou instituição), promovendo mudanças, propondo projetos e melhorias com o objetivo de colaborar para que a missão e visão institucional sejam alcançados. Esta é uma das conceituações mais tradicionais do *Intraempreendedorismo* (Sebrae, 2013, p. 29, grifo nosso).

Fica manifesto nesse trecho que a noção do *intraempreendedor*

¹⁵ O material referido trata-se de um texto de apresentação do programa *Pronatec Empreendedor*, desenvolvido pelo Sebrae em parceria com o Ministério da Educação. É uma versão Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) que busca capacitar professores para o ensino do empreendedorismo e oferecer a perspectiva de autoemprego aos alunos. O *site* do programa, acessado em maio de 2014, está disponível em <<http://pronatecempreendedor.sebrae.com.br/>>.

pode ser considerada por sua estratégia ideológica no sentido em que procura anular conflitos de classe quando postula que o empregado deve atuar como se os interesses de seus patrões fossem equivalentes aos seus próprios interesses – isso é, ter “espírito de dono”. Além disso, tal retórica adapta-se perfeitamente as novas formas de gestão e controle do trabalho no que toca a questão participacionista, que busca aumentar a produtividade através da criação de um imaginário em que a expansão do capital de uma empresa trará igual benefício a todos seus “colaboradores”. O bom empregado deve dedicar-se com todo afinho, ser persistente e criativo (inovador) e produzir para além do que lhe é solicitado. Do intraempreendedor certamente não se espera uma postura de enfrentamento coletivo aos gestores e proprietários ou mesmo a aderência a qualquer tipo de organização sindical. O intraempreendedor é o sujeito disciplinado, não do tipo inerte, como se queria no taylorismo, mas do tipo participativo, que assume para si as ambições de seu patrão e se comporta de forma enérgica. Ele não é parte da “força puramente negativa” descrita por Drucker (2003, 355), segundo ele composta por operários “redundantes” que estão mal preparados para a flexibilidade do mercado e que, diferente dos empreendedores, são carentes de autoconfiança – ou seria ainda, desprovidos da tal *necessidade de realização*.

Entretanto, fato é que os discursos pró-empreendedorismo estão mais diretamente assentados no estímulo a que os sujeitos abandonem os seus postos de trabalho (caso eles existam) para assumirem a posição de donos de algum novo negócio. O empreendedor é *aquele que sonha*, o sujeito criativo que *luta contra os padrões impostos* e que, para exercer livremente sua criatividade, resolve ser *dono de seu próprio nariz* (Dolabela, 2008, p. 32). É evidente que esse discurso mobiliza sentimentos extremamente legítimos, como a vontade de autonomia, de não ter um patrão ou mesmo de exercício da criatividade humana. Em algum sentido, a promoção do empreendedorismo parece dar respostas as críticas qualitativas que se fazia a rigidez do modelo fordista com seu esquema disciplinar rígido e um diagrama de trabalho extremamente repetitivo e maçante. Essa resposta, no entanto não aparece como definitiva ruptura, mas sim em termos de adaptação a

nova conjuntura de crise. Frente à questão do desemprego estrutural, estimula-se que o sujeito encontre uma saída criando ele mesmo seu próprio posto de trabalho, isto é, que ele *empreenda*. Também para Maria Augusta Tavares (2007), esse movimento de promoção do empreendedorismo é ideológico e está estritamente ligado ao processo concreto de precarização das condições de trabalho e deterioração do mercado de trabalho:

A flexibilização da economia, mediante processos de terceirização, promove uma eficiente modalidade de exploração do trabalho, que começa pelos mecanismos ideológicos. Dentre outras falácias, essa política dissemina a ideia da “empregabilidade” e do “empreendedorismo”, tanto nos meios acadêmicos como nos políticos, com o que se atribui ao trabalhador uma “autonomia” que implica responsabilizá-lo pelo emprego e pelo desemprego. Por um lado, algumas ilhas de excelência encarregam-se de disseminar a ideia de que trabalhadores qualificados são muito bem pagos e gozam de privilégios. Por outro, experiências bem sucedidas do chamado empreendedorismo, destacam a iniciativa, a criatividade, a ousadia, o espírito inovador e outros aspectos subjetivos que contribuem para a geração do próprio emprego. A superficialidade desse discurso conduz o senso comum ao entendimento de que uma subjetividade particular tem a capacidade de suplantiar a objetividade da lei do valor, que é universal (Tavares, 2007, p. 5).

O parágrafo transcrito sintetiza muito bem o caráter ideológico do discurso pró-empreendedorismo e nos conduz a um ponto fundamental a ser considerado: o fato de que *a simples ausência de um patrão não pode ser confundida com o cancelamento da relação capital-trabalho*. Segundo a autora, o trabalho informal sempre existiu de forma paralela aos contratos formais, não sendo meramente uma questão “marginal” ao funcionamento da economia. No entanto, essa modalidade tem aumentado em escala global nas últimas décadas – concomitantemente às outras formas de trabalho precário, como os temporários, terceirizados e subcontratados – devido ao processo de

desemprego estrutural. No Brasil ele abrangeria uma diversidade de situações, incluindo a de assalariados sem registros, os trabalhadores por conta própria e os trabalhadores informais tradicionais – a exemplo dos camelôs, ambulantes vendedores de produtos de consumo imediato e prestadores de serviços (jardineiros, costureiras, pedreiros, etc.) (Alves; Tavares, 2006, p. 431). Para as autoras, é preciso considerar que as atividades informais estão também inseridas na divisão social do trabalho na medida em que contribuem para a circulação e consumo das mercadorias, ainda que essa inserção se dê de forma precarizante para o trabalhador.

No caso dos trabalhadores por conta própria, donos de pequenas e microempresas, frequentemente é também mobilizada a mão de obra de familiares, que nem sempre é remunerada e deve submeter-se a um tipo de controle do trabalho ausente de qualquer regulação pública. Nessas situações, o trabalhador pode não dispor de algumas condições de trabalho básicas, como a existência de uma carga horária determinada, aposentadoria, auxílio-doença ou licença maternidade. As pequenas e microempresas na maioria das vezes não contam com a mesma tecnologia das grandes corporações e, inseridas na dinâmica concorrencial do mercado, acabam por intensificar a exploração sob seus trabalhadores, pagando salários mais baixos e cortando os benefícios sociais (Alves; Tavares, 2006, p. 434). De fato, é comum ouvir nos eventos de divulgação do empreendedorismo falas a respeito da necessidade de maior flexibilização das leis trabalhistas, que seriam um impedimento para o estabelecimento de novos negócios.

O ponto central que se quer destacar aqui é o fato de que, frente ao mercado – a que todos esses tipos de trabalho e negócios devem submeter-se – *todas as promessas de autonomia se evaporam definitivamente*. Para os jovens das classes trabalhadoras, o empreendedorismo é vendido por ideólogos como uma promessa emancipatória frente a realidade precarizada da entrada no mercado de trabalho. Entretanto, na prática isso pode significar a inexistência de uma remuneração sistemática e, logo, do acesso aos benefícios que deveria gozar um trabalhador formalmente empregado. Nesse sentido, a fo-

mentação do empreendedorismo é também uma estratégia flexível que atende aos objetivos da reestruturação produtiva e dá um sentido positivo a ela, além de responsabilizar diretamente e unicamente o indivíduo pelo seu “fracasso” no mercado de trabalho. Para Alves e Tavares (2006), recorrer a “bicos” e saídas informais sempre foi uma estratégia comum da classe trabalhadora dos países periféricos. É muito comum escutar nas palestras de incentivo ao empreendedorismo que esse é um sinal de que “o povo brasileiro é muito empreendedor” e que, portanto, essa saída precisa ser incentivada enquanto política de combate ao desemprego. Ora, não se quer afirmar aqui que é impossível conseguir remunerações melhores fora do assalariamento, mas apenas que o emprego não depende exclusivamente de iniciativas individuais, por mais criativo e ousado que o indivíduo seja. Alguns empreendedores vindos da classe trabalhadora podem ser bem sucedidos (e certamente não se perderá a oportunidade de divulgar sua história enquanto *case de sucesso*), outros irão apenas garantir sua sobrevivência e muitos terão suas tentativas fracassadas em pouco tempo.

O discurso pró-empreendedorismo mostra seu caráter ideológico ao promover a ideia universalizante de que o sucesso financeiro enquanto empresário é algo que está acessível a todos – *basta acreditar e seguir os seus sonhos*, diriam esses ideólogos – todos nós podemos ser patrões e assim não haverá mais classe nenhuma. Entretanto, fato é que, quer se queira ou não, o modo de produção capitalista está fundamentalmente assentado nos processos de exploração do trabalho vivo como forma de manutenção constante da autoexpansão do capital, e isso não é mero resultado da natureza das coisas, e sim de processos históricos. A expansão do capital é condição imperativa para o funcionamento do capitalismo e independe da subjetiva vontade dos indivíduos de serem ou não explorados. Frente à crise estrutural, o discurso empreendedor coloca uma sombra nas condições materiais históricas, recorre à retórica da meritocracia e joga ao indivíduo toda a culpa por uma inserção infeliz nas estruturas de classe. Como diria o palestrante do Empretec, a mentalidade empreendedora é aquela que não procura os motivos de seus fracassos “no governo ou no mercado”, mas em

si mesmo¹⁶. Essa estratégia discursiva lembra a argumentação usada por Max Stiner e duramente criticada por Marx em *Ideologia Alemã*. Stiner acreditava que o problema dos “oprimidos” era que eles colocavam a culpa de sua situação no Estado ou nos ricos, sendo que a culpa era, na verdade, deles mesmos, que deveriam ao invés de modificar a realidade, modificar a si e ao seu pensamento (Marx, 2007, p. 208). O viés ideológico desse individualismo consiste em um tipo consciência prática que visa inibir a organização de lutas coletivas, pretendendo substituir a ruptura estrutural pela mudança de “atitude” e dando as próprias ideias um carácter autônomo – basta você querer, que assim será o mundo:

Quando São Sancho [*Max Stiner*] passa fome, a causa disto não é a falta de alimentos, mas o Seu próprio ter-fome, a sua própria qualidade de passar-fome. Quando ele cai da janela e quebra o pescoço, isso não acontece porque a força da gravidade o derrubou, mas porque a ausência de asas, a incapacidade de voar é sua qualidade própria (Marx, 2007, p. 285).

Isso é, afirmar o fim do capitalismo e a emergência de uma “sociedade empreendedora”, não é o suficiente para que as estruturas de classe magicamente se evaporem. Como postulado no Capítulo 1, é no campo da Administração que contemporaneamente se encampa com maior fôlego a defesa do projeto empreendedor. Ainda nos anos 70, em *Burocracia e ideologia* (1974) o sociólogo libertário Maurício Tragtenberg – que foi durante muitos anos professor em cursos de Administração – escrevia sobre como as teorias administrativas –

¹⁶ É claro que esse questão aparece ligada ao sentimento legítimo de autonomia adotado pelos ideólogos do empreendedorismo, conforme ilustrado pela seguinte passagem do *blog* de Valeria Nakamura, uma das facilitadoras do Empretec no Brasil: “Posso ficar o dia todo, colocando vários personagens aqui, mas de quem é realmente a responsabilidade? Totalmente, sua. Se você não colocar sua vida nas suas próprias mãos, ficará à mercê de outros e nada poderá fazer. Não adianta responsabilizar os outros, o que mudará na sua vida? Continuará no papel de vítima do mundo cruel [...]. O empreendedor assume seus erros e acertos e principalmente, busca aprender com seus erros para poder sempre se melhorar como pessoa e profissional”. Disponível em: <<http://fabricadeempreendedores.com/2008/03/18/nunca-sou-culpado-a-culpa-e-sempre-dos-outros/>>. Acesso em: maio 2014.

enquanto resultados das formações socioeconômicas de um contexto histórico específico – eram elaboradas com fins de harmonizar as relações entre capital e trabalho. Essa questão foi mais aprofundada posteriormente em *Administração, poder e ideologia* (1980), onde Tragtenberg defende que as teorias administrativas se apresentam enquanto ideias pragmáticas e destituídas de sua condição histórica de formação. A partir dessas ideias, a Administração atua de forma operacional, receitando práticas e técnicas com o objetivo fundamental de *harmonizar os antagonismos de classe* em prol dos interesses do capital. Por exemplo, o que aparece na administração como a área de *Relações Humanas* é, para Tragtenberg (1980, p. 21), nada mais do que a política de agir sobre os indivíduos e grupos de funcionários de modo a provocar neles atitudes que convêm à empresa. O autor expõe uma análise sobre o legado das ideias de Peter Drucker – um dos principais responsáveis pela expansão das ideias do empreendedorismo nos cursos de Administração – apresentando-as como uma grande ode à imagem do *business man* norte-americano, construída com o objetivo de compor uma ideologia patronal que garanta o domínio político das grandes corporações – a “sociedade das organizações”. Para Tragtenberg (1980, p. 12-13), Drucker, ao lado de outros ideólogos da Administração, formula a noção de uma sociedade pós-capitalista com a função de legitimar o *status quo* como único possível e desejável, declarado a inexistência da luta de classes frente à tendência de ascensão de uma classe média vinculada as grandes corporações. Para Ana Paes de Paula (2002) – mestre em Administração pela Fundação Getúlio Vargas – as teorias administrativas seguem desempenhando o papel de formar gestores que devem atuar como harmonizadores dos conflitos de classe, porém levando em consideração os necessários ajustes relativos a acumulação flexível:

Para perpetuar a harmonia nas relações trabalhistas e a consequente produtividade, o toyotismo recorre, a exemplo da escola das relações humanas, às ideias de cooperação, consenso, integração e participação, além da retórica de valorização dos grupos informais. Este ideário é amplamente utilizado, por exemplo, no âmbito dos programas de qualidade

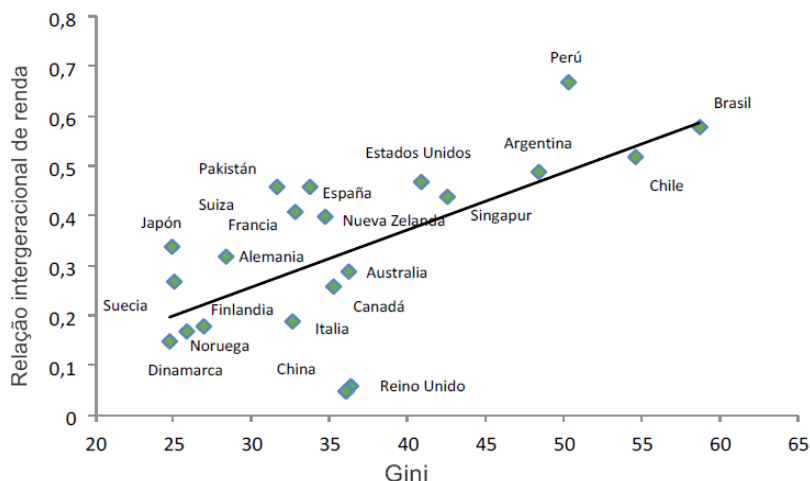
total e de melhoria contínua. Ao clamar por trabalhadores qualificados e participativos, multifuncionais e polivalentes, tal ideário procura criar a “falsa aparência” de que o novo modelo oferece enormes vantagens para o funcionário: flexibilidade para trabalhar, oportunidade para participar e melhoria da qualidade de vida no trabalho (Paula, 2002, p. 136).

Para a autora, quando essas promessas mostram-se frustrantes para os funcionários, pode-se mobilizar as ideias ligadas ao empreendedorismo. Como citado anteriormente, um dos rituais mais comuns escolhidos para a disseminação do empreendedorismo é a exposição dos *cases de sucesso*, atividade praticamente onipresente na programação de qualquer evento organizado por entidades pró-empreendedorismo e que consiste basicamente na exposição da biografia de algum empresário já bem consolidado no mercado. Ao contar essa história, no entanto, é preciso dar um sentido heroico e de superação ao personagem, o que só pode ser feito através de um processo seletivo entre aquilo que deve ou não ser contado. A ideologia atua aí como uma matriz de seleção a fim de que a narrativa contada resulte na produção de alguns sentidos que possibilitem socializar a história do personagem em uma perspectiva de experiência coletiva. Para tornar isso possível é constante, por exemplo, que o protagonista apareça como alguém que “*veio do nada*”, que construiu seu sucesso empresarial apesar das muitas dificuldades e sem contar com muito mais do que sua persistência e astúcia. No caso de jovens que já nasceram como herdeiros diretos de uma grande empresa, ou que “se arriscam” em um novo negócio porque contam com um alto montante de capital já de início, é preciso que a narrativa apague ou secundarize essas condições para garantir o sentido meritocrático da história. Nessas narrativas, ninguém nunca é filho de um milionário, ninguém nunca contou com uma série de facilidades advindas de suas condições materiais ou de rede de contatos no próprio ambiente de negócios. Nenhum deles foi ousado porque sabia que seus possíveis erros estratégicos não comprometeriam diretamente sua sobrevivência material.

Existe, é claro, um pequeno número de *cases* em que os protagonistas são originários da classe trabalhadora. Essas exceções serão

prontamente lembradas todas as vezes em que a meritocracia do mundo dos negócios for questionada – afinal, *o Sílvio Santos não era um camelô?* No entanto, é fato que as possibilidades de ascensão social em um país são proporcionais ao seu nível de distribuição da riqueza. O Gráfico 2, elaborado por Miles Corak e reproduzido pelo relatório da Oxfam (2014), relaciona o coeficiente de Gini (indicador de desigualdade) e o grau de dependência entre a renda dos indivíduos em relação àquilo que recebiam seus pais. Observa-se que no Brasil, seguindo a tendência geral, um altíssimo coeficiente de Gini vem acompanhado pela dificuldade que têm as novas gerações de ganhar mais do que ganharam seus familiares no passado. Segundo o relatório da Oxfam, essa relação é conhecida como a *Curva de Gatsby*, em referência ao romance de Scott Fitzgerald¹⁷.

Gráfico 2 – Curva de Gatsby



Fonte: Instituto Oxfam (2014).

¹⁷ *The great Gatsby*, publicado originalmente em 1925.

Sem necessariamente recorrer ao formato das palestras autobiográficas, a dinâmica dos *cases* transforma empresários em celebridades através da contínua referência a suas histórias, ao ponto de suas trajetórias pessoais – e de suas empresas – transformarem-se em uma grande referência inspiradora para os empreendedores mais jovens que desejam obter sucesso no mercado. Nesses casos, o enriquecimento desses sujeitos aparece exclusivamente enquanto um resultado direto de seus esforços e valentia. Há uma função nessas narrativas que é produzir um sentido ético positivo aos processos de acumulação das grandes empresas, o que faz com que as facilitações, os casos de corrupção, as ilegalidades e o próprio processo de exploração do trabalho, desapareçam ou sejam desvinculados das empresas. Jorge Paulo Lemman – um dos apoiadores do Endeavor no Brasil e sócio de Beto Sucupira – é um desses personagens que aparecem sempre como referência e exemplo a ser seguido pelos jovens empreendedores. Atual detentor do título de homem mais rico do Brasil, Lemman controla alguns grupos proprietários de grandes marcas como a AmBev, a Lojas Americanas e o Burger King, além de vários comércios virtuais de varejo. A fortuna acumulada por Lemman é resultado direto da exploração do trabalho vivo, que se configura no capitalismo como o único processo em que é possível produzir mais valor. Entretanto, a história de sua ascensão como empresário nunca aparece ligada, por exemplo, ao processo de exploração de mão de obra escravizada que foi operado pelas empresas terceirizadas das Lojas Americanas em 2013¹⁸. Quando se conta a história de como Lemman virou o homem mais rico do país jamais faz-se referência ao processo que o Buger King sofreu em 2011 pela prática ilegal de rodízio de funções como forma escolhida pela empresa para evitar maiores custos com a contratação de postos específicos de trabalho – e portanto, para intensificar a extração de mais valia na rede de *fast food*¹⁹. Também parte do patrimônio de Lemman,

¹⁸ Ver a matéria “Após flagrante, Lojas Americanas se comprometem a fiscalizar cadeia produtiva”, do portal Repórter Brasil. Disponível em: <<http://reporterbrasil.org.br/2013/10/apos-flagrante-em-fornecedor-lojas-americanas-se-comprometem-a-fiscalizar-cadeia-produtiva/>>. Acesso em: maio 2014.

¹⁹ Segundo a notícia “Burguer King é proibido de praticar rodízio de funções entre funcionários”, escrita pelo Portal Nacional do Direito do Trabalho e republicada em 2011

a B2W, que controla diversas marcas de comércio virtual – Americanas.com, Submarino, Shoptime, Ingressos.com e Blockbuster online, entre outras – foi condenada em 2012 pela Justiça do Trabalho por submeter seus funcionários a jornadas de 15 horas diárias e quase 30 dias seguidos de trabalho sem descanso semanal²⁰.

Essas são apenas algumas questões pontuais referentes especificamente às empresas de Lemman e que ganharam uma pequena visibilidade nos últimos anos. O que se quer destacar aqui é que na base de todas histórias de bilionários e celebridades empresariais, há um processo concreto de exploração do trabalho alheio e que os ideólogos do empreendedorismo, com sua metodologia de criação dos *cases do sucesso*, precisam ocultar. Frente a esse panorama material, todos os discursos meritocráticos estariam desfeitos. A operação feita pela narrativa dos cases e pela celebração da personalidade dos empreendedores é uma operação fetichista na medida em que funciona de forma a ocultar os processos sociais por detrás da produção de mercadorias e da promoção dos empresários enquanto heróis do mercado. Isso é, um processo discursivo que apresenta uma visão fragmentada da totalidade ao ocultar o caráter exploratório embutido na expansão do capital das empresas. Possivelmente, no caso de empresas que operam no campo virtual esse processo fetichista ganhe ainda mais força, na medida em que pode-se não ter nenhum contato direto com qualquer trabalhador na mediação entre consumidor e mercadoria. Além disso, há um discurso ideológico que procura associar as corporações do ramo de tecnologia como empresas progressistas, que oferecem uma nova dinâmica de trabalho em prol da valorização do conhecimento e da criatividade de seus funcionários. Em muitas palestras proferidas em eventos sobre empreendedorismo voltados para o público jovem, costuma-se celebrar uma nova era do capitalismo

pelo *site* JusBrasil. Disponível em: <<http://pndt.jusbrasil.com.br/noticias/2647414/burger-king-e-proibida-de-praticar-rodizio-de-funcoes-entre-trabalhadores>>. Acesso em: jun. 2014.

²⁰ Ver matéria publicada pelo jornal *Valor Econômico* “Justiça trabalhista condena BW2 a pagar R\$ 3 milhões por danos morais”, publicada em 11/07/2012. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/legislacao/2745802/justica-trabalhista-condena-b2w-pagar-r-3-milhoes-por-danos-morais>>. Acesso em: jun. 2014.

(ou ainda, pós-capitalismo, como chamaria Drucker) citando o caso das empresas localizadas no famoso Vale do Silício, na Califórnia. Lá grandes corporações como o Google, a Apple e o Facebook instalam seus escritórios e recrutam jovens que terão o direito de trabalhar nos horários que bem desejarem. Não há regras em relação as vestimentas e os locais de trabalho são divertidos, têm mesas de sinuca e espaços recreativos para descontrair com os colegas durante o expediente. Não seria aquilo que demandavam os jovens que se rebelavam contra o imaginário fordista?

No ano passado, o Sebrae de Santa Catarina lançou um concurso para universitários em que aquele que apresentasse o melhor *business plan* teria como prêmio um passeio para conhecer os escritórios descolados do Vale. Há, no entanto, outros aspectos sobre o processo de produção dessas empresas que nunca é citado nesses eventos e que abarca a extrema pauperização provocada pela reestruturação produtiva. O comércio virtual da Amazon por exemplo – tida como um dos mais modernos *cases de sucesso* no mundo virtual e fundada por Jeff Bezos (também na lista da Forbes) – instala seus galpões de empacotamento nas cidades europeias mais atingidas pela crise, as que possuem os maiores índices de desemprego no continente. Nesses galpões, denunciam-se as péssimas condições de trabalho e a exigência de jornadas exaustivas (Mallet, 2013). Da mesma forma, se no escritório norte-americano da Apple os funcionários têm direito a nadar na piscina durante o expediente, na empresa terceirizada responsável pela fabricação dos seus produtos na China os empregados foram recentemente obrigados a assinar um contrato se comprometendo a não praticar suicídio nas instalações fabris²¹.

Fundador da Apple e seu principal gestor durante muitos anos, Steve Jobs virou um verdadeiro herói no mundo dos empreendedo-

²¹ As notícias sobre as péssimas condições de trabalho na Foxconn – empresa terceirizada da Apple responsável pela fabricação dos iPhones na China – foram divulgadas a partir dos relatórios elaborados em 2012 pela organização internacional Fair Labor Association (<http://www.fairlabor.org/>). “Apple’s unkept promises: Cheap iPhones come at high costs to Chinese workers” é outro relatório mais completo sobre o tema, publicado pela ONG China Labor Watch. Disponível em: <http://www.chinalaborwatch.org/pdf/apple_s_unkept_promises.pdf>. Acesso em: ago. 2013.

res, considerado um grande inovador e um gênio dos negócios, ele era a própria personificação do paladino de Schumpeter e Sombart. Em 2005, o empresário foi homenageado em uma formatura da Universidade de Stanford e seu discurso – que seguiu uma estrutura do tipo *case de sucesso*, uma vez que se tratava de uma narrativa sobre a escalada de Jobs no mundo dos negócios e seus diversos obstáculos superados – passou a ser replicado inúmeras vezes pela mídia e pelos ideólogos do empreendedorismo. Um dos trechos mais divulgados é:

Estou certo de que meu amor pelo que fazia é que me manteve ativo. É preciso encontrar aquilo que vocês amam – e isso se aplica ao trabalho tanto quanto à vida afetiva. Seu trabalho terá parte importante em sua vida, e a única maneira de sentir satisfação completa é *amar o que vocês fazem*. Caso ainda não tenham encontrado, continuem procurando. Não se acomodem. Como é comum nos assuntos do coração, quando encontrarem, vocês saberão. Tudo vai melhorar, com o tempo. Continuem procurando. Não se acomodem (Jobs, 2005, grifo nosso).

Do What You Love (DWYL) – ou faça o que você ama – virou o mais novo mantra a ser seguido e freneticamente divulgado pelos ideólogos do empreendedorismo. Ele é o adorno definitivo que faltava ao binômio rotina/inação, reafirmado tantas vezes pelas teorias pró-empresendedorismo. Com esse mantra o Endeavor lança um olhar de doce rebeldia ao empreendedor – ele é “alguém que sonha” e quer realizar seus sonhos. A jovem Luísa, de Dolabela (2008, p. 13), quer se diferenciar das outras garotas e por isso ela sonha que pode mudar o mundo escapando da rotina, largando seu curso de odontologia e abrindo sua própria empresa. Para Dolabela (2008, p. 34), empreender é praticamente um ato de revolta, um exercício de libertação, na medida em que “nossa sociedade não nos estimula a sonhar” porque “sonhar é perigoso”, já que os que sonham “não se deixam dominar”. Segundo o pensamento do DWYL, o trabalho não é algo que se faz para ser compensado, mas um ato de amor próprio. Se a compensação não vem de forma automática é porque faltam paixão e insistência no sujeito. Para a historiadora Miya Tokumitsu (2014) a verdadeira

façanha do DWYL é fazer com que trabalhadores acreditem que seu trabalho serve a si mesmo – e não a expansão do capital. Para ela, quando Jobs retrata a Apple como resultado de seu amor individual, ele omite a atividade de inúmeros trabalhadores nas fábricas da Apple, convenientemente escondidos do outro lado do planeta.

Para Tokumitsu, com essa divisão o DWYL cria dois grupos diferentes de trabalhos: aqueles que são descolados (criativos, intelectualizados, prestigiosos) e os que não são (repetitivos, não intelectualizados etc.) – sendo que os do segundo tipo inegavelmente correspondem aos empregos da maioria da população. A ideologia do DWYL seria uma forma de invisibilizar essa maioria em prol de uma elite que hipoteticamente usufrui do privilégio de autorrealização com o trabalho, desvalorizando outros tipos de atividade que inclusive possibilitam que esse grupo exerça a sua autorrealização. Ao ignorar a maioria dos trabalhos e reclassificar o resto como “amor”, segundo Tokumitsu, o DWYL se configura como a espécie mais elegante e despojada de *ideologia antitrabalhista* contemporânea, tendo por estratégia final docilizar os conflitos trabalhistas. Para a socióloga Bárbara Castro (2014) a adoção do discurso do DWYL opera também no sentido de corrosão dos direitos trabalhistas e, ironicamente, isso acontece de forma mais evidente nas glamourizadas áreas de trabalho criativo (jornalismo, publicidade, cinema, design etc.). Nessas áreas pede-se aos jovens que trabalhem recebendo muito pouco ou nada, abrindo mão de quaisquer direitos trabalhistas em prol de seu amor a sua atividade. Em muitos desses setores, para conseguir um trabalho remunerado, é necessário que o jovem ingressante na profissão consiga antes compor um portfólio respeitável de produções, em grande parte das vezes construído por trabalhos não remunerados em favor de empresas já consolidadas. Assim, multiplicam-se as prestações de serviço e estágios precarizados e, no final das contas, quem sai ganhando é capital que se expande sem precisar remunerar o trabalho vivo.

Para Castro (2014), a questão central é: quem pode efetivamente deixar de ganhar dinheiro para se dedicar a uma atividade não remunerada? A passagem seguinte, extraída de um estudo sobre os bastidores do telemarketing, é bastante ilustrativa nesse sentido:

Letícia [nome fictício] concluiu o curso superior em Direito. Na época, já trabalhava como operadora de telemarketing no banco. “Foi então que me vi em um dilema” – diz Letícia – “ou trabalhava no banco para pagar a faculdade, ou não estudava. Não tive escolha, continuei o trabalho de atendimento para me manter e pagar a faculdade. Raramente aparecia um estágio na área, e quando surgia, pouco ofereciam de salário, praticamente nada. Isso foi algo que me prejudicou, pois não podia e não posso até hoje abrir mão do salário que recebo no atendimento. Quando entrei na empresa era tudo maravilhoso, conseguia pagar a faculdade, mantinha meus gastos pessoais e minhas baladas. Depois do período de experiência, senti as coisas começarem a mudar em minha vida [...] A pressão sobre o trabalho era muito grande, somos muito exigidos. É a produtividade, a paciência extrema com o cliente, e não é sempre que dá. Foi então que eu procurei um psiquiatra, e aí essas consultas passaram a ser mais frequentes. Desenvolvi o que é conhecido por TOC (Transtorno Obsessivo Compulsivo). [...] Também tive o que é chamado de transtorno bipolar de humor (Barreto, 2007, p. 52-53 apud Braga, 2012, p. 191).

O trabalho desgastante como operador de telemarketing dificilmente seria escolhido por alguém *por amor*. Ele é, como a maioria dos trabalhos, algo que se faz para por sobrevivência e que emprega quem não tem a escolha de abrir mão da renda para se arriscar em um emprego não remunerado. Entretanto, no emocionante vídeo *All Work and All Play* (2012) – produzido pela empresa Box1824, especializada em tendência de comportamento e consumo, e amplamente divulgado pelas entidades pró-empresendedorismo – é retratada uma nova geração, a que eles chamam de *Geração Y*, que se diferencia completamente das anteriores porque harmonicamente funde o trabalho com suas paixões. Segundo Slavoj Žižek (Guia..., 2006), dizem-nos que vivemos em uma sociedade pós-ideológica porque somos interpelados como sujeitos de prazeres, na medida em que uma autoridade social nos diz “seja você mesmo” ou “descubra seu verdadeiro potencial”, mas essa aparente liberdade é desnudada

quando adotamos os óculos da crítica a ideologia. Esse parece ser exatamente o caso do DWYL.

O discurso pró-empreendedorismo usa o sentido do DWYL para incentivar que as pessoas abram novas empresas, abram mão do “conformismo” de um trabalho assalariado e formem *start-ups*²² transformando as atividades que gostam em novos negócios. Revela-se um certo caráter expansionista, quase colonizador, que cobra ao sujeito que mercantilize todas as áreas de sua vida, transformando seus *hobbies* e prazeres em algo passível de ser explorado no mercado. Só assim, quando posta na esfera do mercado, qualquer atividade que seja (cultural, artística, filantrópica ou mesmo política) ganha sua devida importância. O desafio posto por Drucker (2002) é que toda a sociedade seja gerida em termos empresariais, com a consolidação da iniciativa privada em todas as áreas possíveis. Nesse mesmo sentido, McClelland (1972, p. 255) desvincula a noção do empreendedorismo da figura particular do empresário ao afirmar que trabalhadores de diferentes áreas que possuem uma alta necessidade de realização podem atuar de forma empreendedora em seus ambientes de trabalho. Empreender é também privatizar e gerir de forma privada qualquer território que seja passível de proporcionar a expansão do capital. Há no discurso empreendedor um certo repúdio a tudo que está fora da esfera empresarial (como os serviços públicos e universidades) e que normalmente é taxado de conservador e retrógrado, inflexível as novas formas de gestão e lugar dos acomodados que não “correm atrás de seus sonhos”. Como veremos adiante, é nesse sentido em que é travada a luta contra a carga tributária como uma das principais bandeiras políticas das entidades empreendedoras.

Por fim, a noção de *capital humano* é também mobilizada pelos discursos pró-empreendedores combinando-se a todo rol de estraté-

²² O termo *start-up* surgiu no final dos anos 1990 em meio a formação da chamada “bolha.com”, processo especulativo que elevou as ações de grupos ligados a tecnologia da informação. Hoje o termo é usado para referir-se a empresas nascentes que contenham um baixo custo operacional e um alto potencial de crescimento em um cenário de incertezas. Ver matéria de Yuri Gitahy, publicada no portal Exame em 20/10/2010. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-que-e-uma-startup/>>. Acesso em: jun. 2014.

gias eminentemente ideológicas expostas aqui. Criada por Theodore William Schultz (1902-1998), na época diretor do instituto de Economia da Universidade de Chicago, a teoria está centrada na ideia de que a formação do indivíduo – processo que equivale ao acúmulo de capital humano – deve estar voltada à geração de inovações para o mercado (Schultz, 1967). O trabalhador assalariado não é entendido como aquele que vende sua força de trabalho e produz mais-valia. Na teoria do capital humano, a questão da exploração se oculta na medida em que, para Schultz, o trabalhador é também um proprietário e pode ser entendido enquanto dono desse capital singular (Schultz, 1973). Por sua vez, o salário seria uma renda que resulta do investimento nesse capital inseparável de seu dono. O capital humano estaria composto por todos os fatores físicos e intelectuais que permitissem uma pessoa a trabalhar ao longo de sua vida. Logo, o indivíduo seria capaz de canalizar seus esforços no investimento do capital humano, o que permite que se entenda o trabalhador como *empresário de si mesmo*, proprietário da empresa “Você/SA”²³.

Para Michel Foucault (2008) a teoria do capital humano foi desenvolvida a partir de uma preocupação dos economistas neoliberais em dedicar seus estudos aos aspectos qualitativos do trabalho, questão que havia sido abandonada pela economia neoclássica e deveria ser recolocada no centro da análise. Sylvio Gadelha Costa (2009) cita que as primeiras formulações nesse sentido foram tecidas pelo economista canadense Harry Johnson (1923-1977), segundo o qual a questão do trabalho teria sofrido uma mutação importante no mundo pós-fordista, pois passava a se exigir dos trabalhadores maior conhecimento e habilidades mais específicas do que antes. Essa constatação abriu portas para a formulação da ideia de que o trabalhador seria, em si mesmo, um *meio de produção produzido* (López-Ruiz, 2007, p. 195). A economia neoliberal, centrada na análise das atividades de uso de recursos escassos, passaria a pensar, a partir das relações de custo/benefício, como tais recursos são administrados do ponto de vista de quem tra-

²³ Você/SA é também título de uma revista brasileira publicada pela Editora Abril focada no público jovem, dando dicas e orientações para o planejamento de carreira profissional e a inserção no mercado de trabalho.

balha, ou seja, como um indivíduo economicamente ativo faria uso dos recursos que dispõem. A partir dessa lógica o trabalho passaria a representar, ao mesmo tempo, capital e renda, materializados respectivamente enquanto competência e salário.

A escola neoliberal americana passou a incluir no seu rol de explicações fenômenos não necessariamente econômicos, como as relações sociais e o comportamento dos indivíduos imbricados nesse processo. Segundo Foucault (2008) para essa teoria o mercado é uma chave de decifração que se generaliza entre indivíduos e a sociedade, constituindo-se como se fosse uma espécie de substância ontológica do “ser social”. Assim como no DWYL, trata-se de uma espécie de colonização da lógica empresarial para outras esferas da vida. Na ótica da teoria do capital humano, não existe uma separação clara entre sujeito e capital, pois o indivíduo, independentemente da classe a qual pertence, é em si portador de seu próprio capital. Ele pode investir em si mesmo, produzindo fluxo de renda e avaliando racionalmente as relações de custo/benefício que suas decisões implicam. A partir do ponto de vista da teoria do capital humano, a sociedade é entendida como um aglomerado de *sujeitos-micro-empresas*.

Essa perspectiva entra em sintonia com as teorias pró-empendedoras na medida em que, frente às metamorfoses do trabalho e o panorama de desemprego estrutural, joga para o indivíduo a responsabilidade do autoemprego. Segundo Saney (2011, 252) a ideia de que todos os jovens partem do mesmo lugar na corrida competitiva pelo sucesso financeiro – *basta ser persistente, acreditar nos seus sonhos ou fazer o que se ama* – é parte das diversas “mitologias ideológicas” cultivadas pelo liberalismo/capitalismo de forma a preparar o terreno para que as novas gerações adaptem-se aos padrões de comportamento mais convenientes ao mercado. Apesar da propaganda meritocrática, a dinâmica concorrencial a que todos estão submetidos acaba exercendo maior pressão sobre os jovens da classe trabalhadora, que são pressionados desde cedo a enquadrar-se nas regras do mercado que foram escritas por outras classes para autofavorecimento (Saney, 2011, p. 264). Essa dinâmica gera também a estigmatização da pobreza, na medida em que encara o pobre como aquele destituído de “espírito empreen-

dedor”, que não se esforçou o suficiente e não conseguiu “chegar lá”. Nessa perspectiva, um pobre é acima de tudo um *case de fracasso*.

Nos próximos capítulos, a intenção será explorar a forma concreta com que esses pressupostos ideológicos operam na formação dos jovens envolvidos com o projeto de promoção do empreendedorismo. Para tal, a investigação deve se voltar ao perfil dos sujeitos que participam do Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina (CEJESC).

MOVIMENTO JOVEM EMPREENDEDOR: O CASO DO CEJESC



Tirinha por Scott Adams¹

Empresas sustentam o país! O mundo é dos empresários mas devíamos trabalhar juntos! Por isso o associativismo é a alternativa para nos organizarmos! (empresário, 29 anos, questionário n° 478).

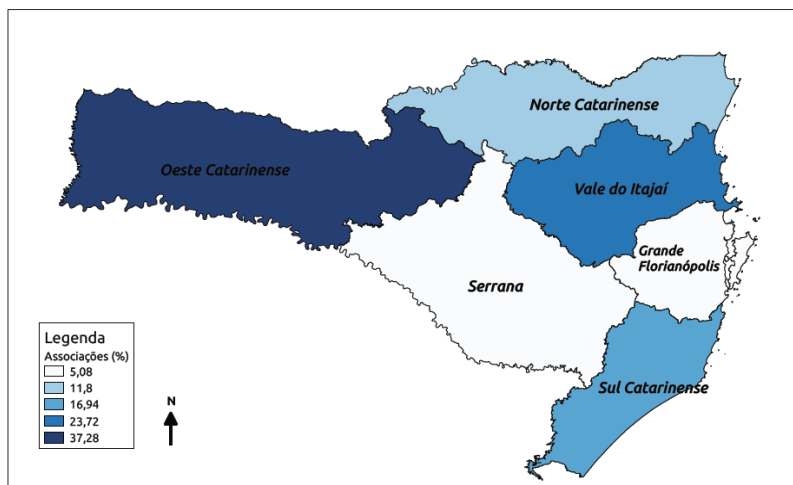
O CEJESC é formado por jovens lideranças: pessoas ousadas, gente de bem. Gente que procura efetivamente fazer alguma coisa, não só pelas suas empresas, mas pelas suas comunidades. Nós precisamos preparar os jovens de hoje para assumir suas funções no futuro, seja na vida pública ou na vida privada. E o CEJESC, um dos maiores movimentos do país hoje, oportuniza isso aos seus jovens. Nós precisamos fazer deste um país melhor, nos precisamos fazer das nossas empresas, empresas cada vez mais competitivas, cada vez mais determinadas, com jovens mais capazes de liderar as

¹ Página do cartunista: <<http://www.dilbert.com/>>.

pessoas. Para que no futuro tenhamos cidades melhores, o estado de Santa Catarina melhor e até o país, um melhor país do que aquele que nós encontramos, e o CEJESC tem essa condição. (Amândio João da Silva Júnior, ex-presidente do CEJESC).²

Em eventos locais promovidos com o objetivo de fomentar e promover o empreendedorismo, a presença do Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina (CEJESC) é uma constante. Fundado em 1999, o CEJESC se declara como o maior *movimento jovem empreendedor* do Brasil, agregando em torno de si mais de 50 núcleos municipais espalhados por todo o estado (ver no Mapa 1 a concentração dos núcleos a partir das mesorregiões catarinenses).

Mapa 1 – Concentração de núcleos filiados a CEJESC por mesorregião



Fonte: Caio Nogueiro, a partir dos dados da pesquisa.

² Fala em um vídeo institucional de 2011, acessado em julho de 2014 e disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=oBZykUsMyf0>

Nos eventos que foram acompanhados como parte do trabalho de campo, eram frequentes as referências à Santa Catarina como território singularmente empreendedor em relação ao resto do país. A raiz da força do empreendedorismo no estado era continuamente citada como parte da herança migratória europeia. Não por acaso, fato é que entre as diversas linhas interpretativas que discorrem sobre a formação econômica de Santa Catarina, destacam-se as abordagens schumpeterianas, que elegem a figura do empresário imigrante, com sua visão inovadora, como grande elemento propulsor da economia catarinense.

Segundo Goulart Filho (2001), essas abordagens schumpeterianas, focadas no indivíduo como agente central da economia, ganharam espaço na historiografia econômica catarinense a partir do crescimento de alguns grupos empresariais de origem europeia que se instalaram no estado. A narrativa da história de vida de seus fundadores passa a se confundir com a própria história da formação territorial de Santa Catarina, em um processo seletivo que, em alguma medida, contribuiu também para lançar certa invisibilidade sob outros grupos sociais, especialmente negros e indígenas. O autor cita como exemplos alguns desses personagens que ocuparam um lugar central na historiografia catarinense: Attilio Fontana, da Sadia e Saul Brandalise, da Perdigão, ambas do setor de frigorífico; Maximiliano Gaidzinski, da Eliane, fábrica de cerâmicas; Albano Schmidt, da metalúrgica Tupy; Hansen Jr., da produtora de meterias para construção civil Tigre; Wolfgang Weege, da Malwee e, Hermann Hering e Bruno Hering, da Cia. Hering, ambas têxteis (Goulart Filho, 2001, p. 13).

Em entrevista concedida para a pesquisa, a atual presidente do CEJESC afirmou que a cultura trazida pela colonização – somada aos esforços da própria entidade – teria contribuído para que Santa Catarina fosse hoje o estado que representa com maior veemência o empreendedorismo no Brasil. Contando com a participação dos herdeiros de algumas dessas tradicionais empresas – a exemplo de André Gaidzinski (ex-presidente do CEJESC e herdeiro direto da fábrica de cerâmicas Eliane) – e tendo como público-alvo a juventude, o CEJESC parece ter como função dar sequência a esse hipotético

legado catarinense tal como posto em sua historiografia econômica. Segundo a entidade, sua missão central é “integrar e capacitar os jovens empreendedores de Santa Catarina, incentivando e fortalecendo o empreendedorismo, fomentando negócios, desenvolvendo lideranças e ampliando a representatividade”³.

A primeira parte do presente capítulo terá por objetivo apresentar brevemente o CEJESC, sua estrutura de funcionamento e a história de sua fundação tal como contada pelos sujeitos que fazem parte da entidade. Visto que não há outras pesquisas já realizadas sobre a organização, utilizaremos como fonte a entrevista semiestruturada feita com a presidência do conselho e também as informações colhidas durante o evento comemorativo de aniversário de 15 anos do CEJESC⁴, que contou com o depoimento de todos os ex-presidentes da instituição, além da participação de representantes do poder público. Nesse primeiro momento, teremos como objetivo compor um panorama sobre o que é o CEJESC para possibilitar, em um segundo ato, a reflexão em torno do caráter juvenil da entidade. Sendo assim, a segunda parte do capítulo será dedicada a pensar, a partir do estudo do CEJESC, os elementos que fazem da juventude um segmento propício para a amplificação do discurso pró-empreendedorismo. Para tanto, será preciso ainda compreender a juventude enquanto um segmento social determinante e uma categoria decisiva para a análise sociológica.

Por fim, apresentaremos o perfil dos indivíduos que participam do CEJESC a partir da análise dos dados que foram coletados através da aplicação de questionários, respondidos pelos indivíduos que participam ativamente do conselho. O objetivo central do capítulo é compreender quem são esses sujeitos que se reconhecem, e são

³ Retirado da página de apresentação do CEJESC. Disponível em: <<http://www.cejesc.org.br/institucional/cejesc.html>>. Acesso em: jun. 2014.

⁴ Estivemos presentes durante todo o evento, que aconteceu na Associação Catarinense de Medicina, em Florianópolis, no dia 24/04/2014. Um breve registro em vídeo do evento, pode ser visualizado em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bJ5d5svS-LQ>>. O CEJESC produziu também um relatório do evento, disponível em: <<https://docs.google.com/file/d/0BxHZTJziOM5MS0pfMzUwM1pEOWc/edit>>. Acessos em: jul. 2014.

reconhecidos pelos seus pares, como *jovens empreendedores* e que se organizam coletivamente a partir dessa identificação por meio do CEJESC. Apresentaremos dados que os caracterizam em termos socioeconômicos, educacionais e ocupacionais. Quando necessário, recorreremos também a materiais produzidos e disponibilizados pelo CEJESC, além de informações coletadas nos eventos públicos promovidos pela entidade.

3.1 O CEJESC

No final dos anos 1990, a Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF) foi estimulada pelo Sebrae a formar os chamados *núcleos setoriais*. Esses núcleos, seriam compostos por grupos de empresários de um mesmo segmento que se reuniriam em torno da associação para discutir problemas comuns, preferencialmente com a orientação de consultores. Os núcleos fazem parte da metodologia do *Projeto Empreender*, coordenado hoje pelo Sebrae e pela Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) com o objetivo de fomentar a organização coletiva do empresariado em diversos níveis e setores⁵. Naquele final de década, um dos núcleos setoriais montados em Florianópolis foi a ACIF-Jovem, que passou a ser presidida pelo empresário Maurício Ramos. Segundo Ramos⁶, dado um ano de experiência de atuação na entidade juvenil, a Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (FACISC) convocou os membros da ACIF-Jovem a promover a ideia dos núcleos setoriais juvenis em outras cidades do estado.

É nesse contexto, e com Ramos como presidente, que se funda, em Abril de 1999 a FACISC-Jovem sob a preocupação primordial de “promover a sucessão nas associações comerciais e industriais catarinenses”⁷. Isso é, para garantir que se formariam novos sujeitos

⁵ Ver *site* do projeto, disponível em: <<http://www.empreender.org.br/sobre>>. Acesso em: jun. 2014

⁶ Em discurso no evento de comemoração de 15 anos da CEJESC (24/04/2014).

⁷ Idem.

para atuar nas associações empresariais adultas, funda-se um espaço dedicado a juventude e sua preparação. Para atingir o objetivo proposto, as primeiras atividades da FACISC-Jovem consistiram em caravanas, apoiadas financeiramente pelo Sebrae⁸, que tinham por fim estimular a formação dos núcleos jovens em associações empresariais de outras cidades catarinenses afastadas da capital. Na cidade de Tubarão a FACISC-Jovem se deparou com a Associação de Jovens Empreendedores de Tubarão (AJET), que era alguns anos mais antiga que a própria ACIF-Jovem, mas que no entanto, estava desvinculada das “associações mães”⁹ locais, isso é, dos núcleos “adultos” da FACISC. Frente a esse embate, a FACISC-Jovem incorpora a AJET e passa se chamar, em 2003, Conselho Estadual do Jovem *Empreendedor* de Santa Catarina (CEJESC), a fim de ampliar sua atuação para além dos núcleos da FACISC. Nesse mesmo ano, o CEJESC filia-se a Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE), elegendo em 2005 um dos seus membros – Doreni Isaías Caramori Júnior – como presidente da entidade nacional. A CONAJE hoje tem núcleos regionais em 22 estados e é ligada a entidades patronais “adultas”, da mesma forma que o CEJESC manteve sua ligação direta à FACISC, como mostra o Quadro 2.

Segundo a advogada Liandra Nazário, atual presidente do CEJESC, o “movimento jovem empreendedor” atua a partir de quatro pilares fundamentais: *capacitação, representatividade, relacionamento e fomento ao empreendedorismo*¹⁰. Como parte das ações articuladas para cumprir com esses objetivos, desde 2006 são organizadas mensalmente as reuniões itinerantes do CEJESC, as Assembleias Gerais Ordinárias (AGO), acolhidas a cada edição por um dos diferentes núcleos locais. Segundo Nazário, as AGOs são reuniões que acabaram por transformar-se em eventos, duram um dia inteiro, são abertas a participação do público em geral e normalmente contam com a presença de cerca de 100 a 150 jovens ligados aos diversos núcleos locais do CEJESC. Além dos informes sobre o andamento dos projetos do

⁸ Em discurso no evento de comemoração de 15 anos da CEJESC (24/04/2014).

⁹ Termo usado por Maurício Ramos durante seu discurso.

¹⁰ Em entrevista concedida para a pesquisa.

Conselho, a programação inclui as chamadas “rodadas de negócios”, com o objetivo de promover novas transações e contratos entre os empreendedores participantes.

Quadro 2 – Estrutura organizativa associativista a partir do exemplo de Florianópolis

Instância	Entidade adulta	Entidade jovem
Nacional	Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil (CACB) e Confederação Nacional da Indústria (CNI)	Confederação Nacional de Jovens Empresários (CONAJE)
Estadual	Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina (FACISC)	Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina (CEJESC)
Local	Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF)	ACIF Jovem

Fonte: Elaboração da autora.

A capacitação é também contemplada nas AGOs através das visitas técnicas incluídas na programação. Nelas, um empresário da cidade que sedia a assembleia, que tenha experiência e já esteja consolidado no mercado preferencialmente com uma empresa de grande porte, apresenta ao público seu *case de sucesso*. Ele conta sua trajetória no mundo dos negócios e leva os participantes para conhecer pessoalmente sua empresa, exibindo seu funcionamento e gestão como forma de aprendizado aos jovens empreendedores. Em outubro de 2013, durante o Congresso Empresarial da FACISC, o CEJESC promoveu o lançamento do livro *O que eu faria?* (Chiodini; Avila, 2013), que

reúne dez *cases de sucesso* que foram considerados importantes pela instituição durante essas visitas técnicas. O livro, primeiro a dedicar-se exclusivamente ao relato de empresários catarinenses, segue a narrativa padrão dos *cases de sucesso*, edificando uma trajetória linear do empresário, em que todos os episódios convergem para a construção do personagem como herói persistente, criativo, superador de obstáculos e merecedor de seu lugar no mercado exclusivamente pelo seu bom caráter de empreendedor. Ilustramos a narrativa através de um fragmento do livro:

Em Rio do Sul, no Alto Vale do Itajaí, no início da década de 1970, aos 13 anos de idade, o garoto chamado Milton saía da roça para trabalhar como faxineiro numa pequena empresa, de chão batido, fabricante de carrocerias de caminhão e retificadora de cadeiras, denominada H. Bremer. Após seis meses como faxineiro, Hosrt Bremer assumiu o comando, substituindo o pai na H. Bremer, e, junto com ele, o faxineiro tornou-se o primeiro funcionário do almoxarifado e do escritório da empresa. [...] O desejo empreendedor falou mais forte, e Milton constituiu uma empresa de representação técnica, área na qual havia trabalhado na H. Bremer, acumulando maiores afinidades. Com muito trabalho e dedicação, obteve bons resultados e, dois anos depois, o empreendedor inaugurou um novo negócio (Chiodini; Avila, 2013, p. 86)¹¹.

Para contemplar o propósito da *representatividade*, em cada AGO é reservado um momento para a articulação com representantes do poder público local, quando normalmente o próprio prefeito da cidade comparece para ouvir as propostas dos jovens empreendedores

¹¹ O personagem em questão é Milton Hobus, sócio-proprietário das empresas Motociclo HB e Royal Ciclo Ltda., eleito prefeito de Rio do Sul pelo DEM em 2004. Em 2013 Hobus assumiu a Secretaria de Estado da Defesa Civil a convite do atual Governador Raimundo Colombo (PSD).

para o governo. Segundo um dos vídeos institucionais do CEJESC¹², o conselho é “apartidário, porém jamais apolítico” porque mantém diálogo constante com os representantes da política institucional. De acordo com o mesmo material, o CEJESC organizou em 2010 um evento chamado *Voz Única*, com o objetivo de debater projetos e propostas com os candidatos a governador de SC. Para a atual presidente do CEJESC, a relação da instituição com o poder público é bastante positiva, uma vez que, em sua gestão, o próprio governador do estado – atualmente cargo ocupado por Raimundo Colombo (PSD) – já esteve presente ao menos três vezes nas AGOs¹³. No nível municipal, Nazário afirma que os núcleos são vistos com bons olhos pela maioria das prefeituras, que os reconhece como um grupo de “lideranças empresariais que estão fazendo a diferença na cidade”¹⁴. Em âmbito regional, a articulação mais profícua com o CEJESC parece derivar de projetos e diálogos articulados junto à Secretaria de Desenvolvimento Sustentável (SDS). No evento de comemoração dos 15 anos do CEJESC, o Governo Estadual foi representado pela figura de Lúcia Gome Dellag, atual secretária da SDS:

O governador Raimundo Colombo me pediu que eu desse o parabéns aos jovens que dirigem o CEJESC a 15 anos, porque eles representam o ativo mais importante para a economia de SC. A juventude, a educação, a preparação dos empreendedores, nos diferencia de qualquer outro estado brasileiro. Principalmente o espírito de associativismo, de se unir para defender as bandeiras que acreditam e juntos construir um futuro, e um ambiente de negócios em SC, que nos faz cada vez mais liderar [...]. Nos somos já o quinto PIB brasileiro e isso é devido a vocês. A jovens que decidem construir passo a passo sua empresa. Que decidem e acreditam que podem fazer diferença nas suas comunida-

¹² Vídeo institucional CEJESC-2011. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=oBZykUsMyf0>>. Ver também o vídeo institucional CEJESC-2013, disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=AtXEXwzFXW8>>. Ambos fornecem uma apresentação do Conselho e foram acessados em julho de 2014.

¹³ Em entrevista concedida para a pesquisa.

¹⁴ Idem.

des [...]. Hoje, reunido nessa sala, está o grande tesouro da economia catarinense, o grande ativo. A juventude que se preparou, que acredita, que insistiu muito nas batalhas que devem ser travadas por SC e que, portanto, nós do Governo do Estado queremos prestar nossa homenagem, nosso parabéns (Delllag, discurso em evento de 15 anos do CEJESC, 24/04/2014)

Devido aos 15 anos da entidade, o CEJESC também foi homenageado em uma sessão da ALESC a pedido do deputado Antônio Aguiar (PMDB). A CONAJE também parece ter alcançado a representatividade e o reconhecimento dos poderes públicos, tendo recebido em 2008 uma homenagem do Senado a pedido de Marconi Perillo (PMDB)¹⁵. Entretanto, não há informações claras e sistematizadas sobre os projetos propostos pela entidade ao poder público, ou ainda, projetos que tenham sido rechaçados pela instituição ou sofrido alguma influência da mesma. Provavelmente, esse movimento de pressão direta sob medidas e leis seja exercido mais frequentemente pelas entidades adultas e apoiado pelas jovens.

Segundo Nazário, em 2012 a SDS abriu caminho de diálogo com o governo para que fosse aprovada a Lei nº 15.833, que instituiu a Semana de Incentivo ao Jovem Empreendedor de Santa Catarina, com o objetivo de promover anualmente, durante o mês de julho, o empreendedorismo entre os jovens do estado¹⁶. O CEJESC foi reconhecido pela SDS como legítimo representante do “movimento jovem empreendedor” e, portanto, passou a coordenar as atividades desses eventos anuais. Nas duas edições que ocorreram desde então, o foco tem sido o de palestras motivacionais, além, é claro, da apresentação de *cases de sucesso* – alguns inclusive de ex-membros do próprio CEJESC. Na sua primeira edição, em 2013, além das palestras com empresá-

¹⁵ Ver notícia da Agência Senado publicada em 25/11/2008. Disponível em: <http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2008/11/25/senado-presta-homenagem-a-entidade-que-congrega-jovens-empreendedores/imprimir_materia>. Acesso em: jul. 2014. Perillo é o atual governador do Goiás e foi acusado de envolvimento do escândalo do bicheiro Carlinhos Cachoeira.

¹⁶ Em entrevista concedida para a pesquisa.

rios, a Semana de Incentivo ao Jovem Empreendedor de SC também contou com a participação do Sebrae, do Endeavor, do Senador Paulo Bornhausen (PSB) – que no momento comandava a SDS, mas que também esteve presente nos 15 anos da CEJESC como representante do Senado Federal – e do jornalista Luiz Carlos Prates¹⁷ como palestrantes e debatedores. Eventos como estes, frequentemente organizados pelo CEJESC e voltados a um público mais amplo, fazem parte de mais uma das orientações colocadas pelo grupo: *fomentar o empreendedorismo entre os jovens do estado*.

Nesse mesmo sentido, o CEJESC também tem como meta incentivar a prática da *pedagogia empreendedora* nas escolas do estado. Segundo sua presidente, o maior logro do conselho nessa área – e uma das ações das quais ele mais se orgulha, uma vez que é sempre citado nos materiais do mesmo – acontece na mesorregião do Vale do Itajaí. O Núcleo de Jovens Empreendedores da Associação Empresarial de Rio do Sul (NJE-ACIR), em articulação com a prefeitura da cidade, conseguiu implementar uma Escola Modelo de educação empreendedora¹⁸. Alunos de escolas públicas do ensino fundamental frequentam a Escola Modelo nos horários alternativos ao ensino regular e praticam aulas de empreendedorismo, onde aprendem fundamentos sobre gestão de negócios e até criam empresas virtuais que podem vir a gerar renda para o aluno. Para Conan (2011), a ideia da educação empreendedora têm crescido muito no Brasil através da mobilização da imagem do trabalhador livre, desapegado das amarras do assalariamento, ainda que, na prática, opera no sentido de formar sujeitos submetidos aos interesses das classes que controlam o capital, tal como

¹⁷ Programação completa disponível em: <<http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2013/06/semana-do-jovem-empresendedor-ocorre-em-12-cidades-catarinenses.html>>. Acesso em: jul. 2014. Luís Carlos Prates é comentarista de telejornais e conhecido por suas análises e opiniões conservadoras. Quando era comentarista da RBS (filial da Globo no sul), Prates chegou a defender a ditadura civil-militar em seu quadro e acabou sendo demitido da emissora após gerar polêmica ao culpar o governo pelo número de acidente de trânsito, por popularizar o carro “pra quem nunca tinha lido um livro”.

¹⁸ Ver matéria sobre a escola exibida pelo *Jornal Hoje*. A data que a matéria foi ao ar é desconhecida, mas o *link* do vídeo é <<https://www.youtube.com/watch?v=wIxLJ03RXAo>>. Acesso em: jul. 2014.

discutimos nos capítulos anteriores. O empreendedorismo escapa do âmbito empresarial para o campo da educação constituindo-se como uma metodologia que visa estimular uma subjetividade pautada na responsabilização individual (COAN, 2011, p. 186). De fato, segundo Nazário, alguns municípios catarinenses já aprovaram leis que instituem o ensino de matérias de empreendedorismo na escola, entretanto, a ideia do CEJESC é justo que o empreendedorismo seja aplicado enquanto uma orientação pedagógica, isso é, enquanto uma metodologia a ser aplicada de forma mais ampla na educação:

É um grande sonho nosso ver a educação do país melhor desenvolvida. A gente entende que a educação empreendedora não é apenas ensinar empreendedorismo. Às vezes eu percebia em algumas reuniões que eles entendiam que a gente queria ensinar o aluno a ser empresário. Mas é muito pelo contrário. A gente queria ensinar posturas empreendedoras. Você pode ser um intraempreendedor dentro da empresa. É por exemplo a proatividade, as iniciativas dos próprios jovens que poderiam ser mais despertadas tanto na matemática quanto na história (Nazário, entrevista concedida em 13/03/2014).

Na fala de Nazário pode-se observar de forma clara a reprodução dos discursos sobre o empreendedorismo que vimos nos capítulos anteriores, como um conjunto de práticas comportamentais positivas, além da perspectiva do intraempreendedor como trabalhador que opera de forma colaborativa e harmoniosa com a empresa. Apesar de o CEJESC contar com uma diretoria interna exclusivamente dedicada a promover a educação empreendedora, segundo a presidente do conselho essa tarefa tem se mostrado difícil porque envolve maior articulação e convencimento do poder público local. Conforme Nazário, caso o foco do CEJESC fosse o Ensino Médio, talvez a implementação seria mais fácil, pois envolveria apenas o diálogo com o governo no âmbito estadual. Entretanto, a ideia do CEJESC é que a pedagogia empreendedora seja implementada ainda no ensino fundamental, passando necessariamente pela aprovação e implementação de cada prefeitura. Em Rio do Sul, por exemplo, a implementação do projeto

de educação empreendedora contou com o apoio de Milton Hobus, empresário que compõem um dos cases de sucesso do livro publicado pelo CEJESC e prefeito da cidade por duas gestões (pelo DEM, de 2005 a 2008 e pelo PSD, de 2009 a 2012). Segundo Nazário, hoje membros do NJE-ACIR ocupam, inclusive, uma cadeira no Conselho Municipal de Educação da cidade. O CEJESC pretende ampliar a sua atuação nos próximos anos na questão da educação empreendedora, o que deve incluir a capacitação de professores que implementem a metodologia em sala de aula. Para tanto, conforme relatou Nazário, o CEJESC está buscando fortalecer sua articulação com uma organização internacional chamada *Junior Achievement*, que tem por objetivo o estímulo a educação empreendedora nas escolas e a criação de negócios no ambiente escolar¹⁹.

Para Nazário, ao CEJESC falta justo a questão metodológica de como traduzir a experiência de seus membros em uma linguagem acessível as crianças. No Brasil, uma das maiores referências na elaboração da pedagogia empreendedora para jovens e crianças e na criação de programas de capacitação de professores é Fernando Dolabela. Segundo ele, o atual sistema educacional não estimula o empreendedorismo porque “o sonho não faz parte da pedagogia escolar” e “a escola não pergunta sobre o sonho porque lida com conteúdos e sabe as respostas para eles”, sua intenção é a de “exercer controle” (Dolabela, 2008, p. 33). Da mesma forma como o empreendedorismo aparece como resposta ideológica a um desejo legítimo de ruptura com o controle e o trabalho repetitivo do fordismo, a pedagogia empreendedora emerge como proposta alternativa para o ensino tradicional mecanicista. Nos dois casos, entretanto, são respostas que apontam para as necessidades imediatas do mercado.

¹⁹ “Trata-se de uma associação educativa sem fins lucrativos, mantida pela iniciativa privada, cujo objetivo é despertar o espírito empreendedor nos jovens, ainda na escola, estimulando o seu desenvolvimento pessoal, proporcionando uma visão clara do mundo dos negócios e facilitando o acesso ao mercado de trabalho.” Texto retirado do site da Junior Achievement. Disponível em: <<http://www.jabrazil.org.br/jabr/junior-achievement/institucional>>. Acesso em: jul. 2014. A Junior Achievement é mantida por empresas de grande porte, como a Abril, a Dell e a Microsoft, além de grupos financeiros, tais como o City e o HSBC.

Voltado ao público mais amplo, além das palestras e workshops, o CEJESC também promove anualmente uma ação chamada *Feirão dos Impostos*²⁰, que teve início no núcleo jovem de Joinville (ACIJ-Jovem) em 2003. O Feirão é sempre lembrado como uma das mais importantes ações da CEJESC, já que passou a ser adotado pelo CONAJE e implementado em outros estados do país. Trata-se basicamente de uma campanha de mobilização em favor de uma nova Reforma Tributária, onde os jovens empreendedores do CEJESC comercializam e expõem mercadorias – de alimentos a automóveis – com o preço que custariam ao consumidor caso fossem isentas dos impostos. Entretanto, no material da campanha não há maiores detalhamentos sobre quais impostos propõem-se reduzir, tampouco a forma com que se pretende desencadear essa redução. Mais recentemente o CEJESC e a FACISC têm atuado junto a uma instituição chamada Movimento Brasil Eficiente (MBE)²¹, que está colhendo desde 2010 assinaturas para entrar com um projeto de iniciativa popular pela redução da carga tributária nos setores produtivos, além de reivindicar maior “eficiência” para redução nos gastos públicos. Apesar de ter como apoiadores principalmente entidades patronais – como a Febraban e a SNA – o MBE se coloca como representante de interesses coletivos extraclases:

A classe empresarial será beneficiada pela simplificação da carga tributária, mas haverá um impacto sensível para a população com o aumento do poder de compra e com a simplificação fiscal. O brasileiro ficará menos pobre a partir do dia em que tivermos impostos racionalizados e uma despesa pública eficiente. O Brasil não cresce mais porque, para o Produto Interno Bruto (PIB) voar, é preciso que o governo aprove um modelo de eficiência fiscal. Enquanto isso não acontecer, o país continuará atolado e não crescerá. O movimento tem como foco a valorização da cidadania e a participação de cada brasileiro como pagador de impostos.

²⁰ Ver o *site*: <<http://www.feiraodoimposto.com.br>>. Acesso em: jul. 2014.

²¹ Ver o *site*: <<http://www.brasileficiente.org.br>>. Acesso em: jul. 2014.

É uma iniciativa que visa aumentar a renda do país e de cada cidadão.²²

Em maio deste ano, o CEJESC esteve junto a outras entidades distribuindo fatias de bolo no centro de Florianópolis que simbolizariam o compartilhamento de diferentes partes da receita tributária²³. Abaixo de um “impostômetro” improvisado, os organizadores do evento recolhiam assinaturas para o projeto do MBE. Entretanto, na folha do abaixo-assinado constava apenas que o signatário era “a favor de um Brasil com menos impostos e mais eficiente”, sem mais detalhes sobre o projeto proposto. Voltaremos a essa questão mais adiante, ainda que não seja possível discutir com profundidade a complexa questão tributária no Brasil, já que em última análise, a tributação pode ser entendida também como objeto de disputa na luta de classes pela distribuição da riqueza produzida. Entretanto, fica claro que as disputas ideológicas nesse campo devem florescer a partir da estratégia das classes dominantes de mostrar os interesses empresariais como interesses universais – ou ainda, os interesses dos “cidadãos que pagam seus impostos”. Por hora, basta pontuar que o CEJESC tem atuado como um dos maiores divulgadores do projeto do MBE no estado de SC²⁴.

Internamente, o CEJESC tem uma estrutura hierarquicamente organizada a partir de uma diretoria geral que conta com um presidente, dois vice-presidentes, dois secretários, onze vice-presidentes regionais e dezoito diretores responsáveis pela coordenação de áreas

²² Paulo Rabello de Castro, coordenador geral do MBE, em entrevista à Agência Minas, em 23 de novembro de 2012. Disponível em: <<http://www.brasileficiente.org.br/blog/coordenador-do-movimento-brasil-eficiente-destaca-minas-como-exemplo-de-gestao-publica/>>. Acesso em: jul. 2014.

²³ Ver matéria sobre a ação no vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=eX_d9xIfg4I>. Acesso em: jul. 2014.

²⁴ Segundo o ex-presidente da CEJESC, Marcelo Noronha, em 2013 o CEJESC havia sido responsável por recolher mais de 70% das assinaturas para o projeto de Reforma Tributária do MBE. Tal declaração consta em seu discurso feito na ocasião de lançamento do livro *O que eu faria?*, que pode ser visto na íntegra em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pMWRbXgHDuU>>. Acesso em: jul. 2014.

temática específicas²⁵. Além da diretoria, onde só podem ocupar cargos os indivíduos na faixa etária abaixo de 35 anos, existe também o Conselho Superior, geralmente composto por pessoas mais velhas. Esse conselho é formado principalmente por ex-presidentes do CEJESC e membros da FACISC e funciona como uma espécie de consultoria do CEJESC. Nenhum desses cargos, entretanto, é remunerado, tratando-se de uma participação voluntária. Os núcleos municipais possuem relativa autonomia e seus coordenadores têm direito a voto nas decisões tomadas em cada AGO. Esses coordenadores (as vezes chamados também de presidentes de núcleo) igualmente têm direito a voto nas eleições que ocorrem a cada dois anos e elegem os indivíduos que ocuparão os cargos da diretoria. Entretanto, segundo Nazário²⁶, até hoje as eleições ocorreram com chapa única e os representantes foram escolhidos sob o consenso entre os coordenadores de cada núcleo.

Não há nenhum critério oficialmente estabelecido que sancione quem pode ou não participar do CEJESC. Conforme Nazário²⁷, as pessoas se aproximam com diferentes objetivos, as vezes por indicação de um amigo ou familiar, e outras vezes a partir dos eventos que são organizados pela instituição. Por sua experiência no núcleo, ela percebe que muitas pessoas participam motivadas pelas possibilidades de fechar novos negócios. Entretanto, relata que no caso do núcleo de Florianópolis, por exemplo, há muitos indivíduos provenientes de outras cidades que se aproximam da organização como forma de constituir novos laços de amizade. O próprio slogan escolhido pelo CEJESC – *Fazendo Amigos, Gerando Negócios* – expressa que, de certa forma, a organização tem por objetivo gerar uma rede de sociabilidade entre esses sujeitos que se identificam enquanto jovens empreendedores.

²⁵ São elas: Relação com o terceiro setor e projetos; Relações internacionais; Tecnologia; Jurídico; Meio ambiente e sustentabilidade; Feirão do Imposto; Integração, expansão e articulação; Assuntos estratégicos; Projetos; Educação empreendedora; Marketing; Institucional; Eventos; Serviços e comercial; Administrativo financeiro; Comunicação; Capacitação; Capacitação – Universidade Corporativa CEJESC (UCC). A UCC é um projeto que tem por objetivo oferecer cursos de capacitação para os membros do CEJESC.

²⁶ Em entrevista concedida para a pesquisa.

²⁷ Idem.

Nos discursos comemorativos dos 15 anos do CEJESC percebeu-se também que existe uma dinâmica de aproximação com o conselho e seus núcleos por conta de familiares que já fizeram ou fazem parte das organizações associativistas. Muitas vezes, inclusive, são os próprios pais empresários, participantes da FACISC, que incentivam a participação dos filhos no CEJESC. Durante o seu discurso no aniversário de 15 anos do CEJESC, Glauco José Cortê Filho, um dos ex-presidentes da instituição, destacou que a mudança do nome de FACISC-Jovem para CEJESC foi feita também para que atrair os jovens para quem a FACISC representava exclusivamente o espaço dos seus pais e avôs²⁸.

A mobilização para ação coletiva do empresariado em diferentes organizações associativistas, tais como a FACISC, nas últimas décadas recebeu enfoques variados dentro do campo da Sociologia Política. Para Álvaro Bianchi (2007), em um artigo que revisa alguns desses enfoques, uma das problemáticas fundamentais que movem o debate é precisamente a questão do que faz com que a concorrência possa ser transposta e produza a organização coletiva entre os empresários – ou ainda, dito com as próprias palavras do autor: qual seria “o interesse básico capaz de unificar estes diferentes capitais particulares, bem como suas frações, e conduzi-los a formas institucionalizadas de ação coletiva?” (Bianchi, 2007, p. 121). A resposta a essa pergunta, aparentemente simples, é extremamente complexa e seria impossível explorá-la aqui em todas suas nuances. Entretanto, em última análise e em um nível relativamente abstrato, pode-se dizer que a organização empresarial usualmente se dá no sentido de manutenção e funcionamento saudável do próprio capitalismo, isso é, da garantia do processo de autoexpansão do capital. Dito isso, o autor propõe que essas entidades associativistas só podem ser compreendidas de forma relacional, na medida em que suas ações operam de forma interativa com as do Estado, dos trabalhadores (organizados ou não) e das dinâmicas entre diferentes setores empresariais. Ou seja, é só dentro desse cenário de

²⁸ Glauco José Cortê (o pai do ex-presidente em questão) é o atual presidente do Sistema Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC), membro do Conselho de Administração da Multilog S/A, Pedra Branca Empreendimentos Imobiliários S/A e Santinvest S/A, além de ex-executivo da Portobello América.

conflitos e negociações que se pode compreender a existência e atuação das entidades associativistas. No estatuto da FACISC – na qual a CEJESC consta como organização subordinada²⁹ – e, especificamente no artigo que define seus fins sociais, é possível coletar algumas pistas que remetem a esse aspecto relacional da entidade:

Art. 3º – A Federação tem por fim:

1. Propugnar pelos superiores interesses econômicos e sociais do estado e do País;
2. Promover a *união e solidariedade entre os órgão representativos da Classe empresarial* do estado;
3. Sustentar e *defender os direitos, interesses e aspirações do empresariado catarinense em geral* e promover-lhes o desenvolvimento e prosperidade;
4. Sugerir aos *Poderes Públicos* as medidas que entender necessárias ao desenvolvimento econômico e social do Estado e do País ou capazes de constituir efetivos instrumentos de *incentivo à livre empresa* e a paz social, esforçando-se por todos os meios ao seu alcance, para que sejam adotadas;
5. Incentivar e orientar a fundação em todo o estado, de Associações Comerciais, Industriais e empresariais e outras Entidades de representação e *defesa das classes produtoras*;
6. Publicar através da *imprensa ou órgão próprios de divulgação*, notícias, informações e *assuntos de interesse de suas Federadas*; [...]
9. Expandir e desenvolver, através da venda de cursos e

²⁹ “Art. 34º – Compete a Vice-Presidente para Mulher Empresária, ao Vice-Presidente do *Jovem Empreendedor* e aos Vices Presidentes de núcleos estaduais, presidir o Conselho Estadual do segmento que representam, formados que o são, pelos núcleos e câmaras de Mulheres Empresárias e de Jovens Empreendedores e de núcleos estaduais das ACIs filiadas, *relatando suas atividades aos demais órgãos diretivos da federação*.”

Parágrafo Único – Os Conselhos deverão *submeter seus regimentos internos para apreciação e aprovação do Conselho Diretor da FACISC*, no prazo de 30 dias após promoverem alterações” (FACISC, 2013, p. 11, grifos nossos).

treinamentos, a cultura da *negociação de conflitos* via mediação e arbitragem; (FACISC, 2013, p. 1-2, grifos nossos).

Esse fragmento estatutário ilustra o fato de que a FACISC, assim como outras entidades associativistas, intervém em diferentes patamares com o fim último de garantir a própria reprodução do sistema do capital. Isso é, a FACISC atua tanto exercendo pressão nas decisões do Estado, quanto organizando-se partir da compreensão de si enquanto um conjunto de empregadores, e ainda, mediando os diferentes interesses dos próprios produtores. Para Bianchi (2007), a ação coletiva do empresariado deve ser captada dentro de um quadro geral de reconhecimento dos conflitos sociais e atuando nesses conflitos a partir de diferentes níveis de correlações de força. Para fins analíticos, o autor divide esses níveis a partir de uma leitura gramsciana, mencionando o nível das forças objetivas, o das político-ideológicas e o das forças estratégicas (Bianchi, 2007, p. 124-125). Não cabe aqui um maior aprofundamento no significado e realização de cada um dos níveis propostos pelo autor. Por ora, o que nos interessa é que Bianchi parte dessa discussão para desvencilhar-se de uma abordagem essencialista do empresariado, que deve ser compreendido para além de um instrumento de reprodução automática e mecânica dos interesses do capital:

À medida que a análise das relações de forças conduz para níveis cada vez mais concretos, fica evidente que o indivíduo que personifica o capital não é um mero suporte biológico de sua realização. Além de músculos, ele fornece-lhe uma consciência e uma *capacidade de agir refletidamente, formulando seus interesses e lutando por eles, construindo alianças e combatendo os adversários*. Neste aspecto da análise, é necessário introduzir a vontade humana e seus organizadores.

O que define o empresário, o *agente da ação coletiva do capital*, é, desse modo, uma determinada relação social – a de propriedade ou controle de uma fração autônoma do capital – e uma determinada função – a de *organizadores e gestores do processo de valorização desse capital* (Cruz, 1981). O empresário que aqui é definido não é, portanto, o

burguês, na medida em que nem todo membro da burguesia desempenha a *função de intelectual do capital*, havendo aqueles que, apesar de serem proprietários, apenas usufruem do resultado desse processo de valorização ou aqueles que, mesmo não sendo proprietários, controlam os processos não econômicos de reprodução da ordem do capital. Assim, se todo empresário é um burguês, nem todo burguês é um empresário (Bianchi, 2007, p. 125, grifos nossos).

Deste modo, podemos dizer que, para o autor e segundo seus próprios referenciais, o empresariado organizado sob a forma do associativismo é uma espécie de intelectual orgânico do sistema do capital, organizador e gestor de seu processo de expansão. Para o quadro de referência que construímos nos capítulos anteriores, poderíamos dizer ainda que essas instituições associativistas têm como um de seus objetivos atuar tal como ideólogos das classes dominantes. Enquanto uma estratégia definida e planejada no final dos anos 1990, a constituição dos núcleos jovens atrelados as entidades associativistas, pode ser entendida como uma medida com fins de renovar os próprios quadros dessas entidades a partir de uma perspectiva geracional.

3.2 A JUVENTUDE COMO CATEGORIA, ALVO E POTÊNCIA

De pronto aguarda-nos uma armadilha. Quando eu era jovem, vigorava a crença de que a juventude é progressista por natureza. Provou-se ser isso uma falácia, ao aprendermos que os movimentos conservadores ou reacionários podem também desenvolver movimentos de juventude (Manheim, 1982, p. 94).

O convívio com pessoas instruídas e bem informadas nos proporciona crescermos como pessoas e como profissionais, especialmente criando uma visão mais aberta e clara sobre as coisas, possibilitando com isso, melhor aproveitamento e negócios mais concretos. Diante desta visão bastante ampla, estão pessoas dispostas a tornarem melhor tudo o que as cercam. Assim, surge o associativismo, a mola propulsora

para alcançarmos o sucesso dentro de nossas organizações e sociedade em geral (funcionária e herdeira de uma empresa, 26 anos, questionário nº 515).

Em todas as sociedades, a idade se configura enquanto um dos eixos organizadores da vida social. Entretanto, é visível que as fronteiras entre as diferentes fases – quer seja a infância, a juventude ou a velhice – são extremamente imprecisas e variáveis, encurtam-se ou estendem-se, assumem novos significados e são mais ou menos valorizadas conforme a mudança dos tempos e dos espaços. Elas não correspondem diretamente as faixas etárias pré-definidas para fins estatísticos, visto que a alguns fatores orgânicos – tais como a idade ou o sexo – é dado um processamento cultural que lhes atribui significados que variam em diferentes períodos históricos. Como, então, apreender, ainda que momentaneamente, o significado da *juventude*? De início recorreremos ao debate de dois textos que dialogam diretamente entre si e que, a despeito do que aparentam seus títulos, se complementam: *A juventude é apenas uma palavra* – uma entrevista de Pierre Bourdieu (1983) – e a resposta *La juventud és más que una palabra* (2000) – dos argentinos Mário Margulis e Marcelo Urresti.

A tese central do texto de Bourdieu é a de que a fronteira entre a juventude e a velhice é, acima de tudo, um objeto de disputas em todas as sociedades, um território em constante conflito onde tem-se por objetivo demarcar os limites que definem uma ordem onde cada um deve manter-se em seu lugar. Com isso, Bourdieu quer nos alertar para o fato de que a juventude não é um dado objetivo, mas algo que se constrói socialmente enquanto resultado dos conflitos geracionais. Por sua vez, cada campo específico possuirá seus conflitos próprios e diferentes significados para o que é ser jovem e quais são os espaços reservados e proibidos a juventude desse campo. Deste modo, na leitura de Bourdieu, a juventude se torna mais que tudo um *signo*, ligado a uma estética que pode inclusive ser negociada dentro do espectro do mercado. Essa perspectiva contribui no sentido de que auxilia entender que o associativismo empresarial pode ter sua definição própria de juventude e, ainda, compreender o CEJESC como um local reservado

aos jovens antes que estejam aptos ou autorizados a ocupar os espaços das entidades adultas:

Há períodos em que a procura do “novo” pela qual os “recém-chegados” (que são também, quase sempre, os mais jovens biologicamente) empurram os “já chegados” para o passado, para o ultrapassado, para a morte social (“ele está acabado”) se intensifica e, ao mesmo tempo, as lutas entre as gerações atingem uma maior intensidade: são os momentos em que as trajetórias dos mais jovens e dos mais velhos se chocam, quando os jovens aspiram “cedo demais” à sucessão. Estes conflitos são evitados durante o tempo em que os velhos conseguem regular o tempo de ascensão dos mais novos, regular as carreiras e os cursos, controlar a rapidez da ascensão nas carreiras, frear aqueles que não sabem se frear, os ambiciosos que “queimam etapas”, que se “lançam” (de fato, na maior parte das vezes, eles não precisam frear porque os “jovens” – que podem ter cinquenta anos – interiorizam os limites, as idades modais, isto é, a idade na qual se pode “razoavelmente pretender” a uma posição, e não têm nem mesmo ideia de reivindicá-la antes da hora, antes de “chegar sua hora”). Quando o “sentido dos limites” se perde, vê-se aparecer os conflitos a respeito dos limites de idade, dos limites entre as idades, que têm como objeto de disputa a transmissão do poder e dos privilégios entre as gerações (Bourdieu, 1983, p. 121).

Segundo a presidente do CEJESC, Liandra Nazário³⁰, a organização de uma entidade especificamente voltada a juventude dentro do associativismo é pertinente porque os empresários mais jovens encontram barreiras ao tentar se inserir diretamente nos núcleos “adultos” da FACISC. O ex-presidente Maurício Ramos³¹ comentou que uma das conquistas da entidade foi a criação de uma cadeira entre as vice-presidências da FACISC a ser ocupadas pela presidên-

³⁰ Em entrevista cedida para a pesquisa.

³¹ Em discurso dado no evento de comemoração da 15 anos da CEJESC, ocorrido no dia 24/04/2014.

cia do CEJESC. A participação hoje de ex-presidentes e ex-diretores do CEJESC na FACISC também é tida como uma conquista própria, uma certa forma de reconhecimento e legitimação por parte dos “adultos”. Em sua entrevista, Nazário também afirmou a pertinência de uma organização juvenil por conta da “proatividade maior” que teriam esses sujeitos em relação ao mais velhos e sua “vontade de fazer algo diferente” – características que, pode-se dizer, ocupam o imaginário geral sobre os segmentos juvenis, mas que merecem também tratamento sociológico. Para além de sua existência enquanto signo, tal como apontada por Bourdieu, Margulis e Urrestis (2000) resgatam a materialidade da categoria juvenil, sem é claro, dispensar sua dimensão simbólica. Para tanto, eles mobilizam os conceitos de *moratória vital* e *moratória social*.

Para os autores, a juventude não se refere apenas a uma etapa da vida, mais além, concordando com Bourdieu, a juventude tem um valor simbólico. Isso é, está ligada a uma *moratória social*, um espaço de possibilidades e de postergação das responsabilidades adultas que se restringem aos sujeitos a depender de outras variáveis, tais como o gênero ou a classe social. A *moratória social* é tempo excedente, é poder experimentar, errar, voltar atrás e é também um espaço dedicado ao processo educativo. Proletários que ingressam precocemente no mundo do trabalho tendem a usufruir desse signo-juventude por muito menos tempo do que, por exemplo, os filhos de classes abastardas que prolongam seu período de dedicação exclusiva aos estudos, estendendo assim sua juvenilidade. Nesse sentido é que a juventude como signo pode se tornar também produto, uma vez que seus atributos podem ser comercializados em bens e serviços identificados com os discursos que aludem ao ser jovem. Por outro lado, a *moratória vital* aparece como um conceito complementar a *moratória social*, sendo ambos passíveis de separação um do outro apenas para fins analíticos. A *moratória vital* refere-se a uma dimensão cronológica da juventude, sua base material, caracterizada por maior energia vital, pela sensação de distância da morte, da velhice ou do adoecimento, ainda mais nítida quando posta em relação com a comunidade familiar mais velha, a quem toca menos “crédito temporal”:

En este sentido es que la juventud puede pensarse como un período de la vida en que se está en posesión de un excedente temporal, de un crédito o de un plus, como si se tratara de algo que se tiene ahorrado, algo que se tiene de más y del que puede disponerse, que en los no jóvenes es más reducido, se va gastando, y se va terminando antes, irreversiblemente, por más esfuerzos que se haga para evitarlo. De este modo, tendrá más probabilidades de ser joven todo aquel que posea esse *capital temporal* como condición general (dejando de lado, por el momento, consideraciones de clase o género) (Margulis; Urrestis, 2000, p. 4, grifo dos autores).

Tendo como base a coexistência da moratória vital e da moratória social, os autores defendem que é possível existir *jovens não juvenis*, como o caso de jovens das classes trabalhadoras que não têm acesso pleno a moratória social, e *não jovens juvenis*, a exemplo de sujeitos que, ainda que não possuam esse crédito temporal da moratória vital, têm acesso aos signos da juventude (Margulis; Urrestis, 2000, p. 6). Esse segmento social teria então um aspecto de opções em aberto, uma espécie de conjunto de promessas, que não têm a disposição os adultos, uma vez que estes últimos teriam uma prudência nascida de sua já “experiência acumulada” (Margulis; Urrestis, 2000, p. 5). Para os autores é isso que explica certa sensação de invulnerabilidade que muitas vezes caracteriza a juventude. Para o sociólogo húngaro Karl Mannheim – citado muitas vezes na literatura como um autor clássico no estudo das gerações – a juventude é caracterizada principalmente por uma espécie de contato primeiro com a vida pública, capaz de produzir um estranhamento em relação a um mundo que foi construído efetivamente, não pelo jovem, mas pelas gerações anteriores a ele (Mannheim, 1982, p. 95). Ou seja, a juventude pode encarar como novidade aquilo que é dado como natural para os adultos. Isso não quer dizer, entretanto, que a juventude carrega em si um caráter necessariamente de ruptura com as normas estabelecidas.

A juventude, segundo Mannheim (1982), faz parte dos recursos sociais latentes a disposição da sociedade e que podem ser mobilizados tanto para o ajustamento as circunstâncias, quanto para provocar

mudanças radicais. Isso é, a juventude pode atuar tanto enquanto uma potência revolucionária, quanto reacionária – tal como nos mostra, por exemplo, a experiência de mobilização das juventudes conservadoras durante os regimes fascistas na Europa. Desse ponto de vista, a moratória juvenil pode ser mobilizada de diferentes formas na sociedade – o que inclui sua mobilização no próprio processo da venda de força de trabalho, bem como na renovação dos quadros de ideólogos.

Para Luís Antônio Groppo (2012) os modelos de análise sociológica da juventude na modernidade parecem ter se deslocado entre dois extremos. De um lado, uma abordagem funcionalista tendeu a tratar da juventude como fase transitória de integração, de preparação para a vida adulta, onde as expressões de rebeldia ocupariam um aspecto de anomalia. Por outro lado, a partir dos anos 1970, ganham força as abordagens culturalistas que dão ênfase ao sentido de experimentação juvenil e da construção de identidades diversas, incluindo as subjetividades rebeldes nos espectros das subculturas. Tais abordagens, focadas principalmente na construção das identidades, têm o mérito de destacar a heterogeneidade e autenticidade dos grupos juvenis, permitindo que passemos a falar não mais de uma única juventude, mas de *juventudes*. Entretanto, para Groppo (2002, p. 18) esse recorte acabou por limitar-se aos estudos microsociológicos, reforçando as tendências de fragmentação típica da acumulação flexível e negando as possibilidades de articulação entre as juventudes e as estruturas mais amplas, descartando o próprio capitalismo como categoria explicativa dessas fragmentações.

A proposta de Groppo, a qual reiteramos nesta pesquisa, é a de uma abordagem dialética da condição juvenil, que reconheça os movimentos contraditórios entre a integração/socialização a sociedade e a autonomia/criatividade dos grupos e sujeitos juvenis (Groppo, 2002, p. 20). Essa perspectiva permite que não se perca de vista a autenticidade e particularidade dos grupos juvenis, mas também que se considere as suas relações, conflitos e diálogos com as estruturas sociais, que serão as mesmas para subjetividades e subculturas muito diferentes entre si. É a partir dessa percepção que lançamos nosso olhar para esse grupo específico, de identidade própria, que se reconhece

enquanto *jovem empreendedor*. Complementarmente, e dialeticamente, localizamos essas subjetividades em um contexto mais extenso, marcado pela expansão das políticas neoliberalizantes e pelo processo de acumulação flexível do capital, com todas as consequências já sinaladas no capítulo anterior. Com outros jovens de sua geração, os jovens empreendedores que estudamos dividem a experiência geracional nesse contexto comum, mas a sua forma de percebê-lo, será própria do grupo e traçada a partir de sua identidade pautada pelo empreendedorismo como ideologia.

Partindo para um nível concreto, em todas essas abordagens sobre a juventude no mundo moderno, em algum momento se sinaliza o período de passagem das instituições escolares para o trabalho como uma trajetória típica das juventudes, ainda que sob condições e expectativas diversas conforme, principalmente, suas classes sociais. Essa trajetória é uma questão material e histórica que marca a própria condição juvenil:

Ainda que não possamos generalizar a condição juvenil como única, é possível argumentar de modo geral que esse segmento, embora não uniforme, apreciado pelas estatísticas através da faixa etária, vive o paradoxo de ser ativo na vida econômica do país e ao mesmo tempo vivem a posição daqueles que estão vulneráveis diante da imposição de circunstâncias de exclusão do mercado de trabalho e das preocupações educacionais (Sousa, 1999, p. 55-56).

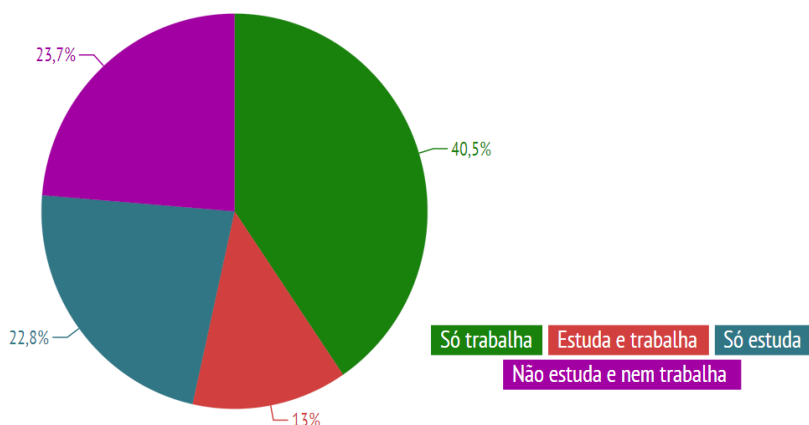
Para Janice Tirelli Ponte e Sousa (1999) essa condição carrega em si um duplo sentido: primeiro na relação que o jovem estabelece com si mesmo e com outros jovens, que diferenciam-se pelas suas posições nessas dinâmicas indefinidas entre trabalho e educação, e, segundo, pela relação do jovem com a sociedade e os demais segmentos sociais, vivendo todos sob a pressão de uma mesma estrutura social pautada na desigualdade, discriminação e exclusão de direitos (Sousa, 1999, p. 56). A vulnerabilidade juvenil apontada pela autora justifica-se pela situação global de desemprego estrutural, que se agudiza a partir dos anos 1990 e atinge especialmente a população

jovem. Segundo o informe publicado recentemente pela OIT, *Juventud y trabajo decente* (2013), os jovens representam 43% do total da massa de desempregados na região da América Latina e Caribe, o que significa uma população de 7,8 milhões de jovens em busca na ativa de trabalho sem encontrá-lo. Em relação aos adultos, considerados pela pesquisa como aqueles acima de 25 anos, o índice de desemprego entre os jovens é praticamente três vezes maior. Reproduzindo os padrões de discriminação histórica, o relatório também aponta para índices maiores de desemprego juvenil entre as mulheres e adolescentes do sexo feminino.

O relatório da OIT revela que a maioria dos jovens empregados não contam com níveis mínimos de proteção social, sendo que apenas 30% têm acesso aos sistemas de previdência social e menos da metade trabalha sob regimes de contrato formal. A pesquisa aponta para a baixa qualidade dos empregos que estão sendo preenchidos pela população jovem, sendo que 6 de cada 10 vagas geradas para essa faixa etária são em condições de informalidade. A despeito de que esses péssimos indicadores ainda se encontrem concentrados nos países periféricos, é notório que a crise que estourou em 2008 teve como uma das suas mais preocupantes consequências uma alta antes nunca vista nos níveis de desemprego juvenil de países centrais na economia mundial. No ano passado, a União Europeia deliberou o investimento de 6 bilhões de euros no combate ao desemprego juvenil, que estima-se atingir cerca de 5,6 milhões de jovens no continente, o que significa ao menos um quarto da juventude na região, chegando a uma taxa acima de 50% em países como a Espanha e a Grécia³².

³² Ver matéria da agência alemã Deustch Welle, publicada em 28/06/2013. Disponível em: <<http://www.dw.de/uni%C3%A3o-europeia-define-pacote-para-combater-desemprego-juvenil-no-bloco/a-16913399>>. Acesso em: jul. 2014.

Gráfico 3 – Ocupação dos jovens brasileiros entre 15 e 29 anos



Fonte: Censo Demográfico 2010 – IBGE, segundo o Ipea (2013).
Elaboração da autora.

Impulsionado pelos eventos marcantes do ano passado, incluindo uma ampla mobilização política da juventude³³, o Ipea (2013) também produziu um informe dedicado aos indicativos sobre a inserção desse segmento no mercado de trabalho brasileiro. Baseado nos dados do IBGE de 2009, o relatório aponta que 34 milhões de brasileiros entre 15 a 29 anos, trabalham ou estão procurando trabalho, o que significa mais da metade da população jovem, conforme exposto no Gráfico 3, que apresenta a situação ocupacional do segmento.

Ainda segundo a mesma nota do IPEA, a desigualdade entre os jovens de diferentes classes se expressa não só na propensão maior

³³ “O lançamento do estatuto da juventude, as mobilizações sociais e a Jornada Mundial da Juventude (JMJ) contribuíram para que o tema juventude, de forma mais ampla, voltasse a ocupar uma posição de destaque no debate de políticas públicas. A intenção deste volume do BMT é contribuir para esse debate, no que diz respeito à dimensão do mercado de trabalho” (Ipea, 2013, p. 6). As mobilizações referidas pelo Ipea dizem respeito às Jornadas de Junho, manifestações inicialmente impulsionadas pelo Movimento Passe Livre de São Paulo contra o aumento das tarifas de transporte coletivo e que tomaram várias cidades do país, ampliando-se também as pautas de reivindicação.

para o desemprego, mas também na qualidade dos trabalhos que ingressam. Nesse sentido, a escolaridade pode ser um fator fundamental para a inserção dos sujeitos em ocupações melhores. Entretanto, segundo o Ipea, isso não quer dizer que o desemprego e a informalidade recaiam apenas aos jovens de baixa escolaridade e provenientes de família de baixa renda. Essa amplitude aponta para a necessidade de expandir as oportunidades de emprego de qualidade e com maior proteção social. Por fim, os autores do relatório concluem que os jovens brasileiros estão mais sujeitos ao desemprego e as condições precárias de trabalho e que também se inserem com maior intensidade que os adultos em ocupações de alta rotatividade, além das que são ausentes de vínculos formais. Mesmo diante um panorama geral de ampliação das vagas no mercado de trabalho, a taxa de desemprego juvenil ainda é praticamente o dobro do que no segmento adulto, atingindo cerca de 17,8% em 2009. Em comparação a população adulta ocupada, os jovens também recebem remunerações mais baixas e se inserem com mais frequência em atividades com baixas condições de saúde e segurança do trabalho (Ipea, 2013, p. 41).

Segundo Pochmann (2001, p. 27), a desestruturação do mercado de trabalho brasileiro nos anos 1990 fez com que atingíssemos os maiores níveis de desemprego desde a transição do regime escravista para o assalariado, afetando não só a mão de obra de baixa escolaridade, mas o total da força de trabalho no país. Entretanto, diz o autor, as consequências desse processo – o aumento das taxas de desemprego, o desassalariamento e a precarização das condições de trabalho com a flexibilização dos direitos trabalhistas – não atingiram homogeneamente todos os setores da sociedade. A partir dos anos 1990 os jovens foram sensivelmente mais afetados por esse processo, passaram a enfrentar maiores dificuldades para a inserção e permanência no mercado de trabalho, ocupando principalmente os postos de maior precarização. Segundo Pochmann (2001) e Souza (1999), a juventude proveniente de famílias pobres e com baixa escolaridade foi quem mais sofreu com esse processo, mas a escolarização, ampliada nas últimas décadas, não significou a garantia de qualidade nas colocações frente ao mercado de trabalho.

O processo de desassalariamento não significa apenas a queda dos postos de emprego assalariados, mas também a emergência intensa de ocupações não assalariadas (Pochmann, 2001, p. 31). Sintomaticamente, o trabalho por conta própria foi o que mais cresceu entre os jovens durante os anos 1990. Segundo os dados organizados pelo autor, em 1997, estima-se que dentre cada 10 jovens ocupados, 4 eram autônomos e 6 assalariados, sendo 4 com sem registro e somente dois com carteira assinada (Pochmann, 2001, p. 32). Para Campos (2010, p. 30), a pobreza foi “jovializada” na década de 1990 e, apesar de que a partir de 2004 houve uma estabilização da situação de desemprego, a desocupação cresceu para o segmento da juventude, que em 2006 representava a metade dos desempregados.

Como resultado dos processos de desregulamentação e flexibilização do trabalho, a precarização do trabalho juvenil atinge de forma ainda mais intensa no Brasil os negros e as mulheres. Segundo Campos (2010, p. 45), 40% dos acidentes de trabalho hoje ocorrem com os jovens, o que é apontado como consequência de que, especialmente os mais pobres, estão sendo obrigados a aceitar as piores condições de trabalho sem contar com mecanismos efetivos de proteção social. Conforme o mesmo autor, a remuneração do trabalho juvenil também é predominante baixa, sendo que mais de 80% recebem até dois salários mínimos (Campos, 2010, p. 48). Além dessas diferenças de cunho mais quantitativo, o trabalho também assume características simbólicas distintas. Segundo Sousa (1999, p. 57) o trabalho para o segmento juvenil e a sua devida remuneração tem também um sentido de independência, de “liberdade e trunfo da negociação de seu espaço no âmbito familiar”.

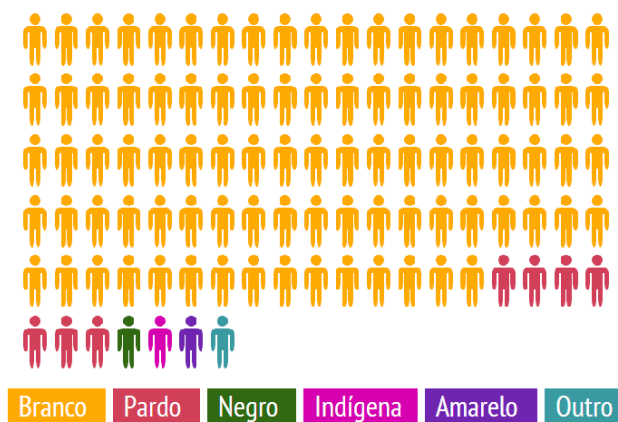
Essas características, subjetivas e materiais, peculiares a juventude, articulam-se de tal maneira a fazer com que esse segmento seja propício a tornar-se alvo do discurso pró-empresendedorismo, na medida em que este recorre a mobilização da perspectiva de autonomia, ao mesmo tempo em que aponta para supostas saídas da situação de precariedade através de uma ótica de responsabilização individual e valorização dos desassalariamento como processos praticamente emancipadores. Vejamos como essas questões próprias do pensar a juventude se refletem nos sujeitos que se identificam enquanto empreendedores

e atuam publicamente como multiplicadores desse mesmo discurso através do CEJESC. Para tanto, apresentaremos o perfil desses jovens.

3.3 PERFIL DOS PARTICIPANTES DO CEJESC

Os dados apresentados a seguir foram levantados a partir da aplicação de um questionário³⁴ de 52 questões, que foi elaborado e aplicado com a colaboração da diretoria geral do CEJESC. O questionário ficou disponível em um site durante todo o mês de Fevereiro de 2014 e a diretoria solicitou que os presidentes dos núcleos locais estimulassem os participantes a responder a pesquisa. O resultado, que apresentamos na sequência, é fruto do retorno de 618 questionários, o que alcança 57% da população total, estimada em 1.070 sujeitos.

Gráfico 4 – Composição étnica do CEJESC



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

Como ilustrado no gráfico acima, entre os participantes do CEJESC, 90,9% se identificam como brancos, enquanto apenas 6,6% se

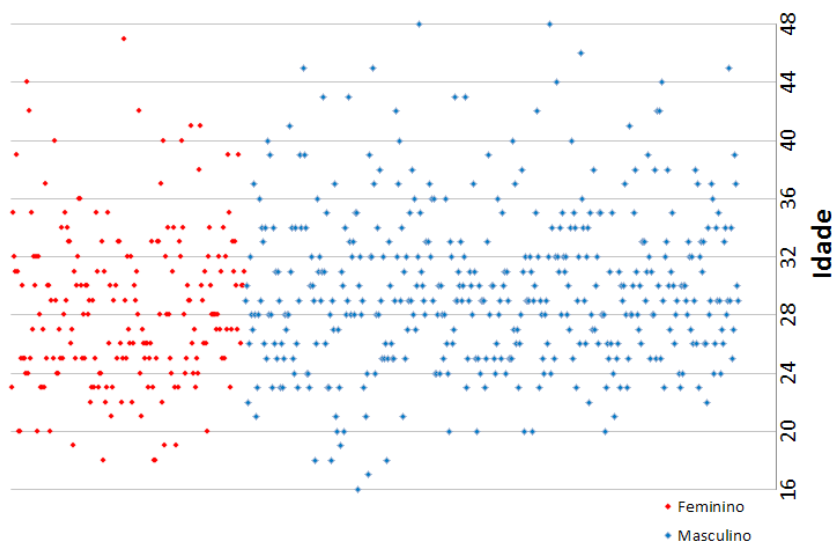
³⁴ Ver questionário no Apêndice I.

declaram pardos e 0,6% negros (o que corresponde concretamente a apenas 4 pessoas). Os indígenas e amarelos representam 0,5% cada. Ainda que SC, em comparação ao resto do país, proporcionalmente tenha uma maior predominância de brancos, os negros e pardos somam aproximadamente 12% da população, praticamente o dobro da proporção apresentada no CEJESC. As mulheres também são minoria dentro do conselho, representando apenas 32% dos participantes. Uma vez que, como veremos na sequência, os jovens empreendedores do CEJESC são em sua maioria donos de empresas, a menor participação de negros e mulheres corresponde ao panorama nacional que aponta para a menor presença desses setores historicamente oprimidos na posição de empregadores – apenas 30% são negros ou pardos e só 29% são mulheres – exprimindo as cristalizadas condições segregadoras nas estruturas produtivas do Brasil (Davies, 2009). Além do mais, é preciso lembrar que os espaços públicos de organização coletiva também foram historicamente monopolizados pelos homens, sendo que a participação das mulheres nesse tipo de ambiente se constitui como algo relativamente novo. A predominância de homens brancos é visualmente notável nos espaços do CEJESC, mas a existência de mulheres da diretoria é com frequência destacada como um ponto positivo. Em relação a composição étnica, nenhuma preocupação por parte da entidade foi notada em campo.

Como dito anteriormente, não há nenhum critério explícito que limite a participação dos indivíduos nos núcleos do CEJESC e nos eventos públicos promovidos pela organização. Diferentemente da FACISC, que conta com um sistema de contribuição financeira dos seus associados, no CEJESC não há um controle oficial a cerca de quem participa da entidade. Segundo Nazário, o CEJESC se define com uma organização de empreendedores – e não de empresários – porque permite a aproximação daqueles que não são proprietários de empresas mas que desejam o ser, o que a diferencia a organização das entidades adultas, das quais só participam aqueles que estão estabelecidos enquanto empresários no mercado. Fora dos cargos da diretoria geral, tampouco existem critérios etários que delimitem a participação no CEJESC. A pesquisa constatou que a média absoluta de idade dos

jovens empreendedores do CEJESC é de 29 anos. Entretanto, como observamos no Gráfico 5, que permite visualizar a dispersão dos dados relativos à idade, a maioria expressiva dos sujeitos (72,82%) está concentrada na faixa que vai dos 25 aos 35 anos, 15,21% têm entre 16 e 24 anos e pouco menos de 12% estão na faixa acima dos 35, sendo que os mais velhos entre os participantes que responderam o questionário têm 48 anos. Algumas questões interessantes podem ser levantadas a partir desses dados etários.

Gráfico 5 – Idade e sexo dos participantes do CEJESC



Fonte: Elaborado por G. Abelino, a partir dos dados da pesquisa.

Chama atenção no gráfico, inicialmente, a concentração dos sujeitos na faixa etária incorporada pelo Estado, mais recentemente, na categoria de juventude pela Lei nº 11.129/2005, que institui o alongamento da juventude para até 29 anos (antes o limite era 24 anos). A dilatação do período cronológico da juventude é visto por alguns pesquisadores como um fenômeno singular contemporâneo. Segundo Castro e Aquino (2008), esse alongamento é geralmente apontado

como consequência do aumento da dificuldade de inserção dos jovens no mercado de trabalho, além da expansão do tempo de escolarização. Entretanto, os autores apontam que também a emergência de novos padrões de comportamento – sexuais e de arranjo familiar, por exemplo – colaboram com essa dilatação, tornando as fronteiras entre os jovens e adultos mais esfumaçadas (Castro; Aquino, 2008, p. 11).

Ainda assim, chama atenção a participação de uma quantidade pequena, mas considerável, de indivíduos que participam do CEJESC e tem mais de 35 anos, sendo que alguns chegam a beirar os 50, escapando de qualquer delimitação etária estabelecida para a juventude. Essa presença parece confirmar a tese de Bourdieu (1983) de que cada campo específico delimita as suas noções próprias de juventude. Uma hipótese válida é que, possivelmente, sujeitos biologicamente mais velhos participem desses espaços como forma de apropriar-se da moratória social juvenil, do caráter simbólico da juventude, bem como dos símbolos que fazem parte do que define a juventude nesse campo em específico. A possibilidade de cometer erros e refazer o caminho, por exemplo, é parte da moratória social juvenil, mas também da personalidade empreendedora defendida por instituições e teorias. Ao serem questionados sobre o que significava ser um “jovem empreendedor”, alguns sujeitos (especialmente os que são biologicamente mais velhos) expressaram diretamente esse descolamento com a questão etária, a exemplo das seguintes respostas:

Acredito que jovem empreendedor está ligado ao estado de espírito de estar sempre evoluindo, do que ligado propriamente a idade. Acho que o jovem empreendedor, é aquele que não se deixa conformar com o que já tem ou já sabe! (Empresária, 42 anos, questionário nº 55)

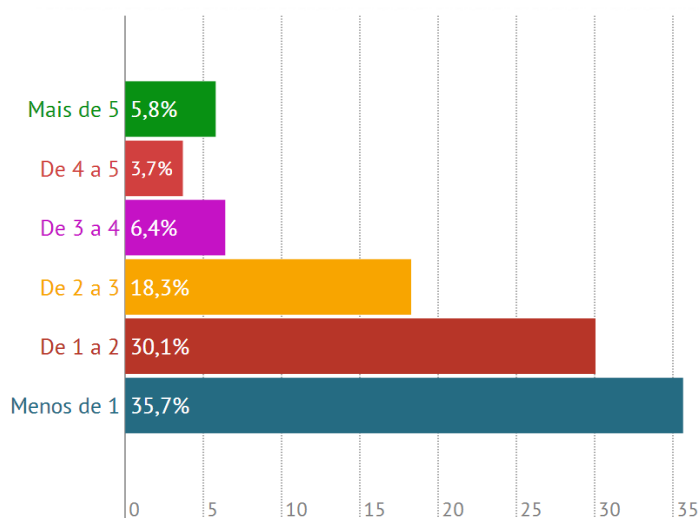
É ter atitude, possibilidades de erros (aprender e corrigi-los em seguida), motivado, perspicaz, inovador (mesmo com produtos ou serviços pré-existent), decidido, jovem empreendedor é todo aquele que independente da idade tem espírito e garra para empreender já! (empresário, 42 anos, questionário nº 190).

Percebe-se que o CEJESC cumpre nitidamente o papel de um espaço de formação, uma espécie de escola para aqueles que desejam se estabelecer no mercado como empresários e agregar novos contatos dentro do campo empresarial. Mas seu caráter de formação não se resume a isso, uma vez que o CEJESC é também lugar para os que pretendem assumir posições de poder dentro das organizações patronais. Ou seja, a existência do CEJESC como espaço reservado para a juventude, tem o sentido de formar e selecionar alguns sujeitos que possam ocupar futuramente as cadeiras da FACISC, isto é, uma forma de organizar uma triagem com o objetivo de selecionar os que vão atuar no associativismo para além de meros proprietários, mas exercendo ativamente a função “intelectuais orgânicos do capital” (Bianchi, 2006, p. 125). Na linguagem do CEJESC, esse caráter de formação de quadros se expressa como o objetivo de “criação de lideranças” que torna a organização um espaço de transição para outros espaços de articulação não só empresarial:

O CEJESC na verdade, ele é um movimento de passagem, né? [...] A intenção do CEJESC é inclusive fomentar novas lideranças, criar novas lideranças. Então muitas pessoas deixam de participar do CEJESC porque é um período de transição em que ele se capacita, se apresenta. Ele começa a participar mais especificamente de eventos, e não na nossa rotina diária do CEJESC. Depois nos próprios núcleos municipais, onde que eles também começam a participar das associações empresariais. [...] A gente discute que, inclusive acabamos criando lideranças pra fora do nosso movimento. Então ao invés de lideranças estarem sendo utilizadas ou aproveitadas dentro das associações empresariais, as vezes elas estão indo pro outros movimentos: pra FIESC, pro Convention Bureau. outras entidades também empresariais. [...] Isso é positivo porque o papel estamos fazendo: de criar lideranças. [...] O objetivo é criar lideranças políticas ou empresariais. Lógico que hoje a gente já tem um conhecimento maior da causa e consegue identificar que a gente perdeu, entre aspas, muita liderança para esses movimentos, e talvez a gente precise de um trabalho pra que fiquem também na nossa federação (Nazário, entrevista concedida em 13/03/2014).

Veremos mais adiante alguns dados relacionados as ligações do CEJESC com os espaços políticos dos partidos institucionalizados. De todo modo, os dados obtidos pelo questionário refletem e confirmam esse caráter transitório do CEJESC, uma vez que, tal qual se observa no gráfico a seguir, 65,8% dos sujeitos participam a menos de 2 anos da organização e apenas 5,8% participam há mais de 5 anos.

Gráfico 6 – Tempo de participação no CEJESC, em anos

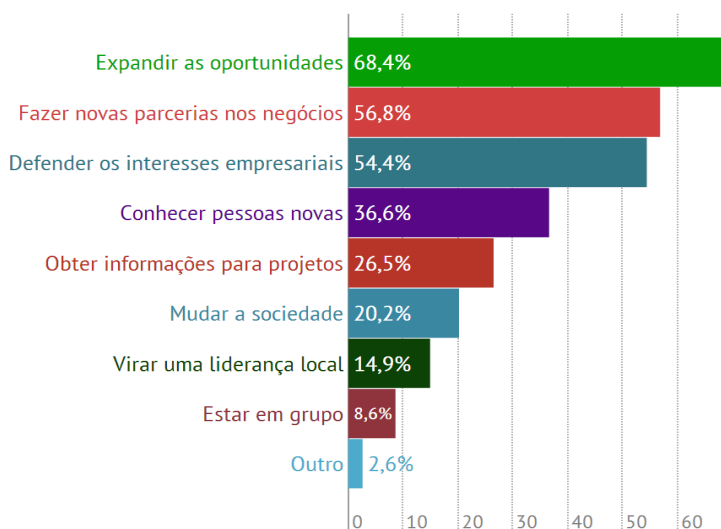


Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

Entre os motivos que levam esses sujeitos a participarem ativamente do CEJESC, se destacam com maior expressividade aqueles relacionados a própria expansão dentro do mercado, tal como ilustrado no Gráfico 7. Mais da metade (54,4%) também declarou que participa do CEJESC porque acha pertinente que os empresários se organizem coletivamente para defender seus interesses, uma expressão da pertinência da entidade como porta de entrada para o associativismo empresarial. Conhecer novas pessoas, interferir na sociedade, obter informações para projetos futuros e tornar-se uma liderança local também

foram motivos sinalizados como importantes para motivar o interesse na organização. Em boa medida, o CEJESC parece corresponder as aspirações de seus participantes. Quando perguntados sobre como o engajamento na organização teria interferido na sua vida, 62,5% responderam que o CEJESC havia fornecido conhecimento profissional, 52% declararam que a instituição teria os colocado em contato com pessoas importantes, 43% que havia possibilitado o fechamento de novas parcerias e 42% disseram que a participação havia aumentado sua motivação em seguir com os projetos da carreira.

Gráfico 7 – Principais motivos que levaram à participação no CEJESC

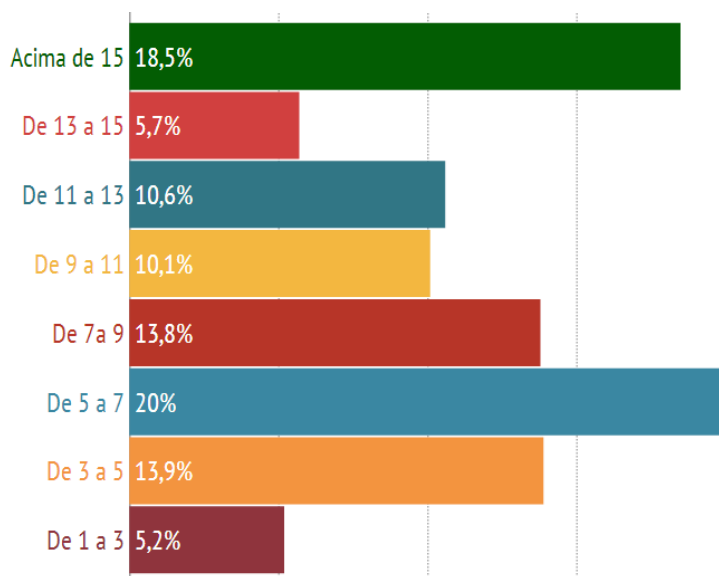


Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

Podemos visualizar no Gráfico 8 os dados correspondentes a renda familiar mensal dos participantes do CEJESC. Observamos que as maiores concentrações se dão nas faixas de 7 a 9 salários mínimos e acima de 15 salários mínimos, uma renda consideravelmente alta. A renda familiar dos jovens do CEJESC é bem mais elevada que a

média geral da população catarinense. Entretanto, infelizmente não é possível tecer um comparativo preciso, uma vez que ao elaborar o questionário, não nos atentamos para o fato de que os dados fornecidos pelos levantamentos do IBGE são relativos a renda familiar *per capita* e não *absoluta*. Sabemos que a maioria dos participantes do CEJESC (49,5%) vivem com o cônjuge, 34,5% com os pais e 11,6% sozinhos. Porém isso não nos dá informação suficientemente precisas para traçar este comparativo sem correr o risco de cometer deslizes. Ainda assim, observa-se que se tratam de rendas pouco típicas nas famílias brasileiras em geral.

Gráfico 8 – Renda familiar absoluta dos membros do CEJESC em salários mínimos

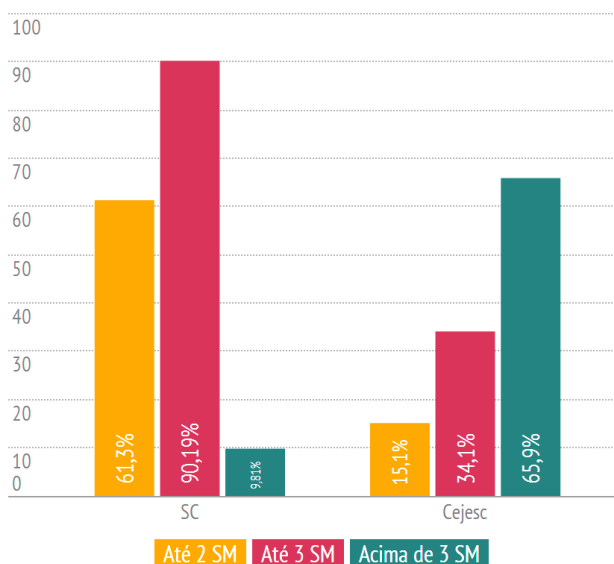


Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

Por outro lado, tal como se observa no Gráfico 9, podemos afirmar que a renda individual dos membros do CEJESC é, em média, bastante mais elevada quando comparada com a renda da po-

pulação catarinense ocupada – ainda mais se considerarmos que os jovens tendem a receber rendas ainda menores. Enquanto a maioria dos catarinenses (61,3%) recebe até 2 salários mínimos, essa mesma faixa alcança apenas 15% dos empreendedores do CEJESC. Na faixa acima dos 3 salários mínimos, temos menos de 10% da população de SC, sendo que no CEJESC essa é a faixa com maior concentração (65,9%). Pode-se dizer assim, que a pirâmide de renda do CEJESC é invertida quando comparada à dos trabalhadores catarinenses em geral. Fazendo um recorte mais específico dentro dessa faixa dos que recebem mais que 3 salários mínimos no CEJESC, temos que 44,6% recebem até cerca de R\$ 5.075,00 mensais, 14,4% de R\$ 5.075,00 a R\$ 7.240,00 e pouco menos de 3% recebem mais que R\$ 7.240,00.

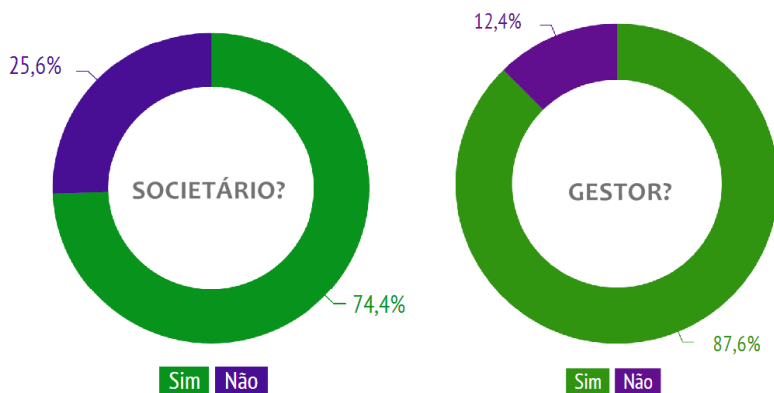
Gráfico 9 – Renda individual mensal dos membros do CEJESC comparada à renda individual mensal dos moradores ocupados de SC acima de 18 anos, em salários mínimos



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa e do PNUD.

Em relação a ocupação, 61% são proprietários diretos de uma empresa, 25,9% são empregados formais e 6,4% são autônomos. Um quarto dos jovens que responderam o questionário disseram que trabalham em uma empresa que pertence a sua família, enquanto apenas 3% são funcionários públicos e 2% trabalham em uma ONG. No geral, cerca de 85% deles atuam, como trabalhadores ou proprietários, no ambiente empresarial. Como ilustrado pelo gráfico abaixo, desses, quase 75% fazem parte do quadro societário, isso é, de proprietários da empresa, e 87,6% são gestores. Pode-se concluir, portanto, que apenas uma parte minoritária dos membros do CEJESC poderia ser enquadrado como aquilo que eles mesmos denominam enquanto “intraempreendedores” – funcionários que não participam do controle direto do capital da empresa, mas que atuam com “espírito de dono”.

Gráfico 10 – Situação dos membros da CEJESC que atuam em empresas



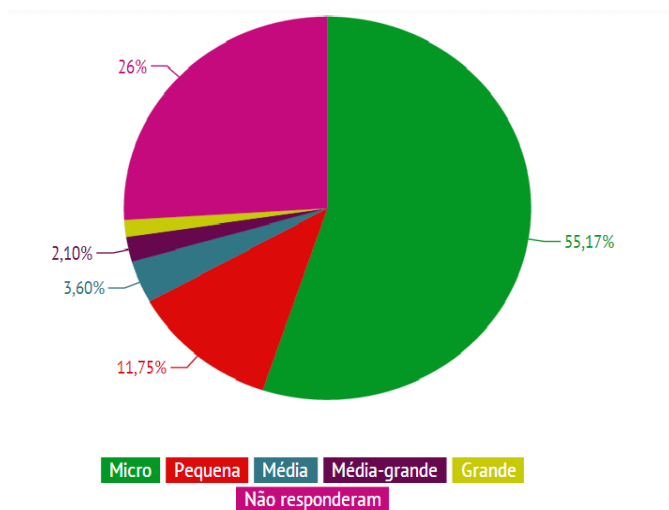
Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

Dessas empresas, 62,9% são do segmento de serviços, 20,2% do comércio e 17,9% da indústria. Em média absoluta, o faturamento dessas empresas é de R\$ 27 milhões anuais e, somados, os fatura-

mentos de todas elas chega a R\$ 12,5 milhões anuais. Entretanto, seguindo os parâmetros estipulados pelo BNDES, 55,7% delas entrariam na categoria de microempresas, atingindo o faturamento máximo de R\$ 2,4 milhões anuais. As pequenas empresas – com o faturamento entre R\$ 2,4 a R\$ 16 milhões – representariam 11,75%, as médias – com faturamento entre R\$ 16 e a R\$ 90 milhões – 3,60%, as médias-grandes – de faturamento entre R\$ 90 e R\$ 300 milhões – 2,1% e as grandes empresas – com faturamento acima de R\$ 300 milhões – apenas 1,4%. Esses dados indicam que, apesar de a maioria dessas das empresas serem consideradas pequenas, existem algumas com um enorme faturamento que jogam a média geral para o alto. Entretanto, 26% dos indivíduos que responderam o questionário deixaram essa questão sem resposta, uma porcentagem bem mais alta que as de outras questões³⁵. Boa parte das empresas (39%) empregam até 5 funcionários, sendo que apenas 7,8% são empresas de uma só pessoa, isso é, empresas que não possuem empregados diretos. 15,1% têm de 6 a 10 funcionários, 22,3% de 11 a 50, 6,6% de 51 a 100, 4,6% de 101 a 300, 1,4% de 301 a 1000 e 2,7% têm mais de mil empregados. Esses dados confirmam que a maioria seria considerada de pequeno porte, ainda que algumas sejam empresas bem grandes. Como ilustrado no Gráfico 12, 42,2% desses jovens que atuam no CEJESC e que já estão inseridos em uma empresa, são herdeiros diretos da empresa que possuem ou trabalham. Isso não quer dizer, entretanto, que os outros 57,8% não tenham construído suas empresas com a ajuda de algum familiar.

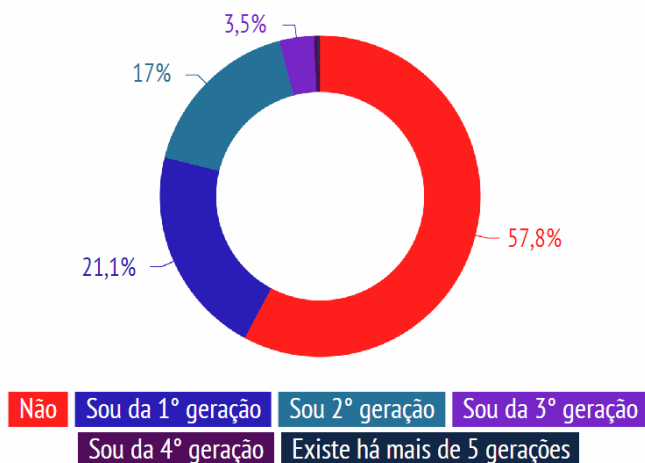
³⁵ Na primeira conversa que tive com a diretoria do CEJESC para elaborar a pesquisa, me foi comentado informalmente que uns anos atrás o Sebrae tinha aplicado um questionário em cerca de 100 integrantes da organização e que, o resultado da média simples dos faturamentos teria dado a impressão equivocada de que as empresas eram majoritariamente de grande porte e que, portanto, havia uma orientação para que empresas de grande porte passassem a não responder esse tipo de questão. Ainda que tenha sido esclarecido que a presente pesquisa teria um recorte que reconhecesse as diferentes faixas de porte, não se descarta a hipótese de que tenha-se deixado de responder essa questão por conta dessa situação anterior.

Gráfico 11 – Porte das empresas ligadas ao CEJESC segundo faixas definidas pelo BNDES



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

Gráfico 12 – Se a empresa é da família ou não



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

A questão da origem familiar das empresas causa uma divisão dentro do CEJESC entre aqueles participantes que são herdeiros de empresas e aqueles que não o são. Essa divisão apareceu em forma de conflito em vários dos questionários quando os sujeitos foram perguntados sobre o que significava, para eles, ser um “jovem empreendedor”. Transcrevemos abaixo alguns depoimentos que ilustram esse conflito:

Muitos são os desafios e também as cobranças em cima da juventude, especialmente no que se refere ao sucesso dos empreendimentos de suas famílias, a sucessão familiar e os resultados. Ainda temos que lidar com determinados “preconceitos” como por exemplo se somos mesmo competentes ou se estamos dentro da organização apenas pela paternidade (funcionária e herdeira de uma empresa, 26 anos, questionário nº 515).

Na minha opinião, um jovem empreendedor deveria criar o se próprio negócio, pois gerir uma empresa já existente iniciada pelos pais, não é empreender, é seguir os negócios da família (empresária, 32 anos, questionário nº 448).

Não é fácil ser um jovem empreendedor, até que você possa ganhar mercado, os mais velhos te jantam no almoço. Em Blumenau, o jovem empreendedor só é bem visto quando vem com uma bagagem familiar, quando está em uma empresa já conhecida, o que começou sozinho, ralando, não tem vez (empresária, 32 anos, questionário nº 571).

De fato, parece que a questão da herança, que abarca uma parte considerável de nossos sujeitos de pesquisa, acaba colocando em suspense toda a argumentação que visa construir a ideia do empreendedor a partir da mitologia liberal do *self-made man*, como aquele que se arrisca nas aventuras do mercado e supera todos os obstáculos para construir seu patrimônio a partir de seu próprio esforço. Tanto é que, nos *cases de sucesso* que tivemos a chance de presenciar durante eventos organizados ou apoiados pelo CEJESC, questões relativas a heranças familiares geralmente ficavam de fora da narrativa, mesmo quando os personagens tratavam-se de conhecidos herdeiros de grandes empresas. A ajuda dos pais aparece raramente nos *cases de suces-*

so, quase que como um detalhe, uma vez que sua presença tenderia a desconstruir, ao menos em parte, a noção meritocrática embutida no discurso empreendedor. Citamos como exemplo dois *cases de sucesso* que foram apresentados no Unicongress, evento que contou com a presença da ACIF-Jovem (núcleo municipal do CEJESC).

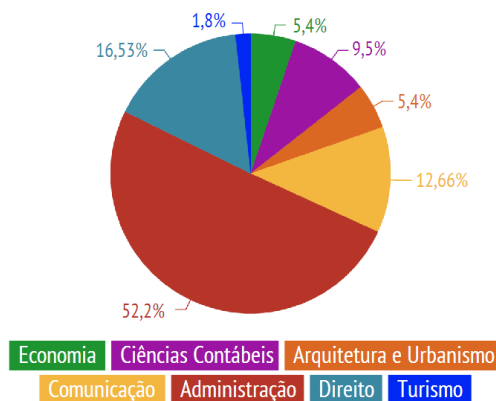
Um deles foi apresentado por um dos ex-presidentes do CONA-JE e proprietário de um grande grupo do setor de entretenimento que controla, entre outras empresas, algumas das casas noturnas mais luxuosas de Florianópolis – Doreni Caramori Júnior, da *All Entretenimento*. Durante a apresentação de seu case no Unicongress, Doreni contou a história sobre o início de suas empresas, que teriam começado “do nada”, sem que muitos acreditassem que dariam certo, mas que acabaram se provando um grande negócio. O que ficou de fora da narrativa do empresário foi o fato de que seus familiares já eram, então, proprietários de uma das maiores transportadoras do país³⁶, fornecendo condições mínimas para que ele se “arriscasse” no agitado mundo dos negócios

Em outro *case*, apresentado pela dona de uma loja de roupas femininas chamada *Pax Rio Style*, a narrativa seguia um sentido de superação e meritocracia, mas em algum momento a jovem citava que seu pai tinha lhe dado de presente uma loja no centro de Florianópolis. Interrompido por esse fato, o sentido heroico, típico dos *cases*, foi recobrado na sequência quando a protagonista narrou episódio ocorrido em seu período de gestação, quando suas funcionárias perceberam sua fragilidade para pedir um aumento de salário. A empresária, heroicamente, manteve-se forte para negociar com as aproveitadoras. O pai da jovem em questão, Dalvo Tirloni, estava também presente no

³⁶ Em entrevista ao *blog* de Estela Benetti, do grupo RBS, Doreni comenta sobre a propriedade familiar da empresa Reunidas (disponível em: <<http://wp.clicrbs.com.br/estelabenetti/2014/06/16/grupo-all-avanca-no-entretenimento-e-faz-parceria-com-a-disney/?topo=67,2,18,,,67>>; acesso em: jul. 2014). Doreni é umas das figuras mais centrais da história do CEJESC. Em 2012 participou de uma articulação política a fim de delimitar a lei que concede o desconto de 50% na entrada de eventos culturais e esportivos para estudantes (ver matéria publicada por ele na *Folha de S.Paulo*, disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/85720-critica-a-meia-entrada.shtml>>; acesso em: jul. 2014). Durante a palestra do Unigress, enfatizou a importância do associativismo nessas situações e citou como exemplo a “luta contra o projeto absurdo que quer dar 50% na entrada de jovens carentes”.

evento. Tirloni é professor de Administração de Empresas na UDESC, ex-presidente da ACIF e foi candidato a vereador pelo DEM em 2012. Curiosamente, em sua fala no Unicongress (um ano depois da tentativa de eleição), Tironi declarou que empregos públicos deveriam ser sempre o “plano B” dos jovens, uma vez que isso significa manter-se na zona de conforto, conformar-se. A inscrição na primeira edição do Unicongress, em maio de 2012, custava ao participante R\$ 200,00. O evento ocorreu no renomado Majestic Palace Hotel, em Florianópolis, e contou também com o *case* do principal executivo do grupo Almeida Júnior, proprietário de vários *shoppings* do estado, além do sorteio de livros da biografia de Eike Batista. Na segunda edição do evento, em outubro 2012, a atração principal foi a palestra motivacional de Paulo Storani, famoso ex-capitão do BOPE³⁷.

Gráfico 13 – Área específica de formação entre os que estão inseridos na grande área das Ciências Humanas Aplicadas



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

³⁷ Storani é também antropólogo e ficou conhecido após ser retratado nos filmes *Tropa de elite* (2007) e *Tropa de elite II* (2010), ambos dirigidos por José Padilha, como o personagem principal Capitão Nascimento. Segundo reportagem do *Estado* publicada em março de 2013 (disponível em: <<http://saopaulo.estadao.com.br/noticias/geral,capitao-nascimento-fatura-r-6-mi-com-dicas-de-autoajuda-imp-,1012599>>; acesso em: jul. 2014). Storani fatura mais de R\$ 6 milhões por ano através de sua empresa de consultoria que administra suas palestras motivacionais voltadas ao ambiente empresarial.

Em relação a formação escolar, a pesquisa constatou que pouco menos de 90% dos sujeitos que responderam o questionário já cursou ou está cursando o ensino superior. Esse dado representa um nível de escolaridade bem alto comparado com a população geral do estado. Segundo o PNUD, em 2010 apenas 37% dos residentes de SC com mais de 25 anos tinham o ensino médio completo. Entre os participantes do CEJESC que cursam ou cursaram a universidade, 86,3% o fizeram, ou fazem, em uma instituição privada. A expressiva maioria, quase 75%, corresponde a formação nos cursos que compõem a grande área das Ciências Humanas Aplicadas. No campo das Engenharias e Tecnologias estão 16,79%, sendo que as demais áreas representam cada uma menos de 5% da amostra, 4,44% na grande área das Ciências da Saúde e 1,93% nas Ciências Humanas. No Gráfico 12 observamos a divisão em cursos específicos daqueles 75% que se inserem nas Ciências Humanas Aplicadas. A pesquisa aponta que a metade desses sujeitos cursaram ou estão cursando Administração. Além disso, entre aqueles que já concluíram o ensino superior em outros cursos de diversas áreas, que não a de Administração, 45,17% concluíram ou estão cursando uma especialização ou pós-graduação na área da Administração. Com isso, temos que, ao menos 40% dos participantes do CEJESC tiveram contato direto com a Administração enquanto formação superior. Esse dado confirma a correlação, explorada nos capítulos anteriores, entre a área da Administração e os discursos pró-empresendedorismo.

Com isso finalizamos uma apresentação sobre o perfil geral dos participantes do CEJESC revelado pelos questionários e o trabalho de campo. Deixando momentaneamente em suspense as heterogeneidades que foram contempladas e bem representadas pelos dados ao longo do texto, identificam-se algumas tendências gerais decorrentes desse perfil. É possível dizer que o sujeito médio, participante do CEJESC que se identifica e é reconhecido como jovem empresário, tem entre 25 e 30 anos, é branco, homem, proprietário de uma micro-empresa, têm uma renda mensal bastante superior a média brasileira, formou-se em Administração e participa há menos de 2 anos do CEJESC. O discurso ideológico pró-empresendedorismo que é adotado e propagado amplamente pelo CEJESC, pretende-se oferecer como

alternativa a todos os segmentos sociais, especialmente o que abrange os jovens mais atingidos pelo processo de reestruturação produtiva. Entretanto, observa-se que os participantes do CEJESC, aqueles que são efetivamente capazes de se identificar e ser identificado como jovens empreendedores, têm um perfil bastante específico. Ou seja, fica claro que não basta ter um perfil comportamental correspondente ao empreendedorismo pregado pelo Sebrae, pelo Endevoar e pelo próprio CEJESC para participar desse campo empresarial de formação que é produzido pelo associativismo. Além do mais, ficou claro que o conselho funciona como uma espécie de peneira que prepara quadros e seleciona os que devem passar a ocupar papéis de poder na FACISC. Nesse caso, restringe-se ainda mais aqueles que terão acesso a esse espaço, uma vez que são cargos que tendem a ser ocupados por executivos que representam de empresas de alto faturamento, já bem estabelecidas no mercado.

Seguindo o conceito que defendemos anteriormente de *ideologia*, isso não significa que esse segmento específico não possa compor discursos que tenham como objetivo e alvo a totalidade das classes sociais – muito pelo contrário. Seu entendimento e explicação da realidade será voltado a dialogar com as demandas de diferentes setores sociais. Dito isso, apresentaremos no capítulo seguinte uma análise sobre os dados mais subjetivos que foram colhidos durante a pesquisa. Eles dizem respeito a autoimagem desses sujeitos e aquilo que entendem como sendo o projeto do empreendedorismo, além das suas interpretações para algumas questões sociais. Teremos por meta identificar a materialização das questões ideológicas exploradas nos capítulos anteriores através da expressão dos sujeitos dentro do contexto de conflitos que marcam a própria sociedade.

O EMPREENDEDORISMO JUVENIL NO CAMPO DE COMBATE



Tirinha por André Dahmer¹

Não vamos negar que a pobreza não exista. Mas muitos recursos são oferecidos pelo governo federal. Grande parte da classe considerada “pobre” recebe benefícios muitas vezes em dinheiro. E o pensamento dessas pessoas é de “pra que eu vou trabalhar se o governo me paga para ficar sem fazer nada?”. Acho que oportunidades não caem do céu, todos temos que batalhar para conseguir viver de forma digna (autônomo em uma empresa da família, 29 anos, questionário nº148).

A classe empresarial é uma das que mais paga imposto no país e ainda é vista como burguesa ou exploradora. A política Robin Hood de tirar dos ricos para dar aos pobres do governo assistencialista que temos trás muitas revolta, ainda pelos empresários serem vistos como os maus. Acho que independente de questões políticas, todos os jovens, e empresários principalmente, tinham motivos em estar pro-

¹ Página do cartunista: <<http://www.malvados.com.br>>.

testando maiores questões e investimentos/incentivos nos seus negócios (empresária, 25 anos, questionário nº 145).

No primeiro capítulo tratamos do conceito de empreendedorismo em diferentes campos do conhecimento e em algumas instituições, demonstrando que essa ideia tem sua gênese no pensamento liberal clássico, ganha posteriormente elementos comportamentalistas e ressurge na contemporaneidade com o suporte da Administração. Observando que houve um *revival* da ideia no Brasil dos anos 1990, dedicamos o segundo capítulo a compreender as transformações vividas nesse período, defendendo que o empreendedorismo ressurge como um discurso ideológico voltado, principalmente, às juventudes que se deparam com a entrada em um mercado de trabalho marcado pelos processos de flexibilização. Entretanto, no capítulo seguinte apresentamos o CEJESC como entidade que reúne uma juventude singular, que se identifica e é identificada como empreendedora, organizando-se por via do associativismo empresarial para multiplicar a ideia do empreendedorismo no estado de Santa Catarina. Debates as especificidades da categoria juvenil e projetamos um perfil dos sujeitos que fazem parte dessa organização. O caminho percorrido até aqui permite que o presente e derradeiro capítulo seja dedicado a compreender o entendimento que esses sujeitos têm sobre *si mesmos* e sobre o *empreendedorismo como um projeto* para si e para a sociedade.

O capítulo está dividido em duas partes que dialogam entre si. A primeira será dedicada a investigar a autoimagem do jovem empreendedor, que foi exteriorizada pelos participantes do CEJESC através de suas colocações no questionário. Na segunda parte, faremos uma jornada através das opiniões emitidas que sejam capazes de revelar os posicionamentos destes sujeitos em torno de questões que dizem respeito a vida coletiva – isso é, a própria política. Ao analisar o material coletado pelos questionários, entrevista e campo, buscaremos também compreender aquilo que eles entendem como sendo o projeto do empreendedorismo – no qual se colocam como sujeitos – para o mundo. A ideia central é verificar em que medida o entendimento que esses

sujeitos têm sobre si e sobre a sociedade dialogam com as ideias que foram expostas na primeira metade de dissertação.

Partimos do princípio, fundamentado nos capítulos anteriores, de que o empreendedorismo, enquanto um discurso de caráter ideológico, comporta em si um sentido prático dentro de uma realidade social estruturalmente marcada por conflitos e antagonismos de classes. Tendo em mente essa demarcação, nosso último capítulo tem por objetivo final guarnecer os elementos que possibilitem localizar o CEJESC – enquanto uma organização eminentemente patronal, voltada à formação da juventude e que comporta um perfil específico de participantes, como verificamos no capítulo anterior – dentro desse campo de combate.

4.1 CONTEMPLANDO O ESPELHO

Incluímos em nosso questionário a seguinte pergunta: *na sua opinião, o que significa ser um jovem empreendedor?* A questão foi respondida por 395 dos 618 sujeitos da amostra, o que representa uma proporção alta (64%), considerando que as perguntas discursivas exigem maior envolvimento por parte dos participantes. Após revisar diversas vezes as respostas, criamos alguns indicadores com o fim de contemplar aquelas características que apareciam com mais frequência e que, conjuntamente, teriam o potencial de formar a imagem que esses sujeitos têm de si mesmos enquanto *jovens empreendedores*. As respostas foram reunidas nessas unidades de sentido, expressas em palavras chaves que agrupam os discursos categorizados segundo os núcleos centrais das falas dos participantes.

O Gráfico 14, retrata as características mais citadas pelos participantes, que estão representadas de forma que o tamanho da área ocupada é proporcional ao número de vezes que o indicador foi mencionado. Dessa forma, a ideia de que o jovem empreendedor é um sujeito particularmente criativo e inovador, por exemplo, está expressa pela palavra-chave *Inovador* e aparece em 12% das respostas, o que corresponde a 46 questionários. Comentaremos como essas ideias se expressaram na fala dos jovens empreendedores do CEJESC, buscan-

do explorar os sentidos que esses sujeitos atribuíram a cada unidade. Como veremos adiante, todos os atributos que apareceram com mais frequência nos questionários estão interligados e só tomam sentido próprio através de suas combinações. Juntos eles compõem uma imagem peculiar do caráter empreendedor, uma espécie de caricatura que os indivíduos do CEJESC reproduzem em suas falas como se descrevessem aquilo que veem diante do próprio espelho. Observamos também, através da sistematização dos questionários, que para a construção dessa autoimagem algumas vezes foram mobilizadas, para efeito de referência e contraste, imagens que representassem atitudes e comportamentos considerados antônimos ao próprio empreendedorismo. Como observaremos ao longo deste capítulo, também ao definir seu avesso, o jovem empreendedor define a si mesmo.

Gráfico 14 – Representação da autoimagem dos sujeitos do CEJESC



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

• **Ser jovem empreendedor significa ser um batalhador corajoso e persistente**

De imediato, ao observar o Gráfico 14, nota-se que a autoimagem dos jovens empreendedores do CEJESC é constituída exclusivamente por atributos considerados positivos, dentre os quais a maioria se repete em relação aos discursos dos autores e instituições que vimos no Capítulo 1. Em geral, o conjunto de virtudes citadas reproduz as ideias do empreendedorismo como um comportamento idôneo, uma conduta positiva de consequências benéficas a toda sociedade, que deve orientar a relação desses sujeitos com o mundo ao seu redor. Através das falas individuais observamos a reprodução quase que espelhada da lista de características desejáveis ao empreendedor que foram cunhadas tanto por McClelland quanto pelo Empretec, passando também pela perspectiva dos economistas liberais, onde o empresário individual é colocado no centro da sociedade e retratado como um verdadeiro mártir, um sujeito cuja conduta é particularmente dotada de grande persistência e coragem, cujo caráter “batalhador” garante sua boa colocação no mercado. Vejamos como esse discurso se reproduz em algumas falas (tendo em consideração que os seguintes trechos, assim como os demais transcritos durante o capítulo, foram selecionados somente na medida em que representam um conjunto maior de colocações que foram feitas no mesmo sentido):

Na atualidade do Brasil de hoje, [ser jovem empreendedor] é ser *louco, ousado, corajoso*, mas acima de tudo acreditar que sim é possível empreender e ter sucesso financeiro, profissional e pessoal (empresário, 38 anos, questionário nº 214, grifos nossos).

Um *sonhador, batalhador*, inovador para sua região, *incansável* em seu labor diário, *faz a diferença* entre muitos negócios que vêm se arrastando a muitos anos (empresário, 37 anos, questionário nº 236, grifos nossos).

Trabalhar incansavelmente no que acredita, saber que *dará certo se os esforços certos forem empenhados* e principalmente não ter medo de arriscar, dedicamos tempo e esforços

para realizarmos o que acreditamos! (empresária, 35 anos, questionário nº 62, grifos nossos).

Ter coragem para manter um negócio próprio e estar sempre buscando novas ou melhores formas de administrar (empresário, 29 anos, questionário nº 478, grifos nossos).

Em poucas palavras, um GUERREIRO! (empresário, 34 anos, questionário nº 165).

Tal como nessas falas, a imagem do jovem empreendedor como um sujeito persistente, dedicado e batalhador aparece diretamente em cerca de 20% das respostas, ao passo que a coragem é uma característica que estrutura o núcleo de sentido de 15% delas. No pano de fundo de todas essas afirmações está manifesta a crença na meritocracia como fundamento primordial da organização da sociedade e do posicionamento do sujeito nela (*tudo dará certo, se os esforços forem devidamente empenhados*, diz a empresária do questionário nº 62). Esse discurso parece não ser repetido aqui com cinismo, uma vez que esses sujeitos são portadores da convicção de que suas ocupações no mercado dependem, acima de tudo, do mérito de seus esforços individuais. Ou seja, o empreendedor é aquilo que é devido a seu caráter impecável, sua persistência, sua dedicação incansável e magnífica coragem. Estamos tratando de indivíduos que não atuam apenas enquanto sujeitos interpelados pelo caráter ideológico do empreendedorismo, uma vez que, organizados em torno do CEJESC, são também os próprios ideólogos do empreendedorismo. Elementos que poderiam operar de forma a destituir o mérito próprio colocando em primeiro plano outros aspectos – menos centrados nos indivíduos e mais focados em uma análise crítica que visasse a totalidade – ocultam-se em suas percepções. A condição de herdeiros de um capital econômico e cultural (exteriorizada pelos indicadores que foram expostos no capítulo anterior) é um exemplo do que deve ficar de fora dessa autoimagem, uma vez que o caráter classista do grupo deve permanecer oculto. A composição dessa personalidade heroica – onde empreender é um ato de coragem, reservado aos *sonhadores, loucos, guerreiros, incansáveis* – corresponde também a uma lógica discursiva gerada pelos mesmos

arranjos que, como vimos anteriormente, compõem as narrativas dos *cases de sucesso*.

Não porventura, o historiador Leandro Karnal, em sua participação no programa de televisão *Café filosófico* (2012), taxou ironicamente o empreendedorismo como uma “nova teologia” contemporânea, comparando a literatura dos *cases de sucesso* às antigas biografias dos santos católicos, por suas semelhantes narrativas lineares que têm, ambas, como fim, coletivizar experiências personificadas. Assim como nas histórias dos santos, nos *cases de sucesso* pequenos desvios ou comportamentos moralmente duvidosos não são levados em consideração ou julgados como tal². O que deve prevalecer é o fechamento da história, onde o sucesso financeiro do personagem é a sua redenção, o fim último que dá sentido positivo e racional a todas as suas ações anteriores, compondo assim uma narrativa teleológica em que o perfil comportamental desses personagens merece destaque. Ainda que seja extremamente improvável que todos os leitores dessas biografias venham a ser tornar santos ou empresários de sucessos (por mais dedicados, ousados, guerreiros ou valentes que o sejam), o empreendedorismo tem uma boa saída no mercado, sendo em si uma mercadoria rentável – não só através dos livros, mas também congressos e cursos dedicados ao tema. Além disso, é suficiente que o leitor conviva com a ideia de que conquistar uma boa colocação no mercado é uma possibilidade acessível a todos, dependendo quase que somente de seu comportamento individual. Conforme já discutido anteriormente, posto esse discurso na realidade marcada pelos processos de flexibilização do mercado, o resultado é a adaptação às necessidades de controle do trabalho e da reprodução do capital.

² Karnal cita dois casos específicos. Primeiro, o da biografia de Steve Jobs, que narra um episódio onde o jovem Jobs cria um equipamento que possibilita usar o sinal de empresas privadas para realizar ligações interurbanas de forma gratuita. O segundo, da biografia de Eike Batista (ex-proprietário do título de homem mais rico do país e palestrante magno do 17º Congresso de Jovens Lideranças Empresariais de 2011, principal evento da CONAJE), narra como o empresário importava ilegalmente pedras preciosas do exterior para venda no Brasil. O curioso é que tais casos, fora dessa narrativa em que tudo toma o sentido empreendedorista, seriam devidamente taxados, respectivamente, de pirataria e contrabando.

Pode-se dizer que, ao discorrer sobre a percepção que têm de si mesmo, estes indivíduos repetem a narrativa dos cases e da literatura de autoajuda empresarial ao estilo *light business*. Não seria exagerado afirmar que as falas dos sujeitos do CEJESC – ao menos os que participaram da pesquisa – reproduzem em sua autoimagem, quase que integralmente, essa noção alegórica do empreendedorismo que nos dedicamos a reconstruir no primeiro capítulo. Com poucos desvios, estamos tratando de sujeitos que se identificam com esse retrato, uma vez que declaram possuir uma gama de qualidades positivas que compõem a noção quase mística do empreendedor como paladino do capital, benfeitor do mundo, o mitológico *self-made man* adaptado ao contexto brasileiro. É certo que a ideologia empreendedorista deve propagar essa imagem como uma possibilidade acessível a todos, mas como vimos no capítulo anterior, a realidade é que estamos lidando aqui com sujeitos que possuem um perfil socioeconômico específico. Portanto, são sujeitos que têm acesso ao signo de jovem empreendedor reconhecido e ratificado, não só pelos seus pares, mas também pelo Estado. Vale frisar que o caráter heroico do empresário como empreendedor também se reproduz frequentemente na estética dos materiais produzidos pelos CEJESC – a exemplo da capa de dois dos três exemplares dos boletins informativos produzidos pela entidade, onde a figura do empreendedor aparece trajada de super-herói e pugilista³.

Na construção dessa alegoria, a juventude também aparece nas colocações de alguns dos sujeitos explicitada como uma espécie de substância que se combina com as características comportamentais do empreendedor. Isso é, um tipo de fonte de energia que impulsiona o caráter “batalhador” e persistente do sujeito:

[ser jovem empreendedor significa] Ter *energia (da idade)* aliada ao conhecimento (disponível), colocar isso junto ao foco do negócio, buscar agregar benefícios a todos os envolvidos, *fazer o que gosta com alegria e ganhar dinheiro com isso* (empresária, 30 anos, questionário nº 32, grifos nossos).

É ter a *energia de um jovem* atrelado a experiência de vida

³ Ver imagem das capas no Anexo III.

ao negócio. Com isso, ser jovem empreendedor não necessariamente está relacionado ao simples fato de ser jovem e ser empresário (empresário, 30 anos, questionário nº 444, grifos nossos).

Ser jovem empreendedor, *não está ligado a idade e sim a maneira de pensar e agir*. O Jovem empreendedor busca sempre inovar e enxergar além (empregado de uma empresa, 32 anos, questionário nº 509, grifos nossos).

A questão da condição juvenil como fator em destaque nos reporta ao conceito já trabalhado de *moratória*, tanto em seu espectro *vital* quanto *social*. Ao referir-se à idade biológica como vantagem, o sentido da moratória vital é mobilizado nesses discursos como uma triunfo próprio dos jovens que se combina ao perfil comportamental desejado a um empreendedor de sucesso. Isso é, a persistência do empreendedor encontra a energia vital do jovem, o que deve resultar em uma dedicação vigorosa às atividades empresariais, seja como empregador ou como empregado (nesse caso, via discurso pró-intraempreendedorismo, que aparece pouco nas falas que se referem a autoimagem do CEJESC, uma vez que eles próprios se constituem majoritariamente como empregadores). Essa energia, segundo se observa na do questionário nº 32, deve ser canalizada para que o jovem faça “aquilo que gosta”, desde que esse objeto de estima possa também ser aproveitado no mercado. Da mesma forma, a condição simbólica da juventude, isso é, a moratória social, também aparece nas falas como uma espécie de “atitude jovem” frente ao mercado, expressa pela busca de inovações e construção novos projetos lucrativos. A questão do acesso a essa moratória, como já debatemos, é também uma questão de poder, geralmente limitada pela condição de classe do sujeito.

• Ser jovem empreendedor significa ser alguém diferente de todos, que gosta de correr riscos

A habilidade de lidar com um cenário de incertezas, correndo riscos que fariam com que outros indivíduos se sentissem desconfor-

táveis, também faz parte das características listadas por teorias e instituições como típicas do empreendedor e que se repete na autoimagem formulada pelos sujeitos do CEJESC. Atrelada a coragem e a ousadia, isso é, a imagem do jovem empreendedor como “guerreiro” destemido, a disposição ou o conforto diante das situações de deriva é citado em aproximadamente 20% das falas como uma das características que fazem desses sujeitos indivíduos diferentes dos demais:

[ser um jovem empreendedor significa] Desafiar situações onde *grande parte da população não tem coragem* de se expor (empregado de uma empresa, 34 anos, questionário nº 25, grifos nossos).

Arriscar sem ter medo das consequências. (Empresária, 28 anos, questionário nº 200)

Jovem que enxerga as oportunidades do mercado e *não tem medo de arriscar* (empresária, 29 anos, questionário nº 222, grifos nossos).

Significa ter a vontade de *arriscar e tentar algo diferente e inovador*, seja na forma de agir, de tratar, de produzir, do produto ou do serviço (empresário, 31 anos, questionário nº 92, grifos nossos).

Começar algo novo, talvez algo até pioneiro que traga novidades para a cidade e a sociedade, já que na maioria das vezes *os jovens são mais audaciosos, arriscam mais* e é claro que tem que ter pé no chão também. Fora a experiência que traz, até mesmo para entender um pouco as dificuldades do dia-a-dia dos empreendedores mais experientes (empresária, 32 anos, questionário nº 525, grifos nossos).

Novamente, a questão da moratória social vinculada a juventude é representada de forma a combinar-se como vantagem do empreendedor no mundo dos negócios. Arriscar é definido como lançar-se no mercado abrindo uma nova empresa ou modificando os processos de gestão da produção de forma a aumentar a produtividade. Ou seja, segundo a terminologia schumpeteriana, *innovar* de forma a expandir os lucros

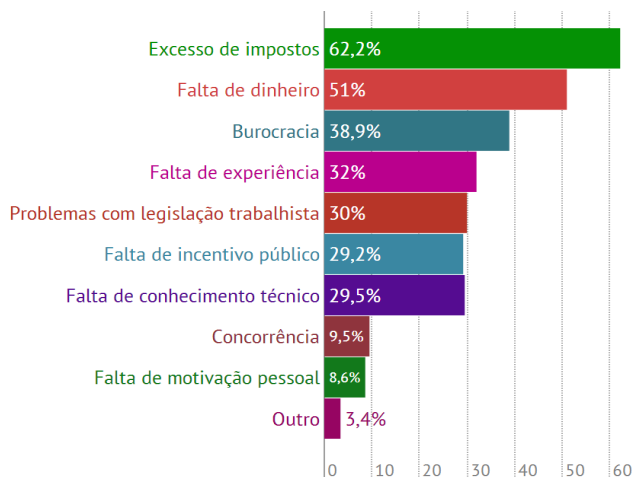
de uma empresa ou um nicho de mercado já existente. Como vimos anteriormente, a disposição para arriscar-se em cenários de incerteza foi definida pelos autores pró-empresendedorismo como uma das mais importantes vantagens comportamentalistas, que seria também o fator econômico responsável por impulsionar o crescimento do mercado.

Fato é que sentir-se à deriva, diante de um cenário instável, não é condição enfrentada só pelos empresários, mas também pelos trabalhadores, especialmente sua fração mais precarizada. Entregar-se as situações incertas de forma arriscada é condição que se consolida a aqueles que ingressam em um mercado de trabalho marcado pelos processos de flexibilização e que, sem muitas opções, têm de se inserir em ocupações temporárias, terceirizadas ou sem quaisquer tipo de proteção social. Ou seja, independente de que se goste ou não de estar em uma situação de instabilidade, essa é uma condição que se impõem aos jovens precarizados. Diante desse cenário, o discurso ideológico empreendedorista, repetido na imagem acrítica desses sujeitos do CEJESC, dá um sentido positivo à instabilidade, que deve ser enfrentada de forma entusiasta adotando-se uma “postura empreendedora” e “juvenil”. Frente a essa questão é preciso perguntar-se a quem, independente do seu caráter comportamental, está disponível a condição de “arriscar sem ter medo das consequências” (questionário nº 200)? Dá-se o nome de microempresário a alguns tipos de trabalhos informais precarizados que não contam com nenhum tipo de proteção social. A esse perfil de “empreendedor” ascender a melhores condições de vida pode ser uma possibilidade distante. O que faz com que os jovens do CEJESC se sintam diferentes de “grande parte da população que não tem coragem de se expor” (questionário nº 25) não é sua condição psicológica, mas eminentemente sua condição de classe.

Uma outra pergunta foi feita no questionário em relação as maiores dificuldades encontradas pelos jovens empreendedores, uma vez que é tão recorrente a sua imagem como alguém que supera adversidades. A questão tributária ficou em primeiro lugar, seguida da falta de recursos financeiros e a burocracia (Gráfico 15). Ao cruzar essas respostas com os dados referentes as rendas familiares mensais, temos poucas variações entre os primeiros três motivos mais listados, sendo

que a falta de recursos financeiros foi apontada mais frequentemente entre aqueles que têm renda familiar absoluta de até 3 salários mínimos, ao passo que o excesso de impostos foi o fator mais indicado entre os que têm renda familiar maior que 15 salários mínimos. O fator que apresentou maior discrepância entre essas duas faixas foi a questão da legislação trabalhista. Entre os que têm renda familiar de até 3 salários mínimos (grupo de menor renda da amostra) apenas 14% indicaram a legislação trabalhista como um obstáculo ao jovem empreendedor, enquanto que entre os de maior renda (acima de 15 salários mínimos) 48% indicaram ser essa uma das principais dificuldades a ser enfrentada. Uma hipótese possível é que a proximidade de renda com a condição de trabalhador faça com que esses sujeitos não compreendam as questões trabalhistas como um empecilho, mas sim como um conjunto de direitos básicos que precisam ser garantidos. De todo modo, nota-se que os sujeitos apontam para condições bastante concretas como obstáculos a serem superados e, não tanto, para questões notadamente comportamentais ou subjetivas.

Gráfico 15 – Maiores dificuldades apontadas pelos jovens empreendedores do CEJESC



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

• **Ser jovem empreendedor significa ter um otimismo confiante e manter-se informado**

O otimismo aparece em quase 10% dos questionários como um atributo típico do jovem empreendedor. Geralmente seu sentido está ligado a ideia de que estes sujeitos possuem uma capacidade especial de visualizar oportunidades de novos investimentos e expansão de seus negócios mesmos em cenários de aparente crise. A questão da autoconfiança também faz parte da lista de características comportamentais criada por McClelland, adotada e bastante divulgada pelo Sebrae no Brasil. Observamos que esse discurso em relação a capacidade de vislumbrar novos negócios (oportunidades), geralmente vem acompanhado de um sentido não só de autoconfiança, mas também de responsabilização individual:

[ser jovem empreendedor] Significa criar empresas ou produtos novos, agregar valor a eles, é saber *identificar oportunidades e transformá-las em um negócio lucrativo*, ou seja, criar riqueza através de novos produtos, novos métodos de produção, novos mercados, novas formas de organização... *ajudando inclusive no crescimento e desenvolvimento da sociedade* (funcionária de uma empresa, 30 anos, questionário nº 72, grifos nossos).

Significa *desafiar a inércia* e criar oportunidades refrescantes a partir do conhecimento dos grandes. É ter a possibilidade de *fazer diferente das pessoas que só reclamam, mas que não se esforçam para melhorarem as próprias vidas*. É ser alguém com ideias diferentes, mas com muito a aprender – a humildade deve ser uma lei, mas não devemos ter medo de perguntar e de colocar na mesa as nossas opiniões (empresária, 24 anos, questionário nº 131, grifos nossos).

Ser um jovem empreendedor significa *investir em você mesmo*, acreditando no seu desenvolvimento tanto pessoal como profissional (profissional autônoma, 25 anos, questionário nº 138, grifos nossos).

O jovem empreendedor é aquele que *aproveita as boas*

oportunidades que aparecem, sem ficar esperando que elas aconteçam. Participam de ações para melhoria de sua sociedade, busca qualificação profissional e pessoal, mantendo um networking melhorando seu negócio e também fazendo amigos do bem, que buscam mesmos objetivos que ele (empresária, 34 anos, questionário nº 421, grifos nossos).

A ideia que se apresenta positivamente como “visualizar novas oportunidades transformando-as em negócios lucrativos”, no limite, significa que atuar de forma a transformar tudo o que for possível em mercadoria. Isso é, uma visão empreendedora é aquela que aponta para o caráter de mercantilização da vida, de privatização dos recursos e da satisfação constante da necessidade de autoexpansão do mercado. Manifesta-se aqui como o pensamento empreendedorista está primordialmente voltando à expansão do capital, dando a esse movimento o caráter quimérico de um desenvolvimento coletivo de bem-estar inquestionável – a necessidade do capital é representada como necessidade de todos. Expressa-se o imperativo de expansão do capital como ontologia do próprio sujeito, operação bastante discreta, mas própria das ideologias dominantes voltadas a manutenção da ordem, como vimos no segundo capítulo. É também em prol dessa manutenção que a ideologia se materializa quando é declarado o sentido de autorresponsabilização na fala dos participantes do CEJESC. Dizem eles que os jovens empreendedores diferenciam-se daqueles que “só reclamam” ou ficam esperando que as oportunidades apareçam. Afirma-se novamente que uma boa condição no mercado de trabalho depende principalmente, se não exclusivamente, da força de vontade do sujeito. Como em todo discurso liberal, as saídas sempre apontam para o indivíduo, descartando qualquer possibilidade de ação coletiva. Esse, certamente, é um dos sentidos práticos presentes nas narrativas pró-empresariismo e que se materializam nesses sujeitos.

Nas falas dos participantes do CEJESC, o jovem empreendedor é caracterizado também como alguém que está sempre informado e que busca constante instrução como meio de melhorar seu desempenho no mercado. O conteúdo dado a essa perspectiva, que se repete em pouco menos de 10% das respostas, se aproxima muito das formulações ela-

boradas pela teoria do capital humano, que comentamos brevemente no segundo capítulo. Pode-se dizer que a teoria do capital humano leva ao limite a questão do empreendedorismo na medida em que, em última análise, transporta a gestão empresarial para a própria vida do sujeito, tanto em relação a seus fatores orgânicos quanto intelectuais. Não é só a constante busca de oportunidades de negócios no ambiente que faz com que o empreendedorismo transforme tudo o que for possível em mercadoria, uma vez que também o próprio sujeito pode ser visto como objeto de investimentos e retornos. A noção de exclusiva autorresponsabilização reaparece aqui enquanto uma perspectiva de que uma boa gestão empreendedora sob si – isso é, “investir em você mesmo” (questionário nº 138) – é apresentada como quesito suficiente para um bom desempenho do jovem empreendedor enquanto *sujeito-microempresa*.

• Ser jovem empreendedor é ser um líder proativo

A imagem do jovem empreendedor como um indivíduo singularmente *proativo* foi uma das caracterizações que se repetiu com maior frequência nas respostas, compondo o núcleo central de cerca de 20% delas. Em geral, o discorrer sobre essa proatividade suscitava a ideia de que, ao contrário da maioria dos sujeitos – conformados, mandriões ou resignados – o jovem empreendedor era aquele que colocava novos projetos em andamento, atuava com entusiasmo por si mesmo, sem esperar que outras pessoas tomassem a frente desses processos. Essa percepção sobre a proatividade em boa medida reproduz também o discurso das teorias liberais revisadas anteriormente. Nelas, o empreendedor é retratado como o próprio “motor da história”, isso é, o sujeito primordial responsável por organizar e movimentar a economia e a própria sociedade. Seguindo a terminologia do Instituto Endeavor, seria ele o ator social que “bota pra fazer”, se lança no mercado alavancando novas empresas, produtos ou serviços. Em oposição ao empreendedor, outros sujeitos sociais são apontados como mais “acomodados” ou inertes, lembrando a divisão que McClelland (1972) traçava entre os indivíduos portadores de baixa e alta *n Realização*.

Vejamos como essas questões se materializam na fala dos participantes do CEJESC:

[ser jovem empreendedor] É ser alguém que *não se acomode*, que tenha disposição e vontade de *descobrir o novo*, de implantar e expandir novos negócios, de *reinventar o que já existe*, de contribuir, é ter ambição de *desbravar*: superar obstáculos, é saber perceber e aproveitar as oportunidades (funcionário público, 32 anos, questionário nº 400, grifos nossos).

Jovem empreendedor tem uma visão mais dinâmica, então, tem sede de mudança, *não se acomoda* tão fácil e está sempre busca do melhor para o seu negócio (empresário, 30 anos, questionário nº 488, grifos nossos).

Ser alguém que não se acomoda, que *não se conforma com o que acredita estar errado*, é o sujeito que está sempre em *busca de algo novo, algo diferente*, é que reinventa/ inova o negócio já existente e cria novos negócios. é quem sabe perceber e aproveitar as oportunidades (funcionário público, 32 anos, questionário nº 237, grifos nossos).

Ter a audácia de fazer, *não ter a paciência de esperar que alguém faça* (funcionária de uma empresa, 25 anos, questionário nº 38, grifos nossos).

Jovem empreendedor é todo aquele ser humano que se habilita estar inovando dentro de seu negócio, sempre em busca de melhores oportunidades e crescimento profissional. É aquele que nunca está satisfeito com seus números e *possui ambição de melhorar sempre!* (empresária, 25 anos, questionário nº 316, grifos nossos).

Nota-se que nessas falas, independentemente dos sujeitos atuarem diretamente ou não no âmbito empresarial, as noções sobre a proatividade empreendedora estão bem delimitadas à esfera do mercado. Isso é, as atividades de inovação e criatividade, de novidades e projetos estão subordinadas ao fim último de ampliar os negócios e

lucros das empresas. Essa lógica se repete na maioria das respostas, entretanto, em muitas delas aparece também a ideia de que o jovem empreendedor deve comportar-se como uma liderança local, servindo de exemplo para outros jovens e engajando-se proativamente em entidades empresariais, como as próprias organizações associativistas. Ou seja, em ambos os casos, a proatividade representa a ideia de que esses jovens são diferentes dos demais porque estão engajados de forma ativa na busca pela satisfação de suas demandas pessoais – ou, dito em seus próprios termos, são os que não se acomodam (questionário nº 488) nem tem a paciência de esperar pela ação de terceiros (questionário nº 38). Essa proatividade em busca da realização de seus projetos particulares pode implicar, inclusive, na organização coletiva enquanto jovens empreendedores no CEJESC. Tal como vimos no capítulo anterior, os principais motivos que levam esses sujeitos a participarem do CEJESC, além do fortalecimento do empresariado em si, dizem respeito a benefícios próprios que podem decorrer de novas parcerias e expansão dos negócios individuais⁴.

Merece atenção o fato de que este singular entendimento sobre a proatividade empreendedora juvenil guarda semelhanças interessantes com o polifônico conceito do *protagonismo juvenil*. Em uma revisão a cerca das reflexões teóricas que foram concatenadas nas últimas décadas em relação a juventude e a participação política, Sousa (2014) aponta para o surgimento do termo durante os anos 1990, com ampla adoção de organismos internacionais como a ONU e o Banco Mundial. Segundo a autora, essa ideia de protagonismo juvenil surge como uma suposta alternativa frente a impossibilidade que se percebia em resgatar o agir político da juventude dos anos 1960 – totalmente desistoricizada e já transformada em mito. Como alternativa, apresentou-se a ideia de *protagonismo juvenil* enquanto uma perspectiva de inserção e participação política pós-redemocratização. Essa perspectiva, entretanto, se inseria dentro dos marcos do ascendente neoliberalismo, apresentando o jovem como indivíduo ativo capaz de realizar seus próprios objetivos individuais, mas diante de um cenário de desamparo do Estado, que não é capaz de lhe prover mínima proteção social:

⁴ Rever Gráfico 7 no Capítulo 3.

Desta forma, as soluções coletivas e institucionais são substituídas por meios e *iniciativas individualizadas e psicológicas de fortalecimento da personalidade* uma vez que os jovens teriam que resistir a pressões sociais com ferramentas para isso, colocando a *competitividade* como elemento definidor da sua sociabilidade; estimula-se, assim, a ideia da *luta do indivíduo contra as barreiras que impedem sua realização pessoal*. A sociedade é agora um *aglomerado de indivíduos insatisfeitos que devem entrar numa corrida de autodefesa*. É compreensível então que estimular a *autoestima*, a *autonomia*, a capacidade de aprendizado para preservação da sua *individualidade*, o *autogestionamento da própria vida*, incentivar o jovem a ser sujeito da própria história serão os quase *slogans* que traduzirão objetivos de programas sociais com uma *conotação política encoberta*: a da formação educativa que leva jovens, tanto aqueles que vivem em situação de pobreza como aqueles que encontram no voluntariado assistencialista um sentido para a própria vida, voltarem-se para uma *pressuposta emancipação social, quer dizer, nos limites adaptativos a uma sociedade que tem como base de sustentação uma desigualdade estrutural e que, sob esses mecanismos, não é alterada* (Sousa, 2014, p. 11, grifos nossos).

Observa-se que a semelhança entre o discurso ideológico pró-empREENDEDORISMO e a defesa do *protagonismo juvenil* como eixo de participação política, não diz respeito apenas ao contexto histórico que têm em comum. O incentivo ao empreendedorismo jovem resguarda exatamente as características destacadas no fragmento citado, a exemplo do fortalecimento da personalidade e da ideia de luta conta as barreiras que impedem uma realização pessoal. É exatamente esse o tom que se dá ao empreendedorismo quando a sua autoimagem se expressa enquanto um caráter de superação, proatividade e valentia. Ainda que o CEJESC, através dos seus materiais e das falas de seus participantes, não recorra diretamente a esse termo, poderíamos afirmar sem grandes problemas que o empreendedorismo defendido por esses sujeitos é uma forma efetiva do chamado *protagonismo juvenil*. Tanto é que, como toda as forma de protagonismo

juvenil, o empreendedorismo voltado a juventude carrega consigo um modelo de integração social cuja práxis se volta para o sentido de realização de objetivos particulares, onde se encontram ausentes quaisquer noções de transgressão, muito menos de contestação do poder e enfrentamento das desigualdades estruturais (Sousa, 2014, p. 13). Entretanto, como veremos a seguir, é preciso dar a essa inserção um revestimento com ares de revolta, isso é, uma afirmação, ainda que aparente, de emancipação social em torno dessa figura do indivíduo que busca suas realizações pessoais.

• Ser jovem empreendedor é ser um sonhador inconformado

A imagem de proatividade/protagonismo também vem acompanhada de um sentido profundo do empreendedorismo como um projeto de autorrealização destes sujeitos, afirmação esta que aparece em mais de 25% das respostas ao questionário. Em grande medida, esta ideia está fundamentada na promessa do empreendedorismo como uma forma de garantia de uma boa inserção no mercado e, consequentemente, como um bilhete para o ingresso (ou permanência) desses indivíduos na pequena parcela da população que desfruta de uma ótima situação financeira. Entretanto, na fala dos sujeitos do CEJESC o sentido de autorrealização vinculado ao empreendedorismo não aparece exclusivamente enquanto um projeto para o sucesso econômico individual, mas também (e intimamente ligado a questão financeira) como um estilo de vida e uma forma de realização dos próprios desejos e aspirações pessoais. O que observamos muitas vezes nesses casos é a reverberação do mantra do *Do What You Love* e da própria compreensão, formalmente elaborada por Dolabela (2008) e amplamente divulgada por instituições como o Endeavor, do empreendedor enquanto “sonhador”. Na autoimagem dos participantes do CEJESC encontramos a representação do jovem empreendedor como alguém especialmente proativo que se engaja em um projeto pessoal determinado a “fazer aquilo que ama” e, dessa forma, realiza-se pessoalmente em torno de sua atividade econômica, que deve adquirir um signo ampliado de realização:

[ser jovem empreendedor significa] *Fazer o que mais gosta*, sempre estar atualizado, se destacar no mundo competitivo, aproveitar as oportunidades, saber lidar com as mudanças que envolve a sociedade (questionário nº 128, grifos nossos).

Seguir sua *paixão*, transformando ideias em negócios (empresário, 26 anos, questionário nº 312, grifos nossos).

Através de um *sonho*, poder colocar em prática *aquilo que mais amamos*. Entrar com vontade de crescer, de melhorar a sociedade e mostrar que jovens são força para o futuro (questionário nº 456, grifos nossos).

Ser um jovem empreendedor é *ter um sonho*; ter muita força de vontade, motivação e determinação para correr atrás deste sonho e colocá-lo em prática. Estar disposto a superar todas as barreiras que certamente irão querer dissuadi-lo. E não desistir nunca de seus objetivos (questionário nº 300, grifos nossos).

Ao meu ver ser jovem empreendedor é viver em função de um *projeto de vida*, que contemple a parte pública, comercial e particular. Ter ações e ideais voltados para o crescimento profissional, mas sem abandonar a responsabilidade social. *Não ter o conformismo na rotina de trabalho* (questionário nº 166 grifos nossos).

Empreendedorismo, pra mim, é um *estilo de vida*. É *sair do modo “eu faço o que me mandam” e ir pro modo “eu faço acontecer”*. Também é *correr atrás do que se gosta de fazer* (questionário nº 328, grifos nossos).

Já debatemos anteriormente o viés ideológico que abarca a ideia de que o trabalho ou a atividade empresarial deve ser, acima de tudo, um ato de amor-próprio, no sentido de que a universalização dessa ideia traz consequências bastante distintas quando dirigida as diferentes classes sociais, uma vez que a maioria da população está subordinada a um emprego que não implica nenhum processo de realização. Da mesma forma, conforme já argumentamos no Capítulo 2, quando se afirma que o importante é “seguir sua paixão” ou “fazer o que mais amamos” abre-

-se portas para um movimento discursivo em consonância com o avanço da corrosão de leis trabalhistas, uma vez que o importante, acima de tudo, não é trabalhar por remuneração, mas “por amor”. Como defendeu McClelland (1972), o verdadeiro portador do espírito empreendedor é aquele que exerce sua atividade não em busca de dinheiro, mas de um nobre sentimento de realização individual. Ao descartar a questão da necessidade imperativa de expansão do capital, esses são discursos que ocultam também o processo de exploração do trabalho. Além disso, ao afirmar que é preciso transformar suas “ideias em negócios”, transformar o que se gosta em lucro, o mantra do DWYL também faz um movimento em direção a redução de todos os aspectos da vida à esfera do mercado. Faça o que você ama, contanto que isso gere lucro, esse é o único desfecho do empreendedor de sucesso.

Outro ponto interessante, expresso em algumas das falas citadas, é que à prática de abrir sua própria empresa é dado um tom de inconformismo, quase de rebeldia. De fato, a ideia do jovem empreendedor como um sujeito inconformado está presente no núcleo de sentido de pouco menos de 10% das respostas. Essa ideia do empreendedorismo como uma espécie de ação inconformista é edificada sob a noção de que empregos convencionais, isso é, ocupações assalariadas, constituem-se como uma forma de resignação. Nesse ponto, o empreendedorismo, acompanhado pelo mantra do DWYL, aparece como uma resposta frente ao desejo legítimo das juventudes em não se subordinar ao trabalho maçante e repetitivo, ausente do exercício da criatividade humana. Portanto, pode-se dizer que a ideologia empreendedorista se edifica também a partir das críticas à cultura de massas forjada no fordismo, tal como argumentamos nos capítulos anteriores. Entretanto, a resposta a essa crítica não é dada do sentido de modificar a relação de força entre capital e trabalho, mas sim criar a sua própria empresa:

[ser jovem empreendedor é] não aceitar o *comodismo de um emprego normal*, é inovar a sociedade (gestor em uma empresa da família, 31 anos, questionário nº 355, grifos nossos).

Significa querer enfrentar desafios e buscar novas/melhores alternativas. Não é tão fácil quanto ser um funcionário, mas

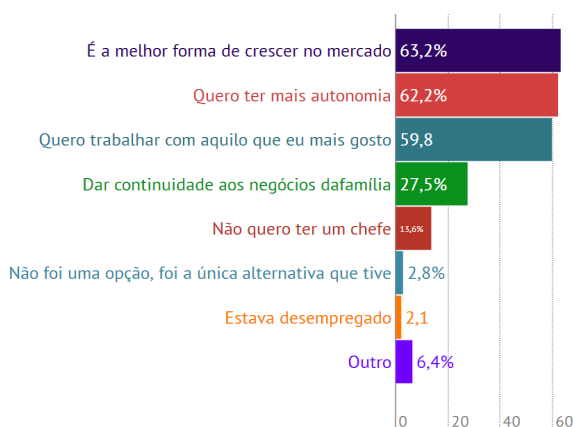
é essencial para o desenvolvimento do país. Muitas pessoas também se tornam empreendedores por necessidade (empresário, 37 anos, questionário nº 285, grifos nossos).

É ser um *desbravador*, porque tem que lidar com situações adversas, dificuldades pessoais, falta de incentivos, e de certa forma ser *um estranho num mundo aonde a maioria quer trabalhar para o Governo*. É *corajoso e determinado*, porque *assume os riscos que ninguém quis assumir* (empresário, 29 anos, questionário nº 545, grifos nossos).

Observa-se que na última fala (questionário nº 545) o jovem empreendedor se diferencia de outros pela sua audácia e coragem expressa na atitude de se arriscar no mercado abrindo um novo negócio, enquanto, segundo ele, a maioria das pessoas deseja construir uma carreira no funcionalismo público. Essa contraposição entre o empreendedor e o funcionário público se repete várias vezes no discurso pró-empresendedorismo (já vimos ela anteriormente expressa na fala de um professor de Administração durante o Unicongress). É certo que nas últimas décadas os servidores públicos foram agudamente afetados pelos processos de precarização de seu trabalho, tiveram alguns direitos suspensos, ao mesmo tempo que em vários postos foram terceirizados. Drucker (2003, p. 258) dedica todo um capítulo do seu livro a defender que os serviços públicos deveriam urgentemente adotar uma gestão semelhante à das empresas privadas competitivas, principalmente no âmbito do controle do trabalho, ao ponto de defender que instalar a administração empreendedora nos setores públicos deveria ser “a primeira tarefa política” da nova geração. O autor observa ainda, que, caso não se adaptem a essa nova lógica que é mais compatível com a acumulação flexível, os serviços públicos devem sumir frente a concorrência dos privados, apontado para sua defesa da privatização. De todo modo, é fato que alguns cargos públicos hoje ainda gozam de uma estabilidade que é cada vez mais rara no mercado de trabalho em geral. Frente a um cenário de precarização ampliada, que atinge a totalidade da força de trabalho, a ideologia empreendedorista ataca os males da rotina burocrática dos trabalhos convencionais e estáveis ao mesmo tempo em que propõem o empreendedorismo como saída ousada e livre das amarras da subserviência.

O que muitas das respostas conferem a prática empresarial juvenil é um certo tom de rebeldia, colocando-a no polo oposto dos postos de trabalho assalariado estáveis, especialmente raros e inacessíveis para a população mais jovem. O antípoda do herói empreendedor, um vencedor inconformado que enfrenta os riscos colocados pelo mercado gerindo a sua própria empresa ou atuando nos negócios da família, é a figura fracassada de um assalariado que bate cartão diariamente e procura ter acesso aos benefícios que restaram do antigo acordo fordista. Seu caráter ideológico indica um sentido prático que é de desmobilização das lutas coletivas em prol de melhores condições de trabalho. Nesses discursos, ao inconformismo não é dado um sentido de desejo de ruptura frente a um sistema opressivo de desigualdades estruturais, mas de adaptação a ele através de uma saída individual que é perversamente colocada como possibilidade universal. Nesse sentido, pode-se dizer que o jovem empreendedor é um inconformista conformado: não se satisfaz com a posição de sua peça no tabuleiro, que deve avançar sempre rumo a uma casa mais lucrativa, mas jamais ousará mudar as regras do jogo, principalmente se essas regras o beneficiam.

Gráfico 16 – Motivos principais pelos quais escolheu ser um empreendedor



Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados da pesquisa.

Observamos no Gráfico 16, relativo a outra pergunta do questionário, que para esses sujeitos o motivo principal da escolha pelo empreendedorismo é a compreensão objetiva de que essa é a melhor forma de inserção e crescimento no mercado, isso é, aquela que os dá maiores chances de enriquecimento. O dois motivos que se seguem, entretanto, são bastante mais subjetivos e relacionam-se diretamente com essa autoimagem do jovem empreendedor como sujeito inconformado – a vontade de ter mais autonomia e de trabalhar com aquilo que se gosta. A ideia de autonomia é central e cumpre um papel estrutural em todo o discurso de promoção do empreendedorismo. Ela aparece como promessa para aqueles que necessitam sair da situação de desemprego, de pobreza ou mesmo de condições precarizadas de trabalho. Essa questão da autonomia atravessa todo o debate pró-empreendedorismo, uma vez que se expressa através de um discurso de autorresponsabilização, centrado no individualismo e nas perspectivas de autoemprego.

Vale observar que uma quantia muito pequena dos participantes do CEJESC declarou ter se tornado um empreendedor por conta de uma situação de desemprego por pura falta de opção (menos de 5%). Verifica-se mais uma vez que, definitivamente os indivíduos que participam do CEJESC não correspondem às narrativas sobre pessoas que “saíram do nada” e encontraram no empreendedorismo uma forma de salvação econômica, narrativas estas que, muitas vezes, são utilizadas para dar legitimidade ao próprio empreendedorismo. Ou seja, evidencia-se que, apesar de ser um promotor do empreendedorismo para todas as classes, o CEJESC não representa esses trabalhadores do setor informal em situação precarizada, a quem os discursos ideológicos pró-empreendedorismo soam dar o título de microempresários a fim de ocultar sua vulnerabilidade e vender uma promessa de autonomia e independência. Na fala dos sujeitos do CEJESC, a autonomia empreendedora é representada principalmente como uma condição profunda de realização e controle da própria vida:

[ser jovem empreendedor] Significa *liderar meu próprio destino*, e mostrar através do exemplo que podemos e devemos fazer a diferença (gerente de empresa, 23 anos, questionário nº 528, grifos nossos).

Trabalhar no que quero com *liberdade, autonomia, flexibilidade* e maior motivação. Busca de metas e resultados com mais satisfação pessoal/profissional baseado em disciplina, foco e constante atualização. Assim como, *autogerenciamento da carreira* (empresária, 28 anos, questionário nº 543, grifos nossos).

Significa querer tentar ter sua própria liberdade (empresário, 35 anos, questionário nº 436).

Em uma definição bastante genérica e ampla, o conceito de autonomia está ligado a capacidade do sujeito de legislar a si mesmo, em oposição a heteronomia, quando se é regulado pelo outro. A autonomia, em última análise, significa o governo de si mesmo. Para outras juventudes, que dividem com estes jovens empreendedores um contexto geracional comum de existência dentro da realidade marcada pelos processos de reestruturação produtiva e hegemonia do neoliberalismo, a autonomia significou uma transformação na forma da organizar-se para fazer política, independente das instituições ligadas ao Estado e ao mercado⁵ e apontando para uma ruptura radical com as mesmas. No caso dos jovens reunidos em torno do CEJESC, entretanto, fica claro que a autonomia toma seu sentido como existência individual dentro do mercado e está completamente atrelado a ele.

• Ser jovem empreendedor é inovar, mudar o mundo voltando-se para o futuro

Diretamente relacionada às noções de proatividade e inconformismo, a oposição entre o velho e o novo, o ultrapassado e a novidade, o passado e o futuro, a rotina e a inovação, é uma constante nas respostas, articuladas sempre de forma que o jovem empreendedor e suas ações representem o futuro, a “evolução” e a novidade. Como já poderia se prever – visto a importância da influência de Schumpeter na construção da defesa do empreendedorismo – a imagem do jovem empreendedor

⁵ Sobre a emergência das organizações juvenis autonomistas no final dos anos 1990, ver Liberato (2006).

como portador da inovação aparece em mais de 10% dos questionários. A ideia de inovação presente nas respostas dos participantes do CE-JESC corresponde com a que buscamos definir no primeiro capítulo, apresentada como as mudanças dos processos produtivos feitas com vistas a aumentar a produtividade. A essa ideia está também relacionado um imaginário de que o jovem empreendedor faz parte de uma vanguarda seleta, portadora de um projeto peculiar voltado ao futuro, voltado a superação, por esforço individual, de paradigmas presentes. Nesse sentido, o jovem empreendedor também é representado nos questionários como aquele que contribui para o “desenvolvimento”. Observemos essas características nos fragmentos abaixo:

Ser um jovem empreendedor é reunir em si o ímpeto e ousadia de *transformar a realidade* em que vive. Significa não ter barreiras ou vícios e *buscar inovar, livre de velhos pré-conceitos*, para desafiar paradigmas e encontrar *oportunidades de negócios inexploradas* (empresário, 30 anos, questionário nº 218, grifos nossos).

Quebrar paradigmas e gerar mudanças em nossa sociedade, e gerar *lucro!* (empresário, 34 anos, questionário nº 126, grifos nossos).

Significa fazer *a diferença na sociedade*, seja com negócio próprio ou dando continuidade aos negócios da família. É estar inserido na sociedade e ter a certeza que é possível fazer a diferença (empresária, 26 anos, questionário nº 328, grifos nossos).

Ser um jovem empreendedor significa entender que *a sociedade precisa de mudanças*, e o empreendedor deve ser alguém que zele para a *melhoria da comunidade*, assim como seu crescimento pessoal, profissional e proteção do ambiente em que está inserido. Saber ter foco, alcançar os objetivos e ser justo em todos os ambientes. Zelar pelo respeito a natureza e diminuir ao máximo os impactos causados pela ação do homem na terra. Além disso, *fazer sempre a diferença*, ser dinâmico e inovador (empresário, 23 anos, questionário nº 82, grifos nossos).

Se fala muito sobre o jovem empreendedor *como se isso fosse um fenômeno contemporâneo*. Mas se analisarmos nossa *história evolutiva*, veremos que ele é, na verdade, um dos personagens mais antigos da nossa espécie além de *fundamental para que atingíssemos o atual grau de desenvolvimento da humanidade*. No nosso ambiente ancestral, grupos humanos se organizavam em bandos de caçadores e coletores que atuavam de maneira organizada para obter o sustento da comunidade. Mas de nada adiantava um grande número de bons manejadores de lanças se não houvesse um indivíduo com habilidade para coordenar uma estratégia eficiente para cercar a presa (gerente de empresa, 31 anos, questionário nº 347, grifos nossos).

O Jovem Empreendedor é a ferramenta de mudança (empresário, 29 anos, questionário nº 196).

Percebe-se que as questões de mudança e de inovações estão bem delimitadas à esfera do mercado, no sentido em que “quebrar paradigmas” ou “fazer a diferença na sociedade” está subordinado à questão de gerar lucros e ampliar os negócios. Transformar a realidade é sinônimo de transformar o mercado, de forma que o mercado em si se apresenta como a própria realidade, completamente naturalizado, o que é, como vimos, uma operação tipicamente ideológica. Na fala exposta no questionário nº 347, o empreendedor aparece como o personagem universal, despossuído de caráter histórico, protagonista e impulsionador de um processo de desenvolvimento que também é visto como linear, lembrando as metanarrativas colonialistas em que a sociedade capitalista liberal se apresenta como o cume de um processo comum. Ilustra-se no conjunto das falas o fato de que o desenvolvido é sinônimo de “capitalisticamente desenvolvido” (Mészáros, 2004, p. 47), medido pela capacidade de manter, a todo custo, a expansão do capital. Portanto, as transformações levadas a cabo pelo projeto do sujeito que se identifica como jovem empreendedor só poderão se dar em termos de adaptação a essa condição já naturalizada. Ao fim, os sentidos expostos de ruptura remetem-nos às revoluções “sob controle”, feitas pelas mãos das

organizações corporativas e gerenciadas pelos empreendedores, tal como pleiteado por Peter Drucker (2003). Vejamos essas questões mais atentamente a seguir.

4.2 FITANDO O MUNDO

Como o empreendedorismo pode contribuir para um mundo melhor? foi mais uma das questões discursivas incluídas no questionário e que obteve a resposta de 45% dos indivíduos que fazem parte do total da amostra. Ainda que de forma difusa, pode-se dizer que o conteúdo das respostas fornece mais algumas indicações importantes sobre o que esse conjunto interpreta como sendo o projeto político, econômico e social do empreendedorismo para a sociedade, no qual o mesmo se coloca como sujeito ativo. As respostas foram devidamente organizadas e categorizadas segundo seus núcleos centrais de sentido e puderam ser classificadas em três eixos temáticos predominantes que relacionam-se entre si, mas que foram separadas para fins analíticos. A seguir comentaremos o conteúdo desses três eixos, trazendo também outros dados referentes à perguntas objetivas do questionário e elementos de análise.

O primeiro eixo aponta para a ideia de que, ao mudar os indivíduos, suas condutas e comportamentos, o empreendedorismo já operaria no sentido de transformação do mundo social. Dentro desse eixo, em pouco menos de 30% do total das respostas os sujeitos indicaram a noção de que se mais pessoas adotassem uma conduta empreendedora (que corresponde diretamente a autoimagem exposta anteriormente, incluindo todo o hall de características comentadas), a sociedade seria consideravelmente melhor. Nessas falas reproduz-se a argumentação – que, como já comentamos nos capítulos anteriores, é ausente de esforços no sentido de uma reflexão crítica e que vise compreender questões estruturais – de que o empreendedorismo é um comportamento apropriado a juventude e que traz como consequência imediata o desenvolvimento coletivo. Vejamos como essas concepções centradas na mudança individual, com reflexos na sociedade, são reproduzidas nas falas dos participantes do CEJESC:

Para mim, as qualidades de um jovem empreendedor, são aquelas que fazem o indivíduo uma pessoa melhor, essa *relação das boas qualidades com o mundo já o tornam melhor por si só* (gerente de uma empresa da família, 30 anos, questionário nº 83, grifos nossos).

Acredito que se a maioria das pessoas começarem a pensar um pouco mais como empreendedores, *a população deixaria de ser acomodada e abandonaria a ideia de que “a culpa é do governo”, onde cada um tem que dar o seu melhor para prosperar*, tornando-se uma pessoa competente, idealizadora e socialmente ativa (gerente de empresa, 38 anos, questionário nº 167, grifos nossos).

O empreendedorismo, seja ele em qualquer área, nada mais é do que a vontade e *iniciativa do indivíduo de mudar, sair da zona de conforto*. E isso é com certeza parte fundamental na mudança (empregada de uma empresa, 23 anos, questionário nº 367, grifos nossos).

O empreendedorismo é *inovador*; acredito que pessoas com esse espírito tenham mais capacidade e vontade de mudar para melhor, sempre buscando bons resultados (empresário, 29 anos, questionário nº 210, grifos nossos).

Características como a capacidade de inovar e o senso de autor-responsabilização aparecem nas falas como comportamentos típicos do empreendedor e que resultam em mudanças sociais positivas. Reproduce-se nessas colocações uma concepção liberal exclusivamente focada no indivíduo como fundamento da sociedade e de suas possibilidades de transformação. Enquanto consequência desse pensamento individualista, a organização coletiva como força de mudança é descartada e o esforço crítico que busca explicações estruturais para os problemas vividos individualmente, isso é, o processo de politização das angústias – substancial para a potencialização da mobilização social – é posto como uma forma de “acomodação”. Como vimos anteriormente, essa reflexão a cerca das causas estruturais para os problemas vividos pelo sujeito – posta em expressões como “culpar o

governo” – é tida como algo que deve ser apagado pelos seminários do Empretec, uma vez que criar o senso de autorresponsabilização é tarefa do programa. Aponta-se para a busca de soluções individuais, através da inserção no mercado via a abertura de negócios, como uma forma “não conformista” de adaptação a realidade, que aqui não é apresentada como adaptação, mas como um ato transformador.

Em meados da década de 1980, o peruano Hernando de Soto lançou um livro que fez com que seu nome entrasse nas listas de celebridades intelectuais aclamadas por publicações como a *Forbes*, o *New York Times* e a revista *Times*, que declarou o economista como um dos cinco “líderes mais inovadores” da América Latina. A partir de então, Soto recebeu diversas premiações, forneceu assessoramento para alguns presidentes⁶ e fundou um *think tank* chamado Instituto para a Liberdade e Democracia. Publicado no Brasil como *Economia subterrânea* (1987), o título original do livro em espanhol, *El otro sendero*, indica uma referência direta de oposição ao Sendero Luminoso, guerrilha de inspiração maoísta surgida no Peru durante a década de 1960, ao passo que a palavra “*sendero*” traduz-se para o português como *caminho* ou *trilha*. O livro de Soto dedica-se a analisar as atividades econômicas informais no Peru e, de forma bastante resumida, chega a conclusão de que este setor têm se desenvolvido como uma saída da população pobre frente aos entraves burocráticos e tributários colocados pelo Estado (que ele classifica como “Estado Mercantilista”) para a entrada no mercado legal. Para Soto, a larga informalidade peruana seria uma forma autêntica de revolução popular que fugiria dos olhos dos setores de esquerda e que deveria servir de sinal para que o Estado passasse imediatamente a flexibilizar leis tributárias e trabalhistas a fim de desregulamentar o mercado. Segundo o autor, a vantagem competitiva desses setores estaria justamente no não-cumprimento dessas regulamentações e no atendimento de alguns serviços básicos (como o transporte e a habitação).

⁶ Na Wikipédia brasileira constam na lista de presidentes assessorados por Soto: Ronald Reagan (EUA), Bill Clinton (EUA), Alberto Fujimori (Peru) Vladimir Putin (Rússia), Jean-Bertrand Aristide (Haiti), Hamid Karzai (Afeganistão), George Walker Bush (EUA) e Alan García (Peru).

Hernando de Soto foi classificado por alguns de seus críticos como legítimo representante da “nova direita latino-americana”, responsável pelo feito de traduzir o neoliberalismo para a realidade do continente e dar a ele novos ares de utopia. Soto defendeu que esses trabalhadores informais são portadores de um espírito empreendedor que se expressa apesar dos entraves burocráticos e que precisa ser incentivado pelo Estado como forma de combate a pobreza. De fato, alguns programas do atual governo brasileiro têm como diretriz o incentivo ao empreendedorismo como suposta estratégia de emancipação social dos setores mais empobrecidos, como é o caso dos processos de urbanização de favelas promovidos pelo Programa de Aceleração do Crescimento (PAC)⁷. Para Carlos Gonzáles (1991, p. 235), a obra de Soto abraça o pressuposto unificador do pensamento liberal que ele chama de “*individualismo possessivo*”, a partir da qual a qualidade de possuir aparece como natureza do indivíduo, a liberdade como uma variável em função de ser proprietário e a sociedade como um agregado de indivíduos em relação com o mercado. Segundo ele, partindo desse pressuposto, Soto coloca lado a lado grandes empresários de trabalhadores do setor informal, ignorando propositalmente as diferenças entre atividades voltadas a acumulação e a subsistência. O setor informal dos pauperizados não aparece como a tentativa de sobrevivência dentro de um modo de produção excludente, mas como uma resultante de certo “espírito empresarial” comum.

Para Andriazén (2014), o que faz o trabalho de Soto é propor uma nova fronteira política onde “dominados e dominadores” se encontram e se reconhecem em sua qualidade de empreendedores frente a um inimigo comum: o Estado Mercantilista. Isso é o que faz com que o pensamento do economista peruano seja ideologicamente muito próximo ao discurso travado pelas entidades pró-empreendedorismo, incluindo o próprio CEJESC. Tendo como fundo uma interpretação liberal da sociedade, os indivíduos são compreendidos como proprietá-

⁷ Ver o manual elaborado pelo Ministério das Cidades para orientar o trabalho social em habitações de interesse social, especialmente o capítulo escrito por Ruth Jurberg, coordenadora dos trabalhos sociais do PAC 1 e 2 em diversas favelas cariocas. Disponível em: <http://cidades.nute.ufsc.br/downloads/MCidades_bookweb.pdf>. Acesso em: 2014

rios e a sociedade é seu espaço de troca, o mercado. É por esse motivo que as transformações sociais só poderão se dar como modificações processadas no âmbito do mercado e os interesses empresariais serão tidos como interesses coletivos e, quando pertinente, colocados no discurso como tendo como inimigos os entraves postos pela regulamentação do Estado. Dessa forma, o empreendedorismo é posto como o “outro caminho” em relação aos processos de questionamento da ordem em si, ou a “revolução sob controle” da qual falava Peter Drucker (2003). É seguindo pelos caminhos desse mesmo fundamento do pensar que 12% das respostas de nossos sujeitos indicaram a ideia de que o empreendedorismo transforma o mundo na medida em que fornece uma espécie de “inspiração coletiva”. Isso é, através da produção e constante divulgação de seus “cases de sucesso” os empreendedores forneceriam histórias à sociedade que deveriam ser exemplos de conduta para a população em geral:

Oferecendo o melhor em seu segmento, e fazendo a diferença na sociedade, sendo um *exemplo de inovação, criatividade*, oferecendo bem seus produtos e serviços e *se tornando um case de sucesso*, formando assim opinião em meio as pessoas e a partir disso influenciar para uma postura mais justa e melhorando questões sociais no meio em que vive (empresário, 39 anos, questionário nº 76, grifos nossos).

Possibilidades que são disponibilizadas pelas empresas e negócios acabam influenciando outras pessoas através de ações concretas de trabalho, acabam virando referências no mercado de uma comunidade, um município, estado ou país. *Pessoas empreendedoras têm seguidores*, e estas por sua vez se motivam e agem também... O empreendedor torna-se um norte positivo e *faz com que a sociedade queira fazer o que é certo e bom* (empresário, 36 anos, questionário nº 191, grifos nossos).

Nós, empreendedores, devemos mostrar para a sociedade que é possível *sobreviver aos problemas nacionais* e que para mantermos a nossas empresas em pleno funcionamento, *basta que nossos colaboradores sejam como nós*, traba-

lhadores e comprometidos com seus objetivos e obrigações (empresário, 24 anos, questionário nº 550, grifos nossos).

Olhe os *cases*: Steve Jobs, Jorge Paulo Lemann, Warren Buffett (gerente de empresa, 26 anos, questionário nº 543).

Reproduzindo o imaginário do empreendedor como uma espécie de herói, observa-se que os indivíduos que fazem parte do CEJESC se colocam aqui como parte do grupo de sujeitos que deveriam tornam-se verdadeiros arquétipos a serem seguidos tanto pelos seus empregados – ou “colaboradores” – quanto pela sociedade em geral, além de “formadores de opinião”. Cita-se também, no questionário nº 543, o nome de alguns empresários que ocupam, ou ocuparam, o topo dos rankings de milionários globais como exemplos de figuras que colaboraram para a mudança e que podem servir de inspiração para a transformação. Como discutido anteriormente, centrando-se no indivíduo, a reprodução da ideia dos *cases de sucesso* como inspirações universais esconde uma história um tanto mais complexa que sustenta o crescimento econômico das corporações as quais esses sujeitos estiveram a frente. Nos grandes *cases de sucesso*, como é o caso dos que foram citados na resposta, ocultam-se notoriamente as formas intensificadas de exploração do trabalho sob as quais fizeram-se fortunas. Segundo o empresário que é autor do questionário nº 550, para que o mundo se transforme é preciso que “nossos colaboradores sejam como nós”, que se comprometam com os objetivos da empresa. A proposta de transformação exposta é, na verdade, uma ideia de manutenção das coisas como o são, na medida em que o que se pretende é que o interesses dos empregadores, seja na figura de empresários famosos ou nos próprios membros do CEJESC, transformem-se em interesses universais, isso é, é preciso que todos adotem as posturas empreendedoras, o *espírito dos donos*.

O segundo eixo que ocupou a resposta dos questionários está predominantemente centrado na esfera econômica, fazendo referências diretas às possibilidades de mudanças no âmbito do mercado em si. Para 15% dos sujeitos que responderam a questão, por exemplo, o empreendedorismo muda o mundo na medida em que é capaz de mo-

dificar ou inserir novos produtos ou serviços no mercado, satisfazendo as necessidades dos consumidores. Reproduzindo de forma simplificada os postulados da economia liberal que revisamos no primeiro capítulo, especialmente os schumpeterianos, para 16% dos sujeitos da amostra, o empreendedorismo é sinônimo direto de desenvolvimento econômico, é o que move, através da inovação, o mercado e a sociedade. Vejamos alguns exemplos de respostas que estão inseridas nesse segundo eixo:

Todos os empreendedores criam atrativos para seus produtos ou serviços, que *atendam as necessidades de um povo*. Desta forma, supre as necessidades materiais desse povo, contribuindo para seu bem estar e desenvolvimento pessoal. E pessoas mais felizes contribuem para um mundo todo mais agradável. (Empresário, 25 anos, questionário nº 412, grifos nossos).

Teremos comércios melhores, consequentemente um mundo melhor (gerente de empresa, 29 anos, questionário nº 170).

Os *empreendedores fazem a roda da economia girar*, aceleram o mercado, promovem mudanças, realizam inovações, enfim (empresário, 25 anos, questionário nº 63, grifos nossos).

O incentivo ao empreendedorismo é a mola propulsora para geração de riquezas, para sociedade e às pessoas individualmente. Quanto maior for esse incentivo, maior poderá ser o desenvolvimento de uma determinada região (empresário, 31 anos, questionário nº 391, grifos nossos).

Toda ideia empreendedora esta associada a um *bem comum* pois esta está aliada sempre a *evolução, inovação e melhoria*. Dificilmente uma pessoa irá empreender sozinha desta forma toda ideia empreendedora beneficiara mais gente do que apenas o empreendedor e com isso gera crescimento a todos, evolução. Isso que *beneficia a sociedade em geral* (empresário, 25 anos, questionário nº 173, grifos nossos).

Primeiramente, observamos nos trechos citados, que representam um conjunto maior de falas no mesmo sentido, uma concepção de desenvolvimento que é naturalizada enquanto sinônimo de expansão do mercado e do capital, isso é, como posto por István Mészáros (2004) como multiplicação do consumismo e da cultura de desperdício. Nessa perspectiva, o conjunto da população é vista a partir de sua posição no mercado, como um agrupamento de consumidores. Ampliar a gama de opções de consumo – aumentando o poder de compra ou construindo um “comércio melhor” – apresenta-se como sinônimo da ampliação de direitos. Com a ideia de que um mercado mais ativo resulta em uma sociedade mais justa ou igualitária, reforça-se a noção acrítica e equivocada de que é possível atingir uma melhor qualidade de vida – ou ainda, atingir a própria democracia – unicamente através da expansão do consumo. A crise urbana que vêm atingindo o Brasil na última década é um exemplo de que o aumento do poder de consumo individual, sem o investimento nas soluções coletivas e focadas na esfera pública, têm como efeito a degradação da vida nas grandes metrópoles do país (Maricato, 2013). Esse é o caso do transporte individual: a histórica política de incentivo a produção e compra de automóveis privados (que traz como grandes beneficiários as automotivas e os provedores de crédito), em detrimento ao investimento no transporte público e coletivo, tem mostrado seus limites ao passo que a poluição, os acidentes e os engarrafamentos intermináveis tornam a vida nas cidades infernal. Esse, entretanto, é só um exemplo evidente de que a ampliação do acesso às mercadorias não é sinônimo absoluto de “desenvolvimento coletivo”.

As respostas do questionário também apontam para a importância do empreendedor como aquele que é responsável pela criação da riqueza e, portanto, como propulsor do desenvolvimento local, associado a um “bem comum” de “benefício geral” (questionário nº 173). Repete-se aqui o mito, criado por economistas como Keynes e o próprio Schumpeter, de que o crescimento das riquezas individuais traria como sua consequência natural a grande ampliação do acesso ao consumo para o total da humanidade e a diminuição substantiva dos abismos entre as classes sociais. A tese tem se provado equivocada na me-

dida em que, apesar da intensidade inédita na produção de riqueza, é escandaloso o aumento dos níveis de desigualdade estrutural em todo planeta. Diante desse cenário, qualquer mudança que se pretendesse real e definitiva teria de, inexoravelmente, intervir nas relações entre capital e trabalho, começando por reconhecer que a “mola propulsora para a geração de riquezas” é o trabalho – e não o empregador. Por consequência, seria necessário admitir que o desenvolvimento real é sinônimo do avanço rumo ao controle social direto do produtor sob seu produto, isso é, da sociedade sob a riqueza. O pensamento ideológico empreendedorista, ao colocar o empresário como produtor da riqueza e, conseqüentemente, o jovem empreendedor como o grande “protagonista” da sociedade, vai de encontro à crítica ao capitalismo. Isso porque, a crítica revolucionária ao modo de produção do capital encontra seu fundamento essencial na compreensão dos trabalhadores como sujeitos centrais do modo de produção, verdadeiros responsáveis pela produção das riquezas, que lhe são expropriadas pelos grandes empresários. Por consequência, entende-se os trabalhadores como sujeitos capazes de dar cabo as grandes mudanças e transformar estruturalmente a realidade.

Ainda dentro desse segundo eixo, focado no plano econômico e nas questões relativas ao mercado, 34% das respostas indicaram a criação de postos de trabalho como a grande contribuição social do empreendedorismo. É certo que dentro do modo de produção capitalista, a condição de desemprego traz graves conseqüências ao trabalhador, na medida em que seu único bem é sua própria força de trabalho. Entretanto, isso não quer dizer que os empregadores não sejam os grandes beneficiários no ato de contratar o trabalhador, uma vez que é dessa relação onde o empresário deve extrair mais valor, isso é, gerar seu lucro. A ideologia opera aqui no sentido de ocultar essa relação de exploração, associando o patrão como uma espécie benfeitor, invertendo a lógica que funda a própria geração de riqueza. Citemos algumas falas a título de exemplo:

Empreendedorismo gera oportunidade, negócios e renda. Um único empreendedor, pode *gerar renda e oportunidade para milhares de famílias*, com isso gerando um futuro me-

lhor para todos (empresário, 34 anos, questionário nº 610, grifos nossos).

Um negócio bem sucedido garante emprego e renda para muitas pessoas, *tirando assim muitas pessoas da miséria* e contribuindo com a sociedade também (empresária, 30 anos, questionário nº 206, grifos nossos).

Através da geração de empregos, renda, capacitação e interação com a sociedade a fim de *proporcionar as pessoas a melhoria da sua condição social* (empresário, 27 anos, questionário nº 408, grifos nossos).

Apesar da alta frequência em que a questão de geração de empregos aparece nos questionários, são poucas as falas que problematizam a qualidade dessas ocupações. Em apenas 10 questionários (o que significa 3,5% do total de 281 respostas), os participantes mencionaram questões referentes a melhoria das condições de trabalho dos empregados de suas empresas, apontando para medidas como a remuneração justa, o melhoramento do ambiente de trabalho e o cumprimento das legislações trabalhistas como formas de contribuir para uma sociedade melhor. Uma quantia também pequena (cerca de 6%) apontaram a ética nos negócios como condição necessária para que o empreendedor pudesse auxiliar na construção de um mundo melhor. Nessas colocações referentes a ética, destacou-se a questão da corrupção e da sonegação como práticas comuns no meio empresarial, que deveriam ser combatidas pelos empreendedores mais jovens. Pouco menos de 2,5% dos questionários apontaram para o aumento da arrecadação pública, através dos impostos, como uma forma de contribuição positiva dos empreendedores, o que se configura como exceção, uma vez que uma das grandes bandeiras do CEJESC é a defesa da minimização dos impostos para os setores empresariais. Ao falar sobre as condições de trabalho, os sujeitos recordam o papel fundamental que têm os trabalhadores na criação da riqueza de suas empresas. Ao destacar a questão da arrecadação como forma de melhorar a sociedade, reconhecem a necessidade dos recursos públicos para que o Estado possa prover uma infraestrutura social mínima. Ao discorrer sobre a ética, os sujei-

tos reconhecem a ampla existência de condutas criminosas no meio empresarial. Essas colocações não têm em comum só o fato de serem minoritárias entre os participantes do CEJESC, mas também o caso de irem na contramão do sentido de construção do empreendedor como herói, apresentando minimamente alguns pontos críticos.

Por fim, o terceiro eixo, que agrupa um número menor de respostas, está mais voltado para a atuação dos empreendedores na esfera pública. Para 4% dos que responderam a questão, por exemplo, o empreendedorismo pode contribuir com mudanças apoiando iniciativas da sociedade civil, como Organizações Não Governamentais e campanhas sociais para arrecadação de doações. Em 13% das respostas, o associativismo como forma de organização do empresariado e instrumento eficaz para pressionar o Estado aparece como o meio primordial de intervenção do empreendedor na sociedade. Nessas falas, evidencia-se uma visão de classe voltada a defesa dos interesses patronais, ainda que os mesmos se apresentem nas colocações enquanto interesses coletivos:

Empresas sustentam o país! O mundo é dos empresários mas devíamos trabalhar juntos! Por isso o associativismo é a alternativa para nos organizarmos! (empresário, 30 anos, questionário nº 479, grifos nossos).

Fazendo ações de interesse coletivo, como a diminuição da carga tributária. Participando de ações sociais e ajudando o próximo em seus negócios (empresário, 46 anos, questionário nº 423, grifos nossos).

União dos empreendedores, associativismo. Troca de experiências e senso comum, influenciando na educação e criando uma sociedade mais justa e ética (empresário, 33 anos, questionário nº 576, grifos nossos).

Com a união empresarial poderemos juntos rever conceitos e estudar novas propostas para o povo com excelência (empresário, 27 anos, questionário nº 601, grifos nossos).

Acredito que desta forma conseguiremos fazer mudanças

na sociedade e nas legislações, das quais já estamos conseguindo ter êxito (empresária, 29 anos, questionário nº 610, grifos nossos).

O que se verifica nos trechos selecionados é basicamente a defesa da importância da organização do empresariado através do associativismo que, como já discutimos, se dá predominantemente no sentido de pressionar o Estado a fim de defender os interesses do capital. A parte “adulta” do associativismo parece se articular de forma mais sistemática para exercer tal pressão de classe e pautar a agenda empresarial, ainda que o segmento jovem também tenha suas próprias iniciativas, como é o caso do Feirão do Imposto. Em julho desse ano, a Confederação Nacional das Indústrias (entidade adulta com a qual o CEJESC é ligado em âmbito nacional) enviou um documento aos candidatos a presidência do país contendo 30 recomendações de alterações nas leis trabalhistas brasileiras. Entre elas estavam: a redução do tempo de intervalo de almoço dos trabalhadores; a flexibilização da regulamentação do trabalho nos finais de semana; a fragmentação do período de férias; o fim da obrigatoriedade de remuneração das horas gastas em transporte para trabalhadores que atuam em áreas rurais isoladas; e a vinculação da participação nos lucros às metas de redução de acidentes de trabalho⁸. Em sua grande maioria, são medidas que representam um retrocesso nas conquistas trabalhistas, mas que num campo de conflito de classes devem operar no sentido de aumentar os lucros empresariais, flexibilizando os ganhos dos trabalhadores. Para além dos períodos eleitorais, é esperado que o setor continue encaminhando propostas e exercendo pressão, uma vez que, como possuidores do capital, certamente possuem os meios para o fazê-lo.

Pouco menos de 10% das respostas indicaram que o empreendedorismo poderia contribuir para um mundo melhor através de medidas voltadas a sustentabilidade socioambiental e a proteção do meio ambiente, que têm se transformado praticamente em um jargão

⁸ Está disponível no portal da CNI os documentos relativos às propostas que foram elaboradas pela entidade como recomendações aos candidatos a presidência do país em 2014. Disponível em: <<http://www.portaldaindustria.com.br/cni/canal/eleicoes2014-home/>>. Acesso em: ago. 2014.

do meio empresarial. Uma outra pergunta, inserida no questionário pelo próprio CEJESC, indicou que 36% das empresas em que esses sujeitos trabalham ou são proprietários promove alguma iniciativa nesse sentido. Em sua maioria são ações bastante pontuais, que incluem a reciclagem de resíduos, a troca de copos descartáveis por canecas, o auxílio a instituições sociais, o uso de painéis solares ou a organização de campanhas de doações para entidades filantrópicas em datas comemorativas. Algumas empresas de grande porte de que esses sujeitos fazem parte são inclusive proprietárias de seus próprios institutos de filantropia. Em ambos os casos são medidas que podem também ser capitalizadas enquanto marketing para a promoção da imagem da empresa ou, em alguns casos, convertidas em isenção tributária. Fato é que não estão voltadas a um projeto de emancipação, mas sim de minimização de impactos que fazem parte da própria estrutura do modo de produção.

O fomento à educação empreendedora também apareceu em cerca de 10% das respostas, entre as quais algumas traziam como exemplo a Escola Modelo, viabilizada pelo núcleo do CEJESC em Rio do Sul:

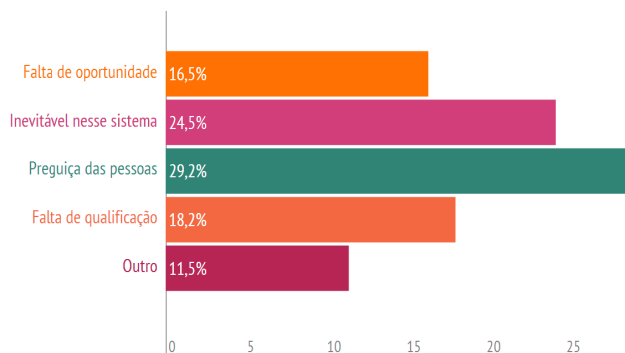
O empreendedorismo está intimamente ligado ao aumento do desenvolvimento social de econômico de um país. *Essa matéria deveria ser incluída nas escolas*, para que o brasileiro desperte seu espírito empreendedor mais cedo e esteja mais preparado para o mercado (empresário, 31 anos, questionário nº 281, grifos nossos).

Deve começar na educação de base, estimular as crianças a empreenderem, assim teremos um futuro melhor, exemplo escola modelo (empresário, 28 anos, questionário nº 215)

Deveríamos ter uma matéria na educação sobre empreendedorismo. *Despertar o espírito empreendedor em cada criança, jovem... imagine a uma sociedade intraempreendedora em todas as profissões*. O empreendedorismo contribui para que gerar o desenvolvimento, inovar, criar e evoluir (empresária, 25 anos, questionário nº 570, grifos nossos).

A grande utopia da pedagogia empreendedora aparece no questionário nº 570 como a possibilidade de educar os mais novos para que construam uma sociedade em que todos sejam “intraempreendedores”, isso é, que assumam os interesses de seus patrões como se fossem seus próprios anseios, promovendo inovações e colocando sua criatividade a serviço da empresa. O empreendedorismo nas escolas também aparece aqui como uma forma de preparar os jovens para a entrada no mercado de trabalho, melhorando as suas condições de desempenho profissional e criando indivíduos que reproduzam o receituário do comportamento empreendedor, devidamente adaptado ao cenário da acumulação flexível. Como vimos anteriormente, para o Instituto Endeavor, o empreendedorismo é uma forma de combater a pobreza, na medida em que cria novos postos de trabalho e oferece a perspectiva de autoemprego. Hernando Soto (1987) também fomentou uma perspectiva parecida, voltada a flexibilização das leis como forma de inclusão dos pobres no mercado, o que “acidentalmente” provocaria também maiores possibilidades para a expansão dos lucros de grandes empresas. Quais seriam, entretanto, as causas da pobreza, segundo a opinião dos sujeitos que fazem parte do CEJESC? Observemos os dados no gráfico abaixo, extraídos de uma outra pergunta incluída no questionário:

Gráfico 17 – Opinião sobre as principais causas da pobreza



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados da pesquisa.

Para apenas 16,5% dos empreendedores que fazem parte da amostra, a pobreza está ligada a falta de oportunidades iguais para todos, o que de certa forma é um reflexo de sua crença da meritocracia e nos esforços individuais como caminho para a superação das condições materiais de vida. Esse dado também indica que esses sujeitos descartam, desconhecem, ou ao menos não consideram estruturais, alguns dados relativos aos processos de desigualdade crescente na distribuição de recursos globais. Para menos de 20% deles, a falta de qualificação profissional é o grande motivo que gera a pobreza, o que significaria que não há um problema de falta de postos de trabalho, mas apenas de formação para ocupá-los. Novamente, ignora-se a questão do desemprego estrutural que vêm aumentando nas últimas décadas, ainda que tenha sofrido redução no caso específico do Brasil. Para praticamente um quarto dos sujeitos que fazem parte da amostra, a pobreza é um resultado inevitável do sistema vigente. Entretanto, é preciso admitir que essa afirmação é um tanto polifônica e que foi mal elaborada no questionário. Por um lado, a pobreza pode ser vista como parte inerente de um sistema que têm por fim último a expansão do capital, mas passível de término com a superação do capitalismo. Por outro lado, também poder-se-ia afirmar um certo caráter universal da pobreza, sua desistorização como algo que sempre esteve e sempre estará lá e, portanto, não é passível de superação. A elaboração do questionário acabou deixando o item bastante vago.

Por fim, a resposta que obteve maior adesão foi a de que a pobreza, “em grande medida, está ligada a preguiça das pessoas, que não querem trabalhar ou não se esforçam o bastante para correr atrás das oportunidades”⁹. Para uma grande parte dos membros pesquisados do CEJESC, a pobreza existe pela falta de postura empreendedora dos indivíduos, que poderiam superar sua condição de miséria se fossem mais “proativos”, “batalhadores” ou “se arriscassem mais”. Novamente, o centro do debate foge das questões estruturais e recai no indivíduo, que ao sucumbir a uma situação de miséria, se torna aqui um verdadeiro “case de fracasso”. Suas atitudes foram equivocadas e

⁹ Texto original do item, parte da pergunta de número 29. Consultar corpo do questionário no apêndice.

esse é o principal motivo que leva a sua pobreza. A ausência da crítica, a irreflexão que abdica da historização da pobreza como condição estrutural, resulta aqui em um discurso que permite a condenação e a criminalização dos pobres, únicos responsáveis por sua situação social. Entre os 11,5% que escolheram a opção “outras”, ao menos a metade indicou que a pobreza era resultado de mais de um dos fatores listados, somando a questão da falta de formação profissional e a preguiça. A outra metade apontou especificamente para os programas recentes de distribuição direta de renda como responsáveis por gerar a pobreza:

O PT com o bolsa família, criou um bando de *vagabundos preguiçosos* que preferem ficar em casa se coçando e vivendo nas costas do governo (empresária, 23 anos, questionário nº 232, grifos nossos).

Acredito que muito seja pela combinação de dois fatores: a falta de investimentos efetivos em educação e os programas sociais do governo que, *desvinculados de contrapartidas educacionais da população* (ex. recebe o benefício se estiver frequentando curso técnico ou se o filho estiver matriculado na escola...) que recebe os benefícios, e *provocam a dita “acomodação”* (empresária, 29 anos, questionário nº 343, grifos nossos).

É um conjunto de fatores tendo como principais o *comodismo* e falta de interesse da maioria da população aliado ao sistema de governos que buscar criar um povo dependente para obter maior controle sobre a população oferecendo *sistemas de auxílios ilusórios* (empresário, 32 anos, questionário nº 172, grifos nossos).

Criado em 2003, durante a primeira gestão federal do PT, o Bolsa Família é um programa que buscou unificar e ampliar algumas iniciativas já existentes de distribuição direta de renda. Na fala dos participantes do CEJESC, ele aparece com uma medida que contribui para a produção da pobreza como “case de fracasso”, na medida em que não incentiva a superação individual, indo em contramão com o chamado “espírito empreendedor” e do senso de autorresponsabilização.

Desde sua criação o programa têm sido alvo de crítica dos setores mais conservadores da mídia, que abrem mão da divulgação de algumas informações objetivas sobre o funcionamento do programa. O fato de, por exemplo, existir uma série de contrapartidas por parte dos beneficiários – tais como a obrigatoriedade da matrícula escolar e de frequência mínima de 75% da carga horária para indivíduos com até 17 anos e a vacinação de menores¹⁰ – é pouco divulgada, o que produz algumas colocações como a posta pela jovem empresária do questionário 343. Além disso, os valores recebidos pelas famílias atendidas pelo programa são apenas o suficiente para garantir uma renda de cerca de 70 reais *per capita*, o que dificilmente provocaria um estado de “acomodação” (que de fato, não acontece, visto que muitas famílias têm se desligado voluntariamente do programa¹¹). O Bolsa Família foi elaborado a partir de recomendações de organismos internacionais e apontado pelo relatório da Oxfam (2014) como uma forma efetiva de auxílio na diminuição dos números relativos à pobreza. O tom de algumas críticas ao Bolsa Família como um programa que produz “vagabundos” ou como forma de “controle da população” parece ser eminentemente marcado por uma questão de classe, uma vez que os subsídios fornecidos pelo governo a iniciativa privada ultrapassam as cifras do programa¹².

¹⁰ Consultar o Decreto nº 5.209 de 2004 que regulamenta o Programa Bolsa Família. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2004/Decreto/D5209.htm>. Acesso em: ago. 2014.

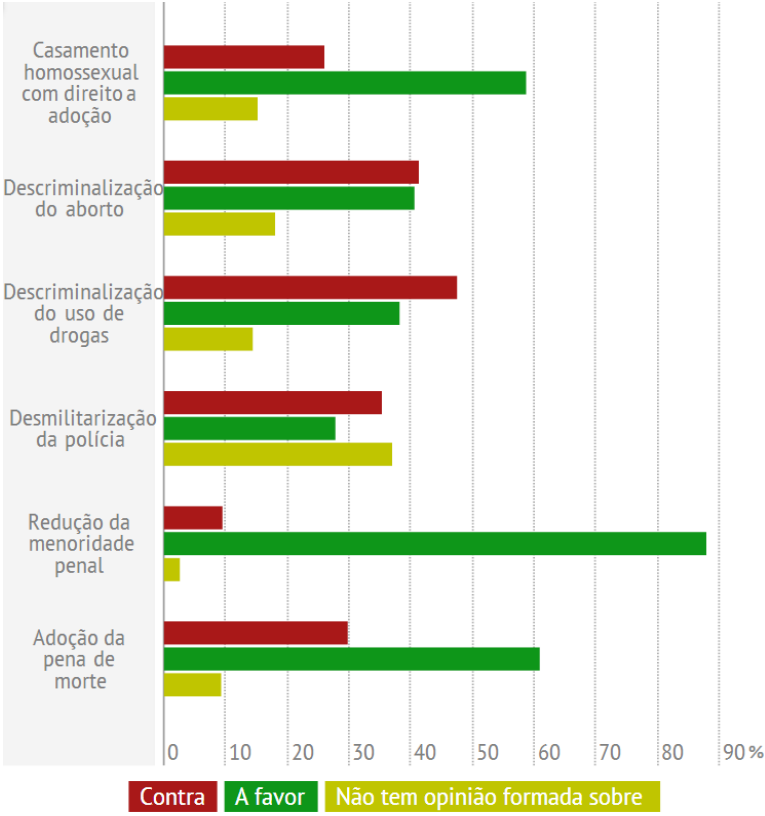
¹¹ Ver matéria do portal O Globo, segundo a qual 12% das famílias beneficiadas teriam abandonado espontaneamente o programa até 2013. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/brasil/bolsa-familia-mais-de-16-milhao-de-casas-abriram-mao-do-beneficio-8312947>>. Acesso em: ago. 2014.

¹² Ver entrevista com o ex-banqueiro Cláudio Haddad, segundo o qual o desempenho do BNDES tem favorecido grandes empresas com juros subsidiados, o que somaria um orçamento superior ao gasto com programas sociais. Na entrevista, Haddad chama o BNDES de “Bolsa Família para acionistas”. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/me1707201108.htm>>. Acesso em: ago. 2014. Neste ano a associação empresarial de Ponta Grossa (PR), articulada nacionalmente na mesma entidade que a FACISC, apresentou a candidatos em campanha eleitoral um documento propondo a suspensão do direito a voto no caso de recebimento do Bolsa Família. Ver matéria disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/blogs/roldao-arruda/associacao-propoe-suspender-voto-de-quem-recebe-bolsa-familia/>>. Acesso em: ago. 2014.

Em uma outra pergunta objetiva incluída no questionário, a questão da desigualdade econômica e da pobreza foi assinalada por cerca de 20% do total dos sujeitos da amostra como sendo um dos principais problemas atuais do Brasil. Não ficou, contudo, entre os maiores problemas nacionais que foram indicados pelos participantes do CEJESC. No topo da lista estão: a corrupção (marcada em quase 80% dos questionários), a má gestão de recursos públicos (75%), a falta de investimentos na educação (70%), o excesso de impostos (50%) e a alta criminalidade associada a impunidade (30%). Outros problemas que configuravam nas opções e que foram apontados por menos de 20% das respostas são: a precariedade nos serviços públicos, a falta de participação política da população, a falta de incentivo para o setor privado e a degradação ambiental. A temática da corrupção têm ocupado exaustivamente a agenda de debate político nos últimos anos, ainda que sua crítica seja quase sempre feita a partir de um recorte moral de responsabilização individual de alguns personagens públicos, sem passar por questões eminentemente estruturais. Isso é, via um debate de judicialização da política, ataca-se os corruptos sem questionar os esquemas corruptores inerentes ao próprio capitalismo.

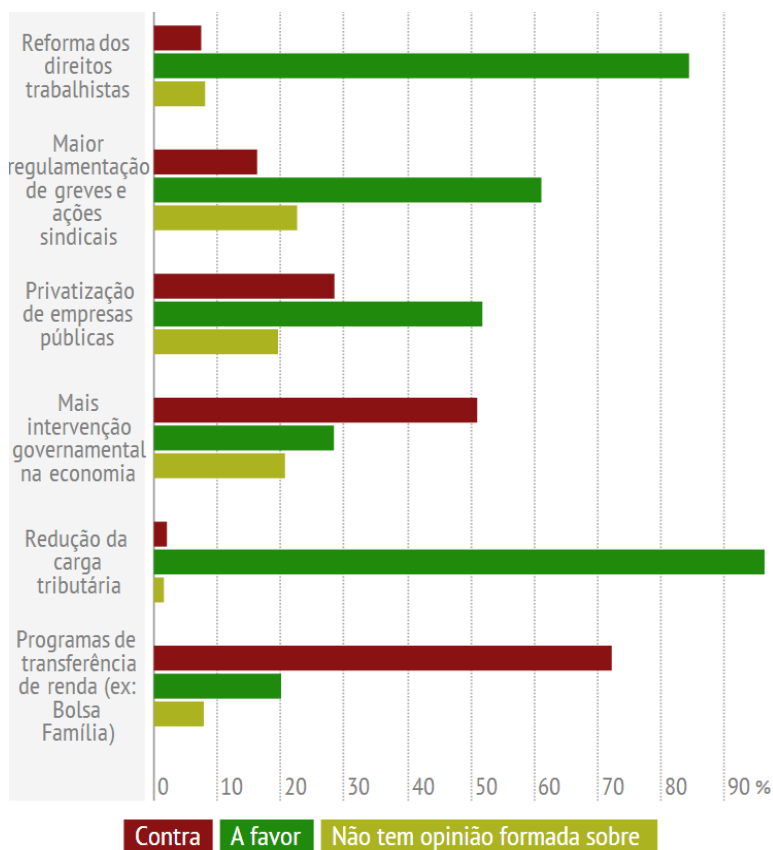
Ainda em uma outra pergunta do questionário (nº 28), sobre a opinião dos sujeitos em relação a alguns temas recorrentes ao debate político, os pontos que apresentaram maior consenso foram a redução da carga tributária, a redução da maioridade penal e a opinião contrária aos programas de transferência direta de renda. Em geral, pode-se dizer que nos temas que fazem referências mais diretas ao exercício da liberdade individual (como o casamento homossexual e a descriminalização do aborto e do uso de drogas) a relação entre as respostas contra e a favor foram mais equilibradas, ao passo que naqueles referentes ao sistema penal (adoção de pena de morte e redução da menoridade penal) as opiniões convergiram mais fortemente para o endurecimento das formas de punição, apontando para um perfil mais conservador, como se observa nos gráficos a seguir.

Gráfico 18 – Opinião sobre questões recorrentes nos debates políticos atuais – parte I



Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da pesquisa.

Gráfico 18 – Opinião sobre questões recorrentes nos debates políticos atuais – parte II



Fonte: Elaboração da autora a partir de dados da pesquisa.

No Gráfico 19 estão agrupadas as questões mais diretamente relacionadas as discussões no campo da economia política. Observa-se que as opiniões dos participantes do CEJESC são notavelmente mais convergentes aqui. A reforma da legislação trabalhista, por exemplo, foi sinalizada como necessária por 85% dos indivíduos da amostra. Certamente, a direção dessa reforma seria no sentido de flexibilização das leis e corrosão dos direitos dos trabalhadores, tendo como base as demandas que foram apresentadas pelo programa da CNI aos presidentiáveis. Por outro lado, uma maior interferência do governo nas ações sindicais e greves foi aprovada por mais de 60%, ao passo que apenas 16% se declararam contra essa proposta. Mais uma vez, os dados revelam uma clara posição de classe assumida pelos sujeitos do CEJESC, defendendo uma atuação do Estado que esteja unicamente voltada a garantia da expansão do capital, mesmo que às custas do desmantelamento dos direitos dos trabalhadores. As opiniões relativas a questão da privatização de empresas públicas e da intervenção do governo na economia confirmam uma orientação liberal dos membros do CEJESC, que é correspondida pelas ações do conselho.

Como já poderia se esperar, o ponto que apresenta maior consenso entre os participantes é a redução da carga tributária, que foi considerada como necessária por mais de 95% dos indivíduos e se constitui como uma das discussões mais presentes na organização. O discurso de que os impostos no Brasil estão entre os mais altos do mundo é bastante recorrente e repetido pelo próprio CEJESC. Entretanto, algumas pesquisas recentes, como é o caso do levantamento encomendado pela BBC¹³, indicam que o grande problema tributário do Brasil não é exatamente relativo ao seu volume, mas sim a forma como é definida quem paga os tributos. Segundo o levantamento, entre os países que compõem o G20, o Brasil possui as menores alíquotas voltadas à população de maior renda. Ou seja, o principal debate em relação aos impostos no país diz respeito a quem financia e deveria financiar o Estado, tarefa que hoje corresponde principalmente a clas-

¹³ Os resultados da pesquisa, recomendada pela BBC ao PricewaterhouseCoopers, estão disponíveis em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2014/03/140313_impostos_ricos_ms.shtml>. Acesso em: ago. 2014.

se trabalhadora. Segundo o economista Evilásio Salvador (Círculo..., 2014), o sistema tributário brasileiro é extremamente injusto, uma vez que o foco dos tributos é dado sob o consumo, que incide igualmente sob todas as classes, penalizando os mais pobres. Os impostos diretos, que incidem diretamente sobre a renda e o patrimônio, representam uma parte menor do total da carga tributária. Sendo assim, o sistema de arrecadação é organizado de tal forma que quem recebe mais, não necessariamente pagará mais. O resultado é que no Brasil a elite é quem paga menos impostos. Frente aos dados que revelam o crescimento escandaloso nos níveis globais de concentração de renda, têm se multiplicado os debates em relação as propostas para a taxação de grandes fortunas como forma de distribuição das riquezas.

O debate proposto pelo CEJESC, entretanto, não está direcionado a mudança na estrutura tributária – isso é, na discussão de quem deve pagar imposto – mas na redução do volume total a ser arrecado pelo Estado, o que implica no enxugamento de seus gastos. Ainda assim, a discussão não toca em questões relativas ao pagamento de juros referentes às dívidas públicas, que consomem mais de 40% do orçamento da união, beneficiam principalmente as instituições financeiras e são objeto de questionamentos por parte de organizações civis que demandam uma auditoria cidadã da dívida¹⁴. Seguindo uma perspectiva neoliberal, o discurso do Movimento Brasil Eficiente, que organiza e elabora a discussão que hoje é replicada pelas campanhas promovidas pelo CEJESC, é voltado a simplificação dos impostos e a redução de gastos gerais do Estado. Como citado anteriormente, ocultando a sua perspectiva de manutenção dos ganhos da parte mais abastarda da sociedade, isso é, seu posicionamento classista, o MBE e o CEJESC apelam para uma retórica ideológica que apresenta, propositalmente de forma superficial, suas propostas como se fossem de interesse universal. Um breve olhar sob o material produzido pela campanha, entretanto, indica que as propostas, que recorrem ao jargão neoliberal da “eficiência” do Estado, apontam para a perspectiva de privatização e corte de gastos públicos.

¹⁴ Consultar página do movimento Auditoria Cidadã da Dívida. Disponível em: <<http://www.auditoriacidadada.org.br/>>. Acesso em: ago. 2014.

Em um cartaz produzido pelo MBE e divulgado pelo CEJESC, por exemplo, afirmava-se que com o montante de impostos recolhidos no primeiro trimestre de 2014, seria possível pagar planos de saúde privados para muitas famílias¹⁵. O discurso reproduzido no material da campanha segue uma lógica de privatização: indica-se suspender recursos de serviços essenciais tachados de “ineficientes”, como o Sistema Único de Saúde (SUS), e deixar que fiquem nas mãos de empresas privadas. Ainda que apresente seus limites, o SUS é uma conquista popular que garante o acesso da população trabalhadora a saúde e muitas vezes enfatiza-se suas debilidades como forma de estimular a migração do atendimento para as corporações privadas¹⁶.

Em geral, o conjunto de posicionamentos exteriorizados pelos sujeitos do CEJESC apontam para uma visão política e econômica que segue os princípios liberais e as práticas do neoliberalismo, em plena harmonia com as formas flexíveis de acumulação. Entretanto, quando questionados sobre a sua identidade política, 28% declararam não possuir nenhum interesse na política, ao passo que os que se identificavam como liberais, conservadores e de centro-direita somaram aproximadamente 20% cada um. Em relação aos partidos políticos, 77% declararam que não eram filiados nem resguardavam alguma simpatia por nenhum partido. Curiosamente, em um dos questionários o autor declarou que era filiado ao PMDB (partido com maior número de filiados no CEJESC) e afirmou que “nessa resposta muita gente vai ocultar, mas tem filiação”, mesmo o questionário sendo anônimo. De fato, ainda que a porcentagem de indivíduos declarados filiados seja pequeno (menos de 10%) é bastante recorrente a presença de ex-

¹⁵ Ver material no Anexo IV.

¹⁶ Uma pesquisa feita recentemente pelo Ipea mostrou que a avaliação negativa dos serviços prestados pelo SUS foi muito maior entre a população que não é usuária direta do sistema. Existe uma verdadeira batalha entre os grandes meios de comunicação e os órgãos do governo em torno da imagem passada sobre o funcionamento do SUS. Não que o SUS não apresente inúmeras debilidades, mas ao nunca dar foco aos bons serviços de atendimento básico, por exemplo, aponta-se para as necessidades de privatização. Ver matéria da revista *Radis* sobre os resultados da pesquisa do Ipea, disponível em: <<http://www6.ensp.fiocruz.br/radis/revista-radis/104/reportagens/o-sus-que-nao-se-ve>>. Acesso em: set. 2014.

-presidentes e outras figuras de referência do CEJESC em partidos políticos. Doneri Caramori Júnior, um dos fundadores do CEJESC e ex-presidente do CONAJE, por exemplo, ocupa cargos de direção no partido Democratas, assim como o ex-presidente (e membro do Conselho Superior) do CEJESC Amândio João da Silva Júnior. Márcia Alberton, que preside o Conselho Superior do CEJESC, foi candidata a vereadora pelo PSDB.

A CONAJE, representação nacional do CEJESC, faz parte das seletas organizações que compõem a Câmara de Instituições do *Instituto Millenium*, um *think tank* brasileiro que se define como promotor de “valores e princípios que garantem uma sociedade livre, como liberdade individual, direito de propriedade, economia de mercado, democracia representativa, Estado de Direito e limites institucionais à ação do governo”¹⁷. Entre os curadores e mantenedores do instituto, estão alguns proprietários de grandes grupos econômicos (como Pedro Henrique Mariani, do Grupo Mariani e Jorge Gerdau Johannpeter, do Grupo Gerdau). intelectuais responsáveis pela implementação de políticas neoliberais no Brasil (a exemplo de Armínio Fraga, ex-presidente do Banco Central do Brasil de 1999 a 2002) e também alguns donos dos grandes monopólios midiáticos do país (tais como João Roberto Marinho, da Globo e Nelson Sirotsky, da RBS). Também fazem parte do Millenium Rodrigo Constantino, conhecido pela sua coluna extremamente conservadora e agressiva na Revista Veja, e Fernando Dolabela, referência brasileira da discussão sobre empreendedorismo na Administração. Fundado no início dos anos 2000, o instituto segue o modelo dos *think tanks* norte-americanos:

Em teoria apenas centros de “inteligência”, os modelos de *think tanks* começaram na Segunda Guerra como centros estratégicos de decisão militar, com o tempo, já civis (em parte, ao menos), tornaram-se preciosa fonte de poder para políticas conservadoras nos Estados Unidos, sob Ronald Reagan os *think tanks* conservadores assumiram o protagonismo. Tratados tecnicamente como locais

¹⁷ Ver página de apresentação do Instituto. Disponível em: <<http://www.imil.org.br/institucional/quem-somos/>>. Acesso em: set. 2014.

de concentração de “grandes mentes” para “qualificar” o debate público, os *think tanks* transformaram-se em clubes de lobistas, unindo políticos conservadores, intelectuais e grandes empresários que, pela grande disponibilidade de espaço público midiático, reforçado pela legitimidade de um suposto “mérito” que acompanha os representantes das grandes fortunas, reforçam os argumentos que interessam os grandes grupos econômicos, como a indústria militar e petroleira, lançando as bases para a aceitação das ações do governo (Saney, 2010, p. 110).

Reunindo empresários de alto poder econômico, intelectuais liberais, controladores de grandes meios de comunicação e seus jornalistas mais conservadores, o Instituto Millenium têm fornecido subsídio para debates públicos. Em abril de 2009 realizou a conferência intitulada “O Totalitarismo Bolivariano contra o Estado Democrático de Direito Latino-Americano” com o objetivo de combater “o avanço do comunismo” nos governos da Venezuela, Bolívia e Equador, sinalizando o apoio que viria ao golpe contra Manuel Zelaya em Honduras meses depois. Não é atoa que em uma matéria relatando um evento organizado pela instituição, o jornalista Leandro Fortes comparou a atuação do Millenium com o Instituto de Pesquisas e Estudos Sociais (Ipes), um dos estimuladores do golpe civil-militar de 1964¹⁸. Em nome da liberdade restrita a alguns grupos, o Instituto Millenium abriga os jornalistas que produzem discursos grosseiros de criminalização dos movimentos sociais e contra o avanço de quaisquer políticas de inclusão social, como as cotas nas universidades ou os programas de transferência de renda.

As palestras promovidas pelo Instituto Millenium são parte da programação da Semana Global do Empreendedorismo e a presença do instituto é certa nos eventos públicos organizados pelo CONAJE e voltados aos membros de suas filiais regionais, como o CEJESC. Faz parte do corpo de especialistas do instituto Eduardo Machado, que é também presidente do Conselho Consultivo do CONAJE. Há sempre

¹⁸ Ver matéria “Saudades de 1964”, publicada em 02/01/2013, disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/politica/saudades-de-1964-2>>. Acesso em ago. 2013.

nos eventos do CONAJE um espaço reservado para que membros do Millenium apresentem seus painéis, divulgando sua perspectiva de ódio contra movimentos de esquerda e conquistas que beneficiam as classes trabalhadoras, sempre em nome da liberdade e do estado de direito. Durante o 18º Congresso Nacional de Jovens Empreendedores, a diretora executiva do Instituto Millenium foi homenageada pela contribuição do instituto com uma medalha de “amiga do CONAJE”¹⁹. As amizades e alianças entre o CONAJE e o *think tank* indicam claramente a posição que o CEJESC ocupa dentro do campo da luta de classes, convergindo com o posicionamento geral que vimos nas falas dos indivíduos que fazem parte da organização.

¹⁹ A homenagem foi feita no final de 2012 e a nota está disponível em: <<http://www.imil.org.br/blog/ptdiretoraexecutiva-instituto-millenium-receber-medalha-amigo-conaje/>>. Acesso em: set. 2014.

CONSIDERAÇÕES FINAIS: O INTEIRAMENTE OUTRO

There's class warfare, all right, but it's my class, the rich class, that's making war, and we're winning.

WARREN BUFFETT,
empresário e filantropo.

Os novos desempregados descobriram que o desemprego não era o efeito de um acidente, mas apenas seu destino. Bruscamente, as massas jovens negaram o sistema que lhes negava a vida.

JEAN-PAUL SARTRE,
em *Huracán sobre el Azúcar*.

Seria o empreendedorismo um discurso especialmente voltado à juventude? A que perspectiva de sociedade ele aponta? Como se daria o acesso a ele? Quais são suas consequências políticas mais imediatas? Essas são algumas das questões fundamentais que orientaram toda a pesquisa e nos guiaram na escrita desta dissertação. Após revisar o conceito de empreendedorismo, ter alocado seu significado no contexto contemporâneo e investigado diretamente o universo de sujeitos que se identificam e são identificados como *jovens empreendedores*, chegamos a algumas constatações incipientes que foram expostas no decorrer de cada capítulo. É claro que não são respostas definitivas, que pretendem esgotar o tema ou o objeto, mas sim propostas para colaborar com uma reflexão crítica sobre ele.

O discurso de estímulo ao empreendedorismo sustenta-se em uma compreensão liberal sobre a sociedade e funda-se no mito da meritocracia e do empresário como verdadeiro produtor da riqueza, legitimando sua apropriação sobre ela. Ele opera de forma ideológica

na medida em que busca ocultar as relações estruturais de exploração, fornecendo respostas imediatas e superficiais às demandas legítimas de busca pela autonomia e fuga das situações reais de pauperização. O discurso empreendedor é eminentemente ideológico porque se apresenta como universal, manifestando interesses particulares como se fossem demandas coletivas. Ao valorizar a força psicológica individual, desvia a atenção das reflexões críticas, fumiga a organização coletiva e faz com que as verdadeiras rupturas, perigosas para as classes dominantes, sumam do horizonte imaginário. A ideologia empreendedorista volta seus olhares mais atenciosos às juventudes, vulnerabilizadas em sua missão de ingressar no mercado de trabalho e especialmente motivadas frente ao seu contato original com um mundo social construído pelos adultos. É às juventudes que se dirigem suas maiores promessas de libertação. Falar sobre a mudança é uma regra, é preciso sempre revestir-se com ares de ruptura e rebeldia para encontrar uma ressonância que se potencialize. O projeto empreendedorista, entretanto, é essencialmente um programa para a adaptação das juventudes às condições contemporâneas pelas quais se manifestam as desigualdades e opressões estruturais do sistema do capital. Nesse sentido, o empreendedorismo não ressurgiu por acaso no final da década de 1990, ele é uma consequência econômica e cultural lógica de décadas de precarização das condições de trabalho.

A pressão exercida para adaptar-se ao mercado, às relações de trabalho capitalistas, às lógicas de competição e conformismo que recaem sobre o indivíduo, entretanto, não se dá da mesma forma e com a mesma intensidade para todos. Aos jovens mais pobres, filhos da classe trabalhadora, torna-se mais frustrante a missão de entregar-se às incertezas, correr riscos, trabalhar com aquilo que se ama, abrir uma nova empresa de sucesso e todos os chavões empreendedores que comentamos no decorrer do texto. Por mais audaciosos, corajosos ou persistentes que o sejam, sua probabilidade de tornar-se um “case de fracasso” é sempre maior. O que resta como caminho para o sucesso, dirá a ideologia empreendedorista, é ser um bom “colaborador”, um trabalhador disciplinado e resignado, um *intraempreendedor*; portador do *espírito de dono* mesmo sem ser efetivamente proprietário da

riqueza que produz. Em referência a um conto de terror do século 19, Giuliano Saneh (2010) chama esse processo de adaptação de “o apertar do parafuso”, ilustrando que as voltas do parafuso, os apertos, se sentem de forma diferente entre aqueles que já estão “apertados” e aos que ainda resta um espaço para respirar. Despossuídos de qualquer tipo de herança financeira ou amigos influentes, as mesmas cobranças de adaptação são feitas aos jovens trabalhadores para que mantenham uma “atitude empreendedora” frente ao mundo. Sob a aparência de um acesso democrático às oportunidades, mantêm-se as regras do mercado e as posições de privilégio.

A atuação do Conselho Estadual dos Jovens Empreendedores de Santa Catarina está orientada por esse sentido de adaptação, uma vez que a organização é um sujeito coletivo ativo na formulação, defesa e propaganda do discurso empreendedorista. Os dados mostraram que entre os indivíduos que participam do CEJESC nota-se certa heterogeneidade, os espaços de folga no apertar dos parafusos são diferentes entre eles. A entidade abriga desde os herdeiros de grandes corporações até alguns poucos empresários cujo negócio não garante muito mais que sua subsistência familiar. Entretanto, o reconhecimento da existência dessas situações diversas não anula o fato de que a atuação do conselho segue uma clara perspectiva classista em favor da manutenção de privilégios da elite empresarial catarinense, propagada por via da repetição ideológica dos mantras do empreendedorismo. O CEJESC abriga sujeitos que são interpelados por essa ideologia, mas especificamente aos que se mostram bons ideólogos, abre-se o caminho para a entrada no conclave adulto do associativismo. O sentido de juventude que orienta essas organizações é, portanto, eminentemente reacionário, porque comporta um entendimento funcionalista, onde os jovens aparecem como sujeitos em formação, em fase de preparação para ascender ao mundo adulto da FACISC. A subordinação aos órgãos adultos tolhe a independência do CEJESC e seus núcleos regionais, lhes concedendo o título de espaços de preparação, de transição para as instâncias de poder do associativismo.

A cultura empreendedora reproduzida pelo CEJESC é uma forma de materialização da propaganda antioletivista, antissocialista, por-

que direciona seus esforços para resumir todas as questões à esfera do indivíduo e da empresa. Esse discurso comporta um projeto de adaptação às lógicas do capital na medida em que busca expandir o fundamento empresarial a todas as esferas da vida, transformando tudo o que for possível em novos negócios. O empreendedorismo compreende o sujeito, o mundo e a sociedade a partir da lógica do mercado, adaptando-os a forma de mercadoria, a forma predominante neste modo de produção. Apesar de sentir-se sujeito de um projeto, protagonista de uma nova perceptiva sob o mundo, ao adaptar-se a forma mercadoria o jovem empreendedor torna-se objeto. Isso é, no ato de abrir mão das reflexões críticas, abdica também de sua autonomia e assume em sua identidade aquilo que é a substância do próprio sistema do capital. Recorre a coletânea que versa sobre a liberdade por via da retórica liberal (sujeito livre, livre autonomia, *self-made man*, livre mercado etc.) para compreender-se como sujeito, ao passo em que se torna objeto.

Essas operações de objetificação e adaptação que regem a experiência espontânea desses indivíduos com o mundo, comportam em si um processo que é, sobretudo, fetichista. Ao abdicar das reflexões críticas a cerca de si e do mundo social, ignora-se a história e as relações sociais que existem na construção dos sujeitos e da sociedade. Ao representar a si mesmos como uma espécie de indivíduo-micro-empresa, produtos de investimentos, ao colocarem a empresa como substância de sua própria subjetividade e o mercado como ontologia dos seres, os jovens empreendedores atingem a máxima do fetichismo. Transformam a si mesmos em mercadorias, destituídas das relações sociais e de suas substâncias históricas. Incorporar o *espírito do dono* é render-se a um processo fetichista em prol da manutenção da ordem, da normalidade das coisas, da continuidade do processo de expansão do capital.

O empreendedorismo é consequência direta dos processos de reestruturação produtiva para a acumulação flexível. São as contemporâneas condições materiais de vida que determinam as consciências, tão múltiplas como a própria juventude. Se é possível falar em juventudes, no plural, pode-se falar também em suas várias formas de consciência, entre as quais estão aquelas que atacam e as que se adaptam

às estruturas de exploração. Frente aos processos de aumento das desigualdades estruturais, de concentração da riqueza e de precarização das relações de trabalho, as juventudes reagem de formas distintas. Há outros jovens que carregam consigo a rebeldia contra o sistema capitalista em si, questionam radicalmente sua estrutura e as consequências imediatas trazidas pela necessidade constante de expansão do capital. Nas mesmas décadas em que vemos emergir o discurso empreendedor, testemunhamos revoltas contra o avanço do neoliberalismo na América Latina, contra a tirania do sistema financeiro global, resgatando o direito a memória dos familiares de militantes assassinados pelas ditaduras civis-militares, exigindo a desmercantilização da cidade e do direito de circular nela, contra o imperialismo de grandes corporações nos países periféricos, pela proteção dos territórios indígenas e quilombolas, por condições mais dignas de trabalho, pelo fim das opressões contra mulheres e LGBTs, pelo fim do genocídio da juventude negra, contra a privatização da educação, etc. Em muitas dessas lutas, as juventudes ocuparam um papel central de mobilização. As consciências dessas juventudes, assim como a dos jovens empreendedores, são resultados de uma mesma situação geracional vivida em conjunto. Entretanto, elas soam ser antagonistas, inteiramente e inconciliavelmente outras consciências. São as juventudes que carregam consigo outros projetos de sociedade, não se adaptam, *negam o sistema que lhes nega a vida*.

É preciso recordar, entretanto, que o discurso empreendedorista comporta em si esse movimento de expansão do capital que tem por missão mercantilizar tudo o que for possível, o que faz com que a agenda de reivindicação dessas outras juventudes apareça também como espaço para o avanço das atividades empresariais. Essa é a ideia embutida no chamado “empreendedorismo social”, que prega o entendimento de que é possível lucrar mudando o mundo, abrir novos negócios voltados às demandas políticas das maiorias oprimidas. “Afinal, por que não aspirar ao melhor dos dois mundos? Entre ganhar dinheiro e fazer a diferença escolhemos ficar com os dois” lê-se em uma peça publicitária de uma dessas “empresas ativistas”. Mais uma vez, o esforço é feito no sentido de reduzir tudo à forma mercadoria, inclusive as lutas sociais.

A inserção no mercado por via do empreendedorismo se apresenta como o outro *sendero* para apaziguar as opressões e desigualdades estruturais. Nos Estados Unidos, o discurso pró-emprededorismo volta-se hoje com especial atenção às populações negras e latinas, historicamente excluídas dos benefícios trazidos pela riqueza do país. Em Nova York, é ilustrativo o caso de um centro universitário de caráter socialista fundado nos anos 1980 – cujo nome homenageava um membro do Black Panthers e um revolucionário porto-riquenho – que foi despejado pelas autoridades do governo para dar lugar a um centro de planejamento de carreiras em grandes corporações¹. A FACISC, bem como outras associações empresariais, tem uma diretoria específica para o estímulo do empreendedorismo para mulheres. O Sebrae tem promovido constantemente o incentivo ao empreendedorismo nas favelas brasileiras. Os projetos de pedagogia empreendedora estão sendo implementados nas escolas públicas do país. O empreendedorismo não só materializa a ideologia contrária à organização coletiva e aos movimentos sociais de esquerda, como também se coloca como um caminho alternativo que se pinta de mudança para garantir a manutenção.

Compreender o empreendedorismo juvenil, seus conceitos e aquilo que têm a dizer sobre a sociedade, é uma tarefa que pode ser cumprida tomando-se diferentes caminhos. As conclusões, certamente podem ser diferentes. Nesta pesquisa, procuramos dar ao empreendedorismo seu caráter histórico, buscando ir além de suas manifestações fenomênicas. A rota escolhida revelou que o discurso empreendedor cumpre uma função eminentemente ideológica, dando significados positivos aos processos contemporâneos de expansão do capital e legitimando os privilégios das classes dominantes. No andar desse caminho, a opção por um olhar crítico sinalizou, sobretudo, que a luta de classes permanece de pé. Não basta fingir que ela não existe para superá-la. Tampouco é preciso recorrer a grandes abstrações metafísicas para provar sua existência. Um esforço de crítica e de reflexão histórica é mais do que suficiente.

¹ Ver matéria sobre o caso do Morales/Shakur Community Center. Disponível em: <<http://amsterdamnews.com/news/2013/oct/31/vmoralesshakur-community-center-replaced-corporate/>>. Acesso em: set. 2014.

REFERÊNCIAS

ADRIANZÉN, Carlos Alberto. El Mesías de las élites. **Revista Poder** – Especial “El Misterio De Soto”. Disponível em: <<https://revistapoder.lamula.pe/2014/07/31/el-mesias-de-las-elites/poder/>>. Acesso em: ago. 2014

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.

ALI, Tariq; ZIZEK, Slavoj; HARVEY, David et al. **Occupy**: movimentos de protestos que ocuparam as ruas. São Paulo: Boitempo, 2012.

ALVES, Maria Aparecida; TAVARES, Maria Augusta. A dupla face da informalidade no trabalho: “autonomia” ou precarização. In: ANTUNES, Ricardo (Org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006. p. 425-446.

ANTUNES, Ricardo. A era da informatização e a época da informalização: riqueza e miséria do trabalho no Brasil. In: ANTUNES, Ricardo (Org.). **Riqueza e miséria do trabalho no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2006. p. 15- 27.

_____. **A desertificação neoliberal no Brasil**: Collor, FHC e Lula. 2. ed. Campinas: Autores Associados, 2005.

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p. 189- 217.

BIANCHI, Álvaro. Empresários e ação coletiva: notas para um enfoque relacional do associativismo. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, n. 28, p. 117-129, jun. 2007.

BOTTOMORE, Tom (Ed.). **Dicionário do pensamento marxista**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BOURDIEU, Pierre. A juventude é apenas uma palavra.

In: _____. **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 112-121.

BRAGA, Ruy. **A política do precariado: do populismo à hegemonia lulista**. São Paulo: Boitempo, 2012.

BRANDA, Domingos Crosseti. **O pai fundador da economia moderna: Richard Cantillon**. Portal do Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2011. Disponível em: <<http://www.mises.org.br/Article.aspx?id=938>>. Acesso em: fev 2014.

CAMPOS, Anderson. **Juventude e ação sindical: crítica ao trabalho indecente**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2010.

CARVALHO, Alexsandro P. de; PALMA, Vanessa Cristina L. C. F. da. O destino dos recursos administrados pelo Sistema “S”. **Âmbito Jurídico**, Rio Grande, v. XV, n. 99, abr. 2012. Disponível em: <http://www.ambitojuridico.com.br/site/n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=11669&revista_caderno=4>. Acesso em: abr. 2014.

CASTRO, Jorge Abrahão de; AQUINO, Luseni. **Juventude e políticas sociais no Brasil**. Brasília: Ipea, 2008.

CASTRO, Bárbara. **As armadilhas do “faça o que você ama”**. Entrevista concedida ao *blog* Contente.vc em fev. 2014. Disponível em: <<http://contente.vc/blog/a-armadilha-do-faca-o-que-voce-ama/>>. Acesso em: fev. 2014.

CHAUÍ, Marilena. **O que é ideologia**. São Paulo: Brasiliense, 1981.

CHIODINI, João; AVILA, Renato Vieira de. **O que eu faria? Histórias inspiradoras para novos e jovens empreendedores**. Jaraguá do Sul: CEJESC/Design Editora, 2013.

COAN, Marival. **Educação para o empreendedorismo: implicações epistemológicas, políticas e práticas**. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2011.

COSTA, Alessandra Mello da.; BARROS, Denise F.; CARVALHO, José L. F. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 15, n. 2. p. 178-197, 2011.

COSTA, Alessandra de Sá Mello da. **Convergências, divergências e silêncios**: o discurso contemporâneo sobre o empreendedorismo nas empresas juniores e na mídia de negócios. Tese (Doutorado) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2010.

COSTA, Sylvio de Sousa G. Governamentalidade neoliberal, teoria do capital humano e empreendedorismo. **Revista Educação e Realidade**, Porto Alegre, n. 34, v. 2, p. 171-186, 2009.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa**: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios. Como nasce o empreendedor e se cria uma empresa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DAVIES, Frank Andrews. Identidades de sucesso: breve reflexão sobre os empresários negros brasileiros. **Plural**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 75-94, 2009.

DRUKER, Peter. **A profissão de administrador**. São Paulo: Pioneira, 1998.

_____. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship)**: prática e princípios. São Paulo: Pioneira Thompson, 2003.

_____. **Sociedade pós-capitalista**. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

EAGLETON, Terry. **Ideologia: uma introdução**. São Paulo: Unesp/Boitempo, 1997.

FACISC – Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina. **Estatuto da FACISC** (com alterações aprovadas na Reunião do Conselho Diretor de 19/04/2013). 1º Ofício de registro civil, título, documentos e pessoas jurídicas de Florianópolis, 2013.

FERES Jr, João. **A história do conceito de *Latin America* nos Estados Unidos**. Bauru: Edusc, 2004.

FOUCAULT, Michel. **Nascimento da biopolítica**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

GONZÁLEZ, Carlos Ramos. El “otro” sendero: los presupuestos teóricos de Hernando De Soto. **Realidad**, El Salvador, n. 19, p. 227-254, jan./abr. 1991. Disponível em: <<http://www.uca.edu.sv/revistarealidad/?pag=revista&idrevista=109>>. Acesso em: ago. 2014.

GOULARTI FILHO, Alcides. **Padrões de crescimento e diferenciação econômica em Santa Catarina**. 2001. 401 f. Tese (Doutorado) – Curso de Ciências Econômicas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2001.

GROPPO, Antônio. Condição juvenil e modelos contemporâneos de análise sociológica das juventudes. In: GROPPPO, Antônio; SOUSA, Janice T. P. (Org.). **Dilemas e contestações das juventudes no Brasil e no mundo**. Florianópolis: Editoria Em Debate, 2011.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

_____. **O neoliberalismo: história e implicações**. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2008.

_____. **O enigma do capital e as crises do capitalismo**. São Paulo: Boitempo, 2011.

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. **Mercado de trabalho: conjuntura e análise – informe 55**. Ministério do Trabalho e Emprego, ano 18, agosto de 2013. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=19649&Itemid=9>. Acesso em: jul. 2014.

JAMESON, Fredric. O pós-modernismo e o mercado. In: ZIZEK, Slavoj (Org.) **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro, Contraponto, 1996. p. 279-296.

_____. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio.** São Paulo: Ática, 1996.

JOBS, Steve. **É preciso encontrar o que você ama:** discurso aos formandos de Stanford, 2005. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/internet/leia-o-discurso-de-jobs-aos-formandos-de-%20stanford,bc38d882519ea310VgnCLD200000bbccceb0aRCRD.html>>. Acesso em: maio 2014.

JOVCHELOVICH, Sandra; BAUER, Martin W. Entrevista narrativa. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** 7. ed. Pretópolis: Vozes, 2008. p. 90-113.

KLEIN, Naomi. **Doutrina do choque:** a ascensão do capitalismo de desastre. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

LANDER, Edgardo. Ciências sociais: saberes coloniais e eurocêtricos. In: LANDER, Edgardo (Org.). **A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais.** Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – CLACSO, 2005. p. 21-53.

LIBERATO, Leo Vinicius Maia. **Expressões contemporâneas de rebeldia:** poder e fazer da juventude autonomista. Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.

LIRA, Rodrigo. O discurso empreendedor. In: **Perspectivas Online,** Campos dos Goytacazes, v. 1, n. 2, p. 45-61, 2007.

LÓPEZ-RUIZ, Osvaldo Javier. **Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo:** Capital humano e empreendedorismo como valores sociais. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007.

MALLET, Jean-Baptiste. Amazon, do outro lado do computador. **Le Monde Diplomatique,** nov. 2013. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1529>>. Acesso em: maio 2014.

MANNHEIM, Karl. Funções das gerações novas. In: FORACCHI,

M. M. (Org.). **Mannheim**. São Paulo: Ática, 1982. p. 65-95. Coleção Grandes Cientistas Sociais.

MARCARINI, Adenir. **O empreendedorismo no cursos de administração de Santa Catarina**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2003.

MARGULIS, Mario; URRESTI, Marcelo. **La juventud es más que una palabra**. Buenos Aires: Edit. Biblos, 2000.

MARICATO, Ermínia. É a questão urbana, estúpido! In: ROLNIK, Raquel et al. **Cidades rebeldes: Passe Livre e as manifestações que tomaram as ruas do Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2013. p. 19-26.

MARX, Karl. **O capital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011. Livro 1, v. 1.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **O manifesto comunista**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1998.

_____. **A ideologia alemã: crítica da mais recente filosofia alemã em seus representantes Feuerbach, B. Bauer e Stirner, e do socialismo alemão em seus diferentes profetas**. São Paulo: Boitempo, 2007.

MCCLELLAND, David. **A sociedade competitiva: realização e progresso social**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MELO, Natália Maximo. **Sebrae e empreendedorismo: origens e desenvolvimento**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2008.

MELO, Natália Máximo; LEITE, Elaine. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **Revista de Sociologia Política**, Curitiba, v. 16, n. 31, p. 35-47, 2008.

MÉSZÁROS, István. **O poder da ideologia**. São Paulo: Boitempo, 2004.

OIT – Organização Internacional do Trabalho. **Trabajo decente y juventud em América Latina: políticas para la acción**. Lima:

Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2013. Disponível em: <http://www.oitbrasil.org.br/sites/default/files/topic/gender/doc/jovensintegrarpdf_1126.pdf>. Acesso em: jul. 2014.

OXFAM INTERNACIONAL. **Gobernar para las élites: Secuestro democrático y desigualdad económica**. Oxford: Oxfam Gb, 2014.

PAULA, Ana Paula Paes de. Tragtenberg revisitado: as inexoráveis harmonias administrativas e a burocracia flexível. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 36, n. 1, p. 127-144, 2002. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/viewArticle/6431>>. Acesso em: 14 maio 2014.

PEREA, Eva A. et al. **Metodología de la ciencia política**. 2. ed. Madri: Centro de Investigaciones Sociológicas, 2009.

PERONDI, Eduardo. **A institucionalização da flexibilidade: o plano real e as políticas de trabalho no Brasil**. 2014. 129 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

POCHMANN, Márcio. **Nova classe média? O trabalho na pirâmide social brasileira**. São Paulo: Boitempo, 2012.

_____. Emprego e desemprego juvenil no Brasil: as transformações nos anos 90. In: OIT. **Desemprego juvenil no Brasil: em busca de opções à luz de algumas experiências internacionais**. 2. ed. Brasília: OIT, 2001. p. 27-40.

SANEH, Giuliano. **Competição, irreflexão e conformismo: crítica à cultura da adaptação**. Tese (Doutorado em Sociologia Política) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

SANTIAGO, Eduardo Gerião. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Schumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. **Revista de Ciências Sociais**, Fortaleza, v. 40, n. 2, p. 87-103, 2009.

SANTOS, Laymert Garcia. Apresentação. In: LÓPEZ-RUIZ, Osvaldo Javier. **Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo:**

capital humano e empreendedorismo como valores sociais. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007. p. 11-21.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 19. ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

SARAIVA, Luiz Alex Silva. O túnel no fim da luz: a educação superior em Administração no Brasil e a questão da emancipação. **Anais do XXXI Encontro da ANPAD**. Rio de Janeiro, 2007.

SAY, Jean-Baptiste. **Tratado da economia política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Coleção Os Economistas.

SCHUMPETER, Joseph. **Capitalismo, socialismo e democracia**. Rio de Janeiro: Zahar, 1984.

_____. **A teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

SEBRAE. **PRONATEC Empreendedor: Caderno de Apresentação**. Brasília: Sebrae, 2013.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SHULTZ, Theodore W. **O valor econômico da educação**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

_____. **O capital humano: investimentos em educação e em pesquisa**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

SOTO, Hernando de. **Economia subterrânea: uma análise da realidade peruana**. Rio de Janeiro: Globo, 1987.

SOUSA, Fernando Ponte de. O Estado e a educação na perspectiva da classe trabalhadora. **Perspectiva**, Florianópolis, v. 31, n. 1, p. 29-44, jan./abr. 2013.

SOUSA, Janice Tirelli Ponte de. Os jovens, as políticas sociais e a

formação educativa. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, n. 26, p. 51-79, out. 1999.

_____. (Coord.) **A experiência contemporânea da política entre jovens no sul do Brasil**. Concurso de Projetos de Pesquisa Clacso – ASDIS 2013 para pesquisadores da América Latina e Caribe. Clacso, 2014.

TAPINOS, Georges. Apresentação. In: SAY, Jean-Baptiste. **Tratado da economia política**. São Paulo: Abril Cultural, 1983. p. 5-32.

TAVARES, Maria Augusta. O empreendedorismo e a corrosão das leis trabalhistas. **II Jornadas de Políticas Públicas**. São Luís (MA), 2007. Disponível em: <<http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIII/html/Trabalhos/EixoTematicoB/2bec92d7a5dba246a8e9MARIA%20AUGUSTA%20TAVARES.pdf>>. Acesso em: jun. 2014.

TOKUMISTSU, Miya. In the Name of Love – Elites embrace the DWYL mantra. But it devalues work and hurt workers. **Portal Slates**, 2014. Disponível em: <http://www.slate.com/articles/technology/technology/2014/01/do_what_you_love_love_what_you_do_an_omnipresent_mantra_that_s_bad_for_work.html>. Acesso em: fev. 2014.

TRAGTENBERG, Maurício. **Administração, poder e ideologia**. São Paulo: Moraes, 1980.

WEBER, Max. **Ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.

WELLER, Wivian. A atualidade do conceito de gerações de Karl Mannheim. **Sociedade e Estado**, v. 25, n. 2, p. 205 -224, maio/ago. 2010.

WOLFART, Graziela. “Novos Princípios de Economia Política”, de Jean-Charles-Léonard Simonde de Sismondi. **Revista Instituto Humanitas Unisinos**, n. 331, ano X, 2010. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3253&secao=331>. Acesso em: fev. 2014.

ZIZEK, Slavoj. O espectro da ideologia. In: ZIZEK, Slavoj (Org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro, Contraponto, 1996.

VÍDEOS/FILMOGRAFIA

A corporação. Direção: Jannifer Abbott e Mark Achbar. Roteiro: Joel Bakan e Harold Crooks. Canadá: Mark Achbar e Bart Simpson, 2004. (145 min.)

All Work and All Play: você está fazendo o que ama neste momento?. Realização de Box1824. São Paulo, 2011. P&B. Disponível em: <<http://vimeo.com/44130258>>. Acesso em: 20 jun. 2014.

Anos incríveis. Episódio 13, temporada 4 – Quem é a tia Rose? Direção: Carol Black e Neal Marlens. Estados Unidos, 1991 (23 min.)

Café Filosófico: os novos e os velhos pecados. Com Leandro Karnal. Instituto CPFL, TV Cultura. Brasil, 2012 (47 min.). Disponível em: <<http://www.cpfcultura.com.br/wp/2012/09/21/os-velhos-e-os-novos-pecados-leandro-karnal/>>. Acesso em: jul. 2014.

Ciclo de Debates sobre Democracia Econômica: O país dos impostos injustos: a urgência da Reforma Tributária. Com Evilásio Salvador, Jorge Mattoso e Paulo Gil. Promovido pela Fundação Perseu Abramo (FPA) em parceria com a campanha Taxas sobre Transações Financeiras (TTF-Brasil), 2014 (126 min.). Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=Q5CaO7WZa6E>>. Acesso em: set. 2014.

Guia pervertido da ideologia. Direção: Sophie Fiennes. Apresentação: Slavoj Žižek. Inglaterra/Áustria/Holanda: Blinder Films e Film4, 2006. (150 min.)

Eles vivem. Direção: John Carpenter. Estados Unidos: Universal Pictures, 1988. (93 min.)

Encontro com Milton Santos ou o mundo global visto do lado de cá. Direção: Sílvio Tendler. Brasil 2007 (89 min.)

Trabalho interno. Direção: Charles Ferguson. Roteiro: Adam Bolt, Chad Beck. Estados Unidos: Audrey Marrs, Charles Ferguson, 2010 (109 min.)

SITES

Sebrae – <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>

Endeavor Brasil – <http://www.endeavor.org.br/>

Cejesc – <http://www.cejesc.org.br/>

Página do Cejesc no Facebook – <https://www.facebook.com/cejesc>

Conaje – <http://www.conaje.com.br/>

Feirão do Imposto – <http://www.feiraodoimposto.com.br/>

Página do Conaje na rede Facebook –
<https://www.facebook.com/Conaje?fref=ts>

Semana Global do Empreendedorismo – <http://semanaglobal.org.br>

FACISC – <http://www.facisc.org.br/>

Movimento Brasil Eficiente – <http://www.brasileficiente.org.br/>

Associação Brasileira de Administração – <http://www.admbrasileira.com.br/>

Movimento contra as EJs no CFH – <http://contraasejsnocfh.wordpress.com/>

LISTA DE GRÁFICOS, QUADROS E MAPAS

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Brasil: evolução dos empregos formais segundo nível de renda médio dos ocupados e por tamanho de estabelecimento (em salário mínimo real).....	92
Gráfico 2 – Curva de Gatsby	110
Gráfico 3 – Ocupação dos jovens brasileiros entre 15 e 29 anos	148
Gráfico 4 – Composição étnica do CEJESC.....	151
Gráfico 5 – Idade e sexo dos participantes do CEJESC	153
Gráfico 6 – Tempo de participação no CEJESC, em anos	156
Gráfico 7 – Principais motivos que levaram à participação no CEJESC.....	157
Gráfico 8 – Renda familiar absoluta dos membros do CEJESC em salários mínimos.....	158
Gráfico 9 – Renda individual mensal dos membros do CEJESC comparada à renda individual mensal dos moradores ocupados de SC acima de 18 anos, em salários mínimos	159
Gráfico 10 – Situação dos membros da CEJESC que atuam em empresas	160
Gráfico 11 – Porte das empresas ligadas ao CEJESC segundo faixas definidas pelo BNDES	162

Gráfico 12 – Se a empresa é da família ou não.....	162
Gráfico 13 – Área específica de formação entre os que estão inseridos na grande área das Ciências Humanas Aplicadas.....	165
Gráfico 14 – Representação da autoimagem dos sujeitos do CEJESC.....	172
Gráfico 15 – Maiores dificuldades apontadas pelos jovens empreendedores do CEJESC	180
Gráfico 16 – Motivos principais pelos quais escolheu ser um empreendedor	191
Gráfico 17 – Opinião sobre as principais causas da pobreza	209
Gráfico 18 – Opinião sobre questões recorrentes nos debates políticos atuais – parte I	214
Gráfico 18 – Opinião sobre questões recorrentes nos debates políticos atuais – parte II.....	215

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – A influência de McClelland no Empretec.....	50
Quadro 2 – Estrutura organizativa associativista a partir do exemplo de Florianópolis.....	127

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 – Concentração de núcleos filiados a CEJESC por mesorregião	122
--	-----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACIF – Associação Comercial e Industrial de Florianópolis
ACIJ – Associação Comercial e Industrial de Joinville
ADM – Administração
AGO – Assembleias Gerais Ordinárias
AJET – Associação de Jovens Empreendedores de Tubarão
Brasil Júnior – Confederação Brasileira de Empresas Juniores
BOPE – Batalhão de Operações Especiais
CACB – Confederação das Associações Comerciais e Empresariais do Brasil
Capes – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
Cebrae – Centro Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
CEJESC – Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina
CNI – Confederação Nacional da Indústria
CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico
CONAJE – Confederação Nacional de Jovens Empresário
Convention Bureau – Convention & visitors bureau
DEM – Democratas (partido político)
DWYL – Do what you love (Faça o que você ama)
Endeovar – Instituto Empreender Endeavor
EJ - Empresa Júnior
EUA – Estados Unidos da América
FACISC – Federação das Associações Empresariais de Santa Catarina
Febraban – Federação Brasileira de Bancos
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IFSC – Instituto Federal de Santa Catarina
Ipea – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

LGBTs – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transsexuais, Travestis e Transgêneros
MSI – Management Systems International
NEJUC – Núcleo de Estudos da Juventude Contemporânea
NJE-ACIR – Núcleo de Jovens Empreendedores da Associação Empresarial de Rio do Sul
N Realização – Fator de necessidade de realização
OIT – Organização Internacional do Trabalho
ONG – Organização Não-Governamental
ONU – Organização das Nações Unidas
Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
Senac – Serviço Nacional de Aprendizagem do Comércio
Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Sesc – Serviço Social do Comércio
SC – Santa Catarina
SDS – Secretaria de Desenvolvimento Sustentável
SNA – Sociedade Nacional de Agricultura
SUS – Sistema Único de Saúde
PAC – Programa de Aceleração do Crescimento
PDT – Partido Democrático Trabalhista
PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PMN – Partido da Mobilização Nacional
PP – Partido Progressista
PSB – Partido Socialista Brasileiro
PSD – Partido Social Democrático
PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira
PT – Partido dos Trabalhadores
UCC – Universidade Corporativa do CEJESC
UDESC – Universidade Estadual de Santa Catarina
UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina
UNCTAD – United Nations Conference on Trade and Development
Unicongress – Congresso Universitário de Empreendedorismo

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO APLICADO

O seguinte questionário é parte de uma pesquisa que tem por objetivo investigar o perfil e a atuação dos jovens empreendedores ligados ao CEJESC. A pesquisa se desenvolve no âmbito do Departamento de Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, mas seus resultados serão também disponibilizados para o uso do CEJESC. O questionário é anônimo, garantindo a preservação de sua identidade. Obrigada pela colaboração!

PARTE I – Dados gerais

1. Qual sua idade?

2. Qual seu Sexo?

- ☐ Masculino
- ☐ Feminino
- ☐ Outro:

3. Você se considera:

- ☐ Branco
- ☐ Negro
- ☐ Pardo
- ☐ Indígena
- ☐ Amarelo
- ☐ Outro:

4. Cidade/estado de origem:

5. Cidade/estado onde reside atualmente:

PARTE II – Dados socioeconômicos

6. Você trabalha recebendo remuneração?

- ☐ Sim
- ☐ Não

7. Se trabalha, qual a sua inserção profissional?

- ☐ Empregado formal
- ☐ Trabalho regular sem contrato formal
- ☐ Trabalho irregular, ocasional ou provisório
- ☐ Autônomo
- ☐ Sou proprietário de uma empresa
- ☐ Bolsista ou estagiário
- ☐ Outro:

8. Se trabalha, onde trabalha?

- ☐ Em uma empresa
- ☐ Em um negócio da família
- ☐ Em um órgão governamental
- ☐ Em uma organização não governamental
- ☐ Outro:

9. Se não trabalha, qual a origem da sua renda?

- ☐ Mesada dos pais
- ☐ Partilha da renda do/a companheiro/a
- ☐ Ajuda de outros parentes
- ☐ Outros:

10. Qual é, em média, sua renda individual mensal? (Obs: considerar um Salário Mínimo = R\$ 724,00)

- ☐ De 1 a 2 SM
- ☐ De 2 a 3 SM
- ☐ De 3 a 4 SM
- ☐ De 4 a 5 SM
- ☐ De 5 a 6 SM
- ☐ De 6 a 7 SM
- ☐ De 7 a 8 SM
- ☐ De 8 a 9 SM
- ☐ De 9 a 10 SM
- ☐ De 10 a 11 SM
- ☐ De 11 a 12 SM
- ☐ De 12 a 13 SM
- ☐ De 13 a 14 SM
- ☐ Acima de 14 SM

11. Qual é, em média, sua renda familiar mensal? (Obs: considerar um Salário Mínimo = R\$ 724,00)

- ☐ De 1 a 3 SM
- ☐ De 3 a 5 SM
- ☐ De 5 a 7 SM
- ☐ De 7 a 9 SM
- ☐ De 9 a 11 SM
- ☐ De 11 a 13 SM
- ☐ De 13 a 15 SM
- ☐ Acima de 15 SM
- ☐ Não sei

12. Como você mora?

- ☐ Sozinho
- ☐ Com os pais ou um dos pais
- ☐ Com algum parente
- ☐ Com amigos
- ☐ Com o cônjuge
- ☐ Em uma república
- ☐ Moradia estudantil/alojamento

13. Qual seu principal meio de transporte?

- ☐ Carro
- ☐ Ônibus
- ☐ Bicicleta
- ☐ Carona
- ☐ A pé

14. Marque os 5 itens que mais consomem sua renda:

- ☐ Custeio geral de sua subsistência (moradia, saúde, etc)
- ☐ Educação (faculdade, cursos profissionalizantes, etc.)
- ☐ Viagens
- ☐ Compra de livros, revistas, etc.
- ☐ Lazer (festas, shows, cinema, etc.)
- ☐ Transporte
- ☐ Custeio de suportes profissionais de psicologia, psicanálise, etc.
- ☐ Vestuários, calçados, acessório e perfumaria em geral.
- ☐ Cigarros, bebidas e/ou outras drogas.
- ☐ Aplicações financeiras

- ☐ Aquisição de bens patrimoniais
- ☐ Pagamento de dívidas
- ☐ Esportes e academia
- ☐ Pequenos gastos corriqueiros do dia a dia
- ☐ Itens diversos que você reconhece como supérfluos

PARTE III – Dados relativos à formação

15. Sua escolaridade:

Básica Secundária Universitária Especialista Mestrado Doutorado

Escola Pública: () () () () () () ()

Escola Particular: () () () () () () ()

16. Se você tem educação universitária concluída ou em andamento, qual é seu curso?

17. Fora o português, que outras línguas você domina?

- ☐ Nenhuma
- ☐ Inglês
- ☐ Espanhol
- ☐ Alemão
- ☐ Italiano
- ☐ Francês
- ☐ Outra/as:

18. Você já estudou no exterior?

- ☐ Não
- ☐ Sim. Em que país?

19. Qual a escolaridade de seu pai?

- ☐ Analfabeto
- ☐ Ensino fundamental incompleto
- ☐ Ensino fundamental completo
- ☐ Ensino médio incompleto
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior incompleto
- ☐ Ensino superior completo
- ☐ Pós-graduação incompleta
- ☐ Pós-graduação completa
- ☐ Não sei

20. Qual a escolaridade de sua mãe?

- ☐ Analfabeto
- ☐ Ensino fundamental incompleto
- ☐ Ensino fundamental completo
- ☐ Ensino médio incompleto
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Ensino superior incompleto
- ☐ Ensino superior completo
- ☐ Pós-graduação incompleta
- ☐ Pós-graduação completa
- ☐ Não sei

PARTE IV – Perfil cultural e político**21. Como você se mantém informado?**

- ☐ Televisão
- ☐ Jornais
- ☐ Internet
- ☐ Redes sociais virtuais
- ☐ Revistas e periódicos semanais
- ☐ Contato com os amigos

22. Que tipo de livro você mais costuma ler?

- ☐ Ficção
- ☐ Não-ficção: política e ciências sociais
- ☐ Não-ficção: finanças, economia e administração
- ☐ Livros técnicos
- ☐ Livros de autoajuda
- ☐ Biografia de personalidades
- ☐ Não costumo ler livros
- ☐ Outros:

23. Qual sua religião?

- ☐ Católico
- ☐ Protestante ou Evangélico
- ☐ Espírita
- ☐ Umbanda ou Candomblé
- ☐ Sem religião, agnóstico ou ateu
- ☐ Outra:

24. Você já viajou para o exterior?

- ☐ Não
☐ Sim. Para quais países?

25. Você é filiado a algum partido?

- ☐ Não
☐ Sim. Qual?

26. Caso não seja filiado, tem simpatia por algum(ns) partido(s)

- ☐ Não
☐ Sim. Qual(is)?

27. Politicamente, com qual dessas definições você mais se identifica?

- ☐ Conservador
☐ Liberal
☐ Socialista
☐ Centro-direita
☐ Centro-esquerda
☐ Não me interessa por política

28. Como você se posiciona em relação a essas questões?

- Descriminalização do uso de drogas: ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Redução da maioria penal: ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Descriminalização do aborto: ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Adoção da pena de morte: ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Casamento homossexual, com direito a adoção: ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Reforma dos direitos trabalhistas: ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Programas governamentais de transferência direta de renda (ex: Bolsa Família): ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Desmilitarização da polícia: ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Privatização de empresas públicas: ☐ Contra ☐ A favor ☐ Não tenho opinião formada
- Maior intervenção do governo na economia: ☐ Contra ☐ A favor ☐

Não tenho opinião formada

- Redução da carga tributária: () Contra () A favor () Não tenho opinião formada
- Maior regulamentação de greves e outras ações sindicais: () Contra () A favor () Não tenho opinião formada

29. Sobre a pobreza, você opina que:

- () Em grande medida está ligada a falta de oportunidades iguais para todos
- () É um resultado inevitável do sistema em que vivemos
- () Em grande medida está ligada à preguiça das pessoas, que não querem trabalhar ou não se esforçam o bastante para correr atrás das oportunidade.
- () É resultado da falta de qualificação profissional dos indivíduos
- () Outro:

30. Marque aqueles que são para você os 4 maiores problemas da atualidade no Brasil:

- () Degradação ambiental () Desigualdade social e pobreza
- () Falta de incentivos para o setor privado
- () Falta de investimentos na educação
- () Má gestão dos recursos públicos
- () Corrupção
- () Alta criminalidade e falta de punição adequada
- () Precariedade dos serviços públicos
- () Falta de participação política da população
- () Excesso de cobrança de impostos nos serviços e produtos
- () Outro:

31. Na sua opinião, qual a melhor forma de mudar a sociedade? (marque quantas opções desejar)

- () Através do voto
- () Participando dos partidos políticos
- () Participando de movimentos sociais (ex: Passe Livre, MST, Movimento pela Moradia, etc)
- () Através de maiores investimentos na educação pública
- () Participando de ONGs e associações civis
- () Engajando-se nos protestos de rua
- () Criando novos negócios e oportunidades
- () Cada um deve fazer sua parte através de mudanças pessoais
- () Não acho que a sociedade precise de grandes mudanças

☐ Não acho que seja possível mudar a sociedade

☐ Outro:

32. Você participou de alguma manifestação de rua em 2013? Qual sua opinião sobre esses eventos?

PARTE V – Envolvimento com o movimento empreendedor

33. Há quanto tempo você participa do Cejesc?

☐ Menos de 1 ano

☐ Entre 1 e 2 anos

☐ Entre 2 e 3 anos

☐ Entre 3 e 4 anos

☐ Entre 4 e 5 anos

☐ Mais de 5 anos

34. Aproximadamente quantas pessoas participam do núcleo de jovens empreendedores, ligado ao CEJESC na sua cidade?

35. Quais os motivos que te levaram a participar do movimento jovem empreendedor? (assinale até 3 itens)

☐ Quero mudar a sociedade

☐ Quero conhecer novas pessoas

☐ Gosto de estar em grupo

☐ Quero expandir minhas oportunidades

☐ Quero fazer novas parcerias no mundo dos negócios

☐ Quero me tornar uma liderança juvenil em minha cidade

☐ Quero obter mais informações para meus projetos futuros

☐ Acho importante a organização coletiva dos jovens empresários para a defesa de seus interesses

☐ Quero me tornar uma liderança jovem em minha cidade

☐ Outro

36. Como a participação nos núcleos do Cejesc mudou a sua vida? (assinale até 3 itens)

☐ Me ajudou a conhecer pessoas interessantes

☐ Me auxiliou na abertura de um novo negócio

☐ Me forneceu novas oportunidades de parceria

☐ Me forneceu conhecimento profissional

☐ Me deu motivação para seguir meus projetos

☐ Me colocou em contato com pessoas importantes

☐ Não mudou muito

☐ Outro:

37. Para você, quais são hoje os principais obstáculos enfrentados por um jovem empreendedor? (assinale até 3 itens)

☐ Falta de dinheiro para começar um negócio

☐ Concorrência

☐ Falta de conhecimento técnico

☐ Excesso de impostos

☐ Problemas com as legislações trabalhistas

☐ Falta de incentivo governamental

☐ Falta de motivação pessoal

☐ Burocracia

☐ Problemas com legislações trabalhistas e previdenciárias

☐ Falta de experiência

☐ Outro:

38. Por que você escolheu ser um empreendedor? (assinale até 3 itens)

☐ Quero ter mais autonomia

☐ Não foi uma opção, foi a única alternativa que tive

☐ Dar continuidade aos negócios da família

☐ Estava desempregado

☐ Quero trabalhar com aquilo que eu mais gosto

☐ Não quero ter um chefe

☐ Acredito que essa é a melhor forma de crescer no mercado

☐ Outro:

39. Na sua opinião, o que significa ser um jovem empreendedor?

40. Na sua opinião, como o empreendedorismo pode contribuir para um mundo melhor?

PARTE VI – Dados sobre a empresa

41. Você faz parte do quadro societário da empresa em que trabalha?

☐ Sim

☐ Não

42. A empresa em que trabalha é familiar?

☐ Não

☐ Sim, sou da 1ª geração

- ☐ () Sim, sou da 2º geração
- ☐ () Sim, sou da 3º geração
- ☐ () Sim, sou da 4º geração
- ☐ () Sim, a empresa está com a família há mais de 5 gerações

43. A empresa em que trabalha utiliza alguma dessas ferramentas para elaborar seu planejamento estratégico? Quais?

- ☐ () SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats
- ☐ () Balanced Scorecard – BSC
- ☐ () MEG/MCE – Modelo de Excelência da Gestão
- ☐ () ISO
- ☐ () BMG – Business Model Generation
- ☐ () Canvas
- ☐ () outros:
- ☐ () Não é utilizado nenhuma ferramenta.

44. Atua diretamente na gestão da empresa em que trabalha?

- ☐ () Sim
- ☐ () Não

45. Quantos colaboradores há na empresa em que trabalha?

- ☐ () Trabalho sozinho.
- ☐ () 1 a 5
- ☐ () 6 a 10
- ☐ () 15 a 50
- ☐ () 50 a 100
- ☐ () Mais de 100

46. Qual o faturamento anual da empresa em que trabalha?

47. Qual o segmento da empresa em que trabalha?

- ☐ () Indústria
- ☐ () Comércio
- ☐ () Serviço

48. Utiliza algum serviço da Associação Empresarial de sua cidade? Qual?

- ☐ () UTIL Card
- ☐ () UTIL Alimentação/Refeição
- ☐ () SIGAEM
- ☐ () SERASA Empresas
- ☐ () PRINTE

- ☐ UNIODONTO
- ☐ Certificado de Origem
- ☐ XML Empresarial
- ☐ Certificado Digital
- ☐ Banco de Palestrantes
- ☐ Programa de Estágios
- ☐ Seguro de Crédito
- ☐ Benefícios Fiscais
- ☐ Obinóculo
- ☐ Sociesc
- ☐ Não utilizo nenhum desses serviços

49. Além da atual empresa, já teve algum negócio anterior?

- ☐ Não.
- ☐ Sim. Qual?

50. Se sim, qual o motivo de seu encerramento/inatividade?

51. Na sua opinião, quais aspectos influenciam para se obter o sucesso em sua empresa?

- ☐ Qualificação dos gestores
- ☐ Modelo de liderança
- ☐ Capacitação de equipe
- ☐ Inovação
- ☐ Outros:

52. Na empresa em que trabalha é instituído alguma iniciativa com intuito social e/ou de sustentabilidade?

- ☐ Não
- ☐ Sim. Qual?

APÊNDICE B – ROTEIRO PARA ENTREVISTA COM A PRESIDÊNCIA DO CEJESC

- Como surgiu o CEJESC? Com que objetivo/missão em mente se fundou esse conselho?
- Quais são hoje as principais atividades e projetos?
- Quais vocês avaliam que deram certo e quais não?
- Como é a organização interna do CEJESC (espaços deliberativos etc.)?

- Como as pessoas se aproximam?
- Quem pode fazer parte?
- O que contribuiu para que o jovem permaneça por mais ou menos tempo no CEJESC? Você acha que tem um perfil comum entre aqueles que ficam mais tempo na entidade?
- Como é a relação de vocês com o poder público? Encontram apoio?
- Como vocês financiam as atividades do CEJESC? Os apoiadores que aparecem no site de vocês (Banco do Brasil, Cliente amigo, Atré, DBTelecom) atuam como patrocinadores?
- Os cargos são remunerados?
- Como é a relação de vocês com a FACISC?
- O que define que uma pessoa atue no CEJESC e não na FACISC? É só uma questão etária?
- Existem outras organizações de jovens empreendedores com quem vocês dialogam? Há diferenças de projeto?
- Porque você acha importante o CEJESC existir?
- Como você entrou no CEJESC? Conte um pouco da sua trajetória pessoal.
- Vocês acham que o empreendedorismo é um projeto acessível a todas as classes sociais? Como isso se reflete no CEJESC?
- Você acha que Santa Catarina é mais empreendedor que outros estados?

ANEXOS

ANEXO A – CÓPIA DO TERMO DE AUTORIZAÇÃO DA PUBLICAÇÃO DE DADOS DA ENTREVISTA

Termo de autorização

Eu, Isabella Natália Nobrega, portador(a) do CPF de número 036.045.069-67, autorizo a publicação dos dados fornecidos por mim em entrevista concedida à pesquisadora **Camila Souza Betoni**, portadora do CPF de número **027.460.201-65**, para a elaboração de sua Dissertação de Mestrado que irá abordar o tema da Juventude Empreendedora em Santa Catarina. O resultado final da pesquisa será defendido junto ao Departamento de Pós-Graduação em Sociologia Política da **Universidade de Federal de Santa Catarina** e desenvolvido em conjunto com o Núcleo de Estudos da Juventude Contemporânea. O texto final da dissertação é de acesso público e estará disponível, assim que concluído, na Biblioteca Central da Universidade Federal de Santa Catarina.

Sobre a publicação das fontes dos dados fornecidos por mim, autorizo que a referência seja feita de forma:

() *Anônima* – sem citar meu nome e sem fazer quaisquer referências que comprometam diretamente o anonimato de minha identidade.

(X) *Nominal* – com a possibilidade de, quando necessário, fazer referência a minha pessoa como fornecedora dos dados.

() Sob outro formato: _____


Florianópolis, 13 de maio de 2014

ANEXO B – CÓPIA DO TERMO PARA USO E PUBLICAÇÃO DE DADOS DA PESQUISA

Termo para uso e publicação dos dados da pesquisa

Os dados gerados pela aplicação dos 618 questionários sobre o Perfil do Jovem Empreendedor do Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina (CEJESC) foi disponibilizado integralmente para o CEJESC. Tais dados, coletados entre 24 de Janeiro e 25 de Fevereiro de 2014, fazem parte da pesquisa da mestranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, **Camila Souza Betoni**, e desenvolvida junto ao Núcleo de Estudos da Juventude Contemporânea. Os dados podem ser utilizados, publicados e tratados pelo CEJESC com autonomia sempre que a organização assim o desejar com a única condição de que, seguindo parâmetros éticos acadêmicos, sua fonte seja sempre citada em todos os materiais em que os mesmos forem publicados. Para citação formal, sugere-se a formatação ABNT a seguir:

BETONI, Camila S. **Perfil do Jovem Empreendedor do Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina**. Levantamento de dados feito para Dissertação de Mestrado da mesma autora, a ser defendida no Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2014.

Camila Souza Betoni

Camila Souza Betoni

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política
Universidade Federal de Santa Catarina

Liandra Nazário Nobrega

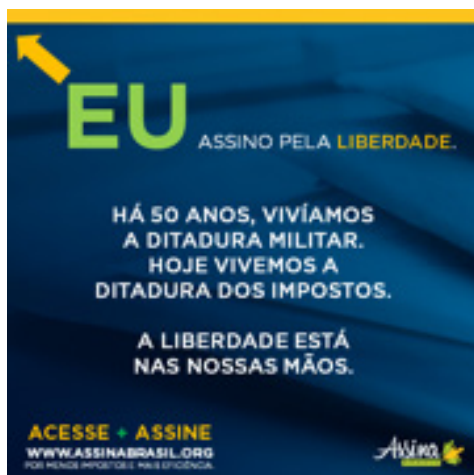
Presidente do Conselho Estadual do Jovem Empreendedor de Santa Catarina

Florianópolis, 13 de Março de 2014

ANEXO C – CAPAS DAS REVISTAS DO CEJESC



ANEXO D – MATERIAL PARA CAMPANHA DO MBE NAS REDES SOCIAIS



EDITORIA EM DEBATE

Muito do que se produz na universidade não é publicado por falta de oportunidades editoriais, quer nas editoras comerciais, quer nas editoras universitárias, cuja limitação orçamentária não permite acompanhar a demanda existente. As consequências dessa carência são várias, mas, principalmente, a dificuldade de acesso aos novos conhecimentos por parte de estudantes, pesquisadores e leitores em geral. De outro lado, há prejuízo também para os autores, ante a tendência de se pontuar a produção intelectual conforme as publicações.

Constata-se, ainda, a velocidade crescente e em escala cada vez maior da utilização de recursos informacionais, que permitem a divulgação e a democratização do acesso às publicações. Dentre outras formas, destacam-se os *e-books*, artigos *full text*, base de dados, diretórios e documentos em formato eletrônico, inovações amplamente utilizadas para consulta às referências científicas e como ferramentas formativas e facilitadoras nas atividades de ensino e extensão.

Os documentos impressos, tanto os periódicos como os livros, continuam sendo produzidos e continuarão em vigência, conforme opinam os estudiosos do assunto. Entretanto, as inovações técnicas assinaladas podem contribuir de forma complementar e, mais ainda, oferecer mais facilidade de acesso, barateamento de custos e outros recursos instrumentais que a obra impressa não permite, como a interatividade e a elaboração de conteúdos inter e transdisciplinares.

Portanto, é necessário que os laboratórios e núcleos de pesquisa e ensino, que agregam professores, técnicos educacionais e alunos na produção de conhecimentos, possam, de forma convergente, suprir suas demandas de publicação como forma de extensão universitária, por meio de edições eletrônicas com custos reduzidos e em divulgação aberta e gratuita em redes de computadores. Essas características, sem dúvida, possibilitam à universidade pública cumprir de forma mais eficaz suas funções sociais.

Dessa perspectiva, a editoração na universidade pode ser descentralizada, permitindo que várias iniciativas realizem essa convergência com autonomia e responsabilidade acadêmica, editando livros e periódicos de divulgação científica conforme as peculiaridades de cada área de conhecimento no que diz respeito à sua forma e conteúdo.

Por meio dos esforços do Laboratório de Sociologia do Trabalho (Lastro), da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), que conta com a participação de professores, técnicos e estudantes de graduação e de pós-graduação, a Editoria Em Debate nasce com o objetivo de desenvolver e aplicar recursos de publicação eletrônica para revistas, cadernos, coleções e livros que possibilitem o acesso irrestrito e gratuito dos trabalhos de autoria dos membros dos núcleos, laboratórios e linhas de pesquisa da UFSC e de outras instituições, conveniadas ou não, sob a orientação de uma Comissão Editorial.

Os editores

Coordenador

Ricardo Gaspar Müller

Conselho editorial

Adir Valdemar Garcia	José Carlos Mendonça
Ary César Minella	Laura Senna Ferreira
Fernando Ponte de Sousa	Maria Soledad Etcheverry Orchard
Iraldo Alberto Alves Matias	Michel Goulart da Silva
Jacques Mick	Paulo Sergio Tumolo
Janice Tirelli Ponte de Sousa	Valcionir Corrêa

Outros lançamentos de 2015

A experiência contemporânea da política entre jovens brasileiros

Janice Tirelli Ponte de Sousa (coord.)

Pedagogia histórico-crítica e sua estratégia política – fundamentos e limites

Neide Galvão Favaro

Finanças solidárias e a luta contra-hegemônica – um estudo de caso

Luciana Raimundo

Terrorismo de Estado – a tortura como uma das formas de sua expressão

Sabrina Schultz

Leituras do mundo do trabalho – um olhar sociológico

Laura Senna Ferreira e

Maria Soledad Etcheverry Orchard (org.)

Gênero, educação e sociologia – uma proposta de trabalho didático para o Ensino Médio

Luísa Bonetti Scirea

Ontologia e crítica do tempo presente

*Patrícia Laura Torriglia, Ricardo
Gaspar Müller, Ricardo Lara
e Vidalcir Ortigara (org.)*

Camila Souza Betoni. Licenciada em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), onde também concluiu seu mestrado em Sociologia Política. É militante do Movimento Passe Livre e integra o grupo de pesquisadores do Núcleo de Estudos da Juventude Contemporânea (Nejuc). E-mail: camilabetoni@gmail.com.

Camila Souza Betoni

O ESPÍRITO DOS DONOS

EMPREENDEDORISMO COMO PROJETO DE ADAPTAÇÃO DA JUVENTUDE

Este livro resulta de uma pesquisa a respeito da construção do conceito de empreendedorismo e seus significados contemporâneos. Seu argumento central é de que, ante as transformações ocorridas após os processos de flexibilização das formas de acumulação de capital e controle do trabalho, a ideia de empreendedorismo é mobilizada e passa a operar em caráter ideológico, especialmente voltada para a população jovem. Para entrar em contato com os sujeitos que se identificam com esse projeto, a investigação explorou o universo do Conselho Estadual do Jovem Empreendedor Catarinense (Cejesco).



www.editoriaemdebate.ufsc.br