

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

**GEOVANI FELIX CORDEIRO**

**O DISCURSO EMPREENDEDORÍSTICO E A GOVERNAMENTALIDADE  
NEOLIBERAL NA MÍDIA DE NEGÓCIOS**

**VITÓRIA**

**2024**

**GEOVANI FELIX CORDEIRO**

**O DISCURSO EMPREENDEDORÍSTICO E A GOVERNAMENTALIDADE  
NEOLIBERAL NA MÍDIA DE NEGÓCIOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração do Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Eloisio Moulin de Souza

**VITÓRIA**

**2024**

Ficha catalográfica disponibilizada pelo Sistema Integrado de Bibliotecas - SIBI/UFES e elaborada pelo autor

---

C794d Cordeiro, Geovani Felix, 1993-  
O discurso empreendedorístico e a governamentalidade neoliberal na mídia de negócios / Geovani Felix Cordeiro. - 2024. 113 f.

Orientador: Eloisio Moulin de Souza.  
Tese (Mestrado em Administração) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas.

1. crítica ao empreendedorismo. 2. biopolítica. 3. governamentalidade neoliberal. 4. mídia de negócios. 5. análise do discurso. I. Souza, Eloisio Moulin de. II. Universidade Federal do Espírito Santo. Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas. III. Título.

CDU: 65

---

GEOVANI FELIX CORDEIRO

O DISCURSO EMPREENDEDORÍSTICO E A GOVERNAMENTALIDADE  
NEOLIBERAL NA MÍDIA DE NEGÓCIOS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração (Mestrado) da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES) como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em 23 de julho de 2024.

Prof. Dr. Eloisio Moulin de Souza  
Presidente

Prof. Dr. Alfredo Rodrigues Leite da Silva  
PPGADM/UFES – membro interno



Documento assinado digitalmente  
RUTH DE CASSIA DOS REIS  
Data: 23/07/2024 18:14:53-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup>. Ruth de Cassia dos Reis  
POSCOM/UFES – membro externo



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

**PROTOCOLO DE ASSINATURA**



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por  
ALFREDO RODRIGUES LEITE DA SILVA - SIAPE 1802333  
Departamento de Administração - DAd/CCJE  
Em 23/07/2024 às 18:46

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:  
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/959781?tipoArquivo=O>



UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO

**PROTOCOLO DE ASSINATURA**



O documento acima foi assinado digitalmente com senha eletrônica através do Protocolo Web, conforme Portaria UFES nº 1.269 de 30/08/2018, por  
ELOISIO MOULIN DE SOUZA - MATRÍCULA 1712712  
Membro - Colegiado do Programa de Pós-graduação em Administração  
Em 24/07/2024 às 09:11

Para verificar as assinaturas e visualizar o documento original acesse o link:  
<https://api.lepisma.ufes.br/arquivos-assinados/959884?tipoArquivo=O>

## **AGRADECIMENTOS**

Por todo o apoio incondicional com que sempre pude contar para tudo, agradeço à toda minha família, mas principalmente à minha mãe, que de tantas coisas abriu mão para investir na minha educação, e à minha querida tia Inha, por todo suporte que me dão até hoje. Quero reconhecer aqui todo o trabalho de cuidado feito por essas duas. Se até o mestrado recorri a elas para discutir as ideias que me ocorriam durante a pesquisa, é porque não esqueço de todo o tempo que dedicaram a acompanhar minha educação de perto, e reconheço que cada ditado, cada tabuada, e cada continha corrigida à exaustão, ajudou a traçar meu caminho até aqui.

Agradeço ao professor Eloisio pela orientação, por compreender as muitas dificuldades enfrentadas ao longo do percurso, pela paciência, e por aceitar e respeitar minhas ideias, permitindo que eu me sentisse à vontade para me expressar por meio desta dissertação. Agradeço ao professor Alfredo e à professora Ruth, por participarem e contribuírem como membros das bancas de qualificação e defesa. Considero que as disciplinas optativas que cursei com ambos durante o mestrado foram fundamentais ao desenvolvimento dos conhecimentos necessários à consecução deste trabalho.

Agradeço a todos os demais professores do Departamento de Administração, com os quais aprendi muito desde a graduação, e aos colegas da turma com as quais pude compartilhar as aflições do mestrado, especialmente à Suédina, Leoni, Davi e Gabi. Devo agradecer também aos meus colegas de trabalho, servidores da Ufes, pelo suporte que deram para que eu pudesse me dedicar ao curso.

Muito obrigado!

“Precisamos resolver nossos monstros secretos, nossas feridas clandestinas, nossa insanidade oculta. Não podemos nunca esquecer que os sonhos, a motivação, o desejo de ser livre nos ajudam a superar esses monstros, vencê-los e utilizá-los como servos da nossa inteligência. Não tenha medo da dor, tenha medo de não enfrentá-la, criticá-la, usá-la”.

Michel Foucault

## RESUMO

A partir da compreensão do empreendedorismo como uma demanda, que no contexto do Sul Global governamentaliza, a partir do neoliberalismo, as várias formas precárias de trabalho, e com base nos estudos de biopolítica de Michel Foucault e da literatura sobre empreendedorismo; esta dissertação objetiva compreender como as práticas discursivas da mídia de negócios promovem a demanda empreendedora e atuam como parte do dispositivo de governo neoliberal. Para tanto, foi realizada uma pesquisa documental de caráter qualitativo, tendo-se por método a análise do discurso de inspiração foucaultiana. A seleção dos discursos se deu a partir de um arquivo composto por matérias veiculadas pelas revistas Exame e Pequenas Empresas, Grandes Negócios entre os anos de 2020 e 2023. Os resultados evidenciaram práticas discursivas que pretendem naturalizar o empreendedorismo e produzir efeitos de verdade, tendo sido reveladas estratégias discursivas de condução e de subjetivação dos sujeitos como empreendedores de si. A partir do referencial construído e dos resultados da pesquisa, é traçada uma reflexão sobre as possibilidades de resistência ao discurso empreendedorístico desde o campo acadêmico da Administração.

Palavras-chave: crítica ao empreendedorismo; biopolítica; governamentalidade neoliberal; mídia de negócios; análise do discurso.

## **ABSTRACT**

Based on the understanding of entrepreneurship as a demand, which in the context of the Global South governmentalizes, based on neoliberalism, the various precarious forms of work and based on Michel Foucault's studies of biopolitics and the literature on entrepreneurship; this dissertation aims to understand how the discursive practices of business media promote entrepreneurial demand and act as part of the neoliberal government dispositif. To this end, qualitative documentary research was carried out, using foucauldian inspired discourse analysis as a method. The selection of discourses was based on an archive composed of articles published by the magazines Exame and Pequenas Empresas, Grandes Negócios between the years 2020 and 2023. The results highlighted discursive practices that aim to naturalize entrepreneurship and produce real effects, having been discursive strategies for guiding and subjectifying subjects as self-entrepreneurs were revealed. Based on the constructed framework and the research results, a reflection is drawn on the possibilities of resistance to entrepreneurial discourse from the academic field of Administration.

Keywords: criticism of entrepreneurship; biopolitics; neoliberal governmentality; business media; discourse analysis.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Matérias selecionadas.....	54
Quadro 2 – Categorias e subcategorias de análise.....	58

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA .....	16
1.2	OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
1.3	POSICIONAMENTO, JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA .....	17
1.4	ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO .....	19
<b>2</b>	<b>BIOPOLÍTICA, GOVERNAMENTALIDADE E NEOLIBERALISMO</b> .....	<b>21</b>
2.1	BIOPODER E BIOPOLÍTICA .....	21
2.2	GOVERNAMENTALIDADE: A CONDUTA DA CONDUTA .....	24
2.3	NEOLIBERALISMO: MAIS QUE UMA POLÍTICA ECONÔMICA, UMA RACIONALIDADE .....	26
<b>3</b>	<b>EMPREENDEDORISMO: ABORDAGENS E CRÍTICAS</b> .....	<b>31</b>
3.1	MAS O QUE É EMPREENDEDORISMO? UMA PALAVRA, MUITOS SENTIDOS .....	31
3.2	O QUE DIZEM AS PERSPECTIVAS CRÍTICAS? .....	36
3.3	O EMPREENDEDORISMO PENSADO COMO UMA DEMANDA .....	41
<b>4</b>	<b>A MÍDIA DE NEGÓCIOS</b> .....	<b>45</b>
<b>5</b>	<b>PERCURSO METODOLÓGICO</b> .....	<b>48</b>
5.1	A ANÁLISE DO DISCURSO DE INSPIRAÇÃO FOUCAULTIANA .....	48
5.2	A SELEÇÃO DOS DISCURSOS .....	50
<b>6</b>	<b>INTERROGANDO OS TEXTOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	<b>57</b>
6.1	O DISCURSO DA MÍDIA E A PRODUÇÃO DE VERDADES EMPREENDEDORÍSTICAS .....	57
6.1.1	Passado, presente e futuro conectados pelo empreendedorismo de um povo .....	58
6.1.2	A panaceia empreendedora .....	64

6.2 O DISCURSO DA MÍDIA E A CONDUÇÃO DAS CONDUTAS PARA O EMPREENDEDORISMO .....	68
<b>6.2.1 Ninguém pode ser deixado de fora.....</b>	<b>68</b>
<b>6.2.2 Aprender a empreender.....</b>	<b>73</b>
6.3 O DISCURSO DA MÍDIA E A FORMATAÇÃO DA SUBJETIVIDADE EMPREENDEDORA.....	80
<b>6.3.1 Resiliência para aguentar o risco .....</b>	<b>81</b>
<b>6.3.2 Vender o peixe para vencer na vida .....</b>	<b>87</b>
<b>7 PARA DESEMPREENDER NOSSAS LABUTAS: ALGUMAS REFLEXÕES INICIAIS .....</b>	<b>93</b>
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>102</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>106</b>

## PRÓLOGO

Mesmo antes do contato com quaisquer das teorias que consubstanciam este trabalho acadêmico, as ideias aqui desenvolvidas, e os posicionamento que aqui assumo – os quais podem ser considerados um tanto fora da curva para quem está inserido no campo da administração – já haviam sido em mim suscitados por minhas próprias vivências e circunstâncias sociais. O contato com as teorias aqui expostas, considero parte de um processo de cura, como defendia bell hooks em sua obra. Um processo de cura porque a colonialidade do ser promovida pelos discursos do empreendedorismo inflige sofrimento psíquico. O ideal do empreendedorismo é alimentado por discursos de autogerenciamento e meritocracia. O sucesso só depende de você, e se você fracassar, continue tentando, sempre! As teorizações que procedo aqui estão então voltadas a elaborar a dor em suas dimensões individual, e sobretudo coletiva, como ensinado por hooks (2013), e é no fundo essa a minha justificativa para a escolha do tema.

Ironicamente, quando aos dezessete anos escolhi ingressar na graduação em administração, foi pelo interesse que tive ao entrar em contato, ainda no ensino médio, com os livros de Fernando Dolabela, como *Oficina do Empreendedor: a Metodologia de Ensino que Ajuda a Transformar Conhecimento em Riqueza* (2011), e *O Segredo de Luísa: Uma Ideia e Uma Paixão: Como Nasce o Empreendedor e Se Cria Uma Empresa* (1999) – duas das publicações mais difundidas no ensino de empreendedorismo nas escolas, orientadas por uma concepção bancária, e não libertadora de educação. Assim como os adolescentes que hoje vejo se renderem aos discursos meritocráticos do bolsonarismo – muito bem interpretado por Nunes (2022) como um fenômeno empreendedorístico – eu também, envolto pela produção discursiva do empreendedorismo, àquela altura da vida me sentia condenado ao sucesso. Afinal, basta ser jovem e ter uma ideia brilhante que o sucesso estará garantido!

Bom, de lá para cá já se passaram uns bons anos, e como tenho destacado, não foi precipuamente pelas teorias, e nem por uma politização formal, que minhas concepções mudaram tão fundamentalmente, mas antes pelas circunstâncias sociais. Após algumas desventuras “empreendedoras”, que não cabe aqui narrar, o que eu

aprendi, sobretudo, é que questões estruturais são muito maiores que a força de vontade e a disposição para o trabalho, e é nesse ponto que reside a perversidade do discurso empreendedorístico. Até o ano de 2019 participei de um sem número de cursos e oficinas promovidos pelo Sebrae, e um episódio específico ocorrido num desses eventos, muito ilustrativo das várias experiências que transformaram minhas visões de mundo, me vem agora à memória.

Lembro bem de chegarem a uma das oficinas uma mãe, uma senhora já idosa, junto ao filho, também já de meia idade. Pessoas aparentemente muito simples, que ao terem acessado algum recurso financeiro – muito provavelmente fruto de uma vida inteira de trabalho – buscaram capacitação no Sebrae a fim de investir numa pequena distribuidora de gás de cozinha no bairro em que moravam. Pois tudo o que a consultora/*coach* do Sebrae lhes disse naquele dia foi que a partir dali, deveriam passar a pensar como empreendedores, o que estava muito bem subtendido no discurso dela, incluía defender a desregulamentação “modernizadora” das relações de trabalho. Recordo que essa experiência, ocorrida justamente por volta do ano de 2018, em meio a aflição da campanha eleitoral, fez com que, tacitamente, eu me atentasse para aquilo que Nunes (2022) explica: ao cobrir realidades tão distintas quanto a do executivo e a do trabalhador informal, o discurso pró-empresendedor, alinhado a signos como o do “cidadão de bem”, foi um dos grandes responsáveis por produzir a identificação entre setores absolutamente díspares da sociedade com a candidatura bolsonarista.

Feitas essas considerações, por meio das quais pretendi demarcar o lugar de que falo e explicitar as minhas relações com o tema, resta neste breve prólogo adiantar alguns aspectos sobre o tipo de trabalho que procuro desenvolver aqui. Criticar o discurso do empreendedorismo a partir de um curso de administração é tarefa ingrata. Isso porque grande parte dos alunos que ocupam as salas de aula do curso estão ávidos por aprender sobre empreendedorismo, por se tornarem empreendedores de sucesso; enquanto os professores e os alunos da pós-graduação (eu inclusive) que já passaram por cadeiras de cursos de administração, invariavelmente possuem em seus currículos trabalhos empreendedorísticos, expressivos da racionalidade neoliberal e de uma lógica colonial, o que confesso, gera angústia e ansiedade em tratar do tema a partir deste referencial crítico.

A despeito disso, e sem qualquer pretensão de dizer a verdade, neste trabalho me mantenho fiel ao projeto de crítica que acredito ser capaz de educar e despertar consciências, e este não está circunscrito ao realismo capitalista (Fisher, 2020). Com isso quero dizer que, diferentemente da grande maioria dos estudos críticos sobre empreendedorismo que têm sido desenvolvidos no campo dos estudos organizacionais, não busco pensar soluções para as opressões nem possibilidades de emancipação a partir do empreendedorismo – o que Paes de Paula, Maranhão e Barros (2009) chamariam de “gerencialismo engajado”, e Misoczky e Amantino-de-Andrade (2005) classificariam como crítica domesticada. Parto, pelo contrário, da ideia de que nenhuma emancipação social passará pelo empreendedorismo, como defendido por Safatle (2022), e do entendimento de que variantes como o empreendedorismo social, o qual vem sendo aludido por setores progressistas como uma ação inclusiva e de combate ao preconceito (Ferraz, 2022), são, igualmente às perspectivas econômicas mais hegemônicas, no fim, representativas da mesmíssima racionalidade neoliberal.

Ao pensar então o empreendedorismo como uma demanda que mobiliza os sujeitos, valendo-se dos estudos de governamentalidade, os quais tem em Foucault sua principal referência e figura fundadora, este trabalho está interessado, primeiro, em denunciar as relações de desigualdade e opressão veladas pelo discurso empreendedor. Em segundo lugar, o que se intenta, com fundamento sobretudo nas proposições de Dardot e Laval (2016), é pensar modos de resistência ao discurso empreendedorístico a partir de formas de subjetivação alternativas ao modelo da *empresa de si*, as quais possam resultar em contracondutas que conduzam à invenção de uma outra governamentalidade.

## 1 INTRODUÇÃO

A grande maioria das pesquisas sobre empreendedorismo o encara como um fenômeno puramente baseado no mercado, um traço especial, ou um conjunto de comportamentos que impulsionam novos negócios (Tedmanson *et al.*, 2012). Na visão de Calás, Smircich e Bourne (2009), o empreendedorismo tem o objetivo de reproduzir um sistema econômico específico, o sistema capitalista de mercado, o qual assume como benéfico para todos. A ideologia empreendedora elege e naturaliza o capitalismo de mercado como único modelo possível de desenvolvimento socioeconômico, difundindo a ideia de que é o empreendedorismo o grande responsável por guiar as sociedades rumo ao desenvolvimento, a verdadeira alavanca que move o mundo (Costa, Barros e Martins, 2012).

Em contraposição a essas visões hegemônicas no campo da administração, pelo menos desde o final da década de 1990, vertentes críticas de pesquisa sobre empreendedorismo têm sido desenvolvidas na área de estudos organizacionais, a partir de contribuições de diferentes abordagens teóricas (Fernandes, 2019). Conforme Essers *et al.* (2017) o objetivo precípua de tal agenda de pesquisas deve ser examinar como o empreendedorismo acontece no contexto de grupos marginalizados, a fim de desfazer a visão cor de rosa de que seria uma panaceia para todos.

Para Tedmanson *et al.* (2012), trata-se de questionar a percepção dominante que se tem do fenômeno como uma atividade econômica inquestionavelmente desejável, a qual obscurece questões importantes, como identidade, fenomenologia, ideologia e relações de poder. Afinal, quem pode ser considerado empreendedor e quem não? Como os discursos do empreendedorismo atuam ideologicamente a fim de ocultar o verdadeiro estado das coisas? Como alimentam a desigualdade e perpetuam relações desiguais de poder? Essas são algumas das principais questões que motivam as pesquisas que encaram o empreendedorismo a partir de perspectivas críticas (Essers *et al.*, 2017).

Em vista de pensar tais questionamentos, adoto aqui a abordagem desenvolvida por Uchôa de Oliveira (2020a), a qual propõem que o empreendedorismo seja deslocado do sujeito, isto é, de uma “consciência”, “motivação”, “comportamento”, ou “espírito” empreendedor, para que seja estudado como uma constante chamada à ação, um

processo de aprendizado imposto como inescapável. Nessa perspectiva, o empreendedorismo configura-se como uma demanda, que não está localizada no sujeito, mas que o mobiliza. A demanda empreendedora torna a *viração*, os *bicos*, os *corre*, ou as *ôia* (gírias utilizadas em diferentes regiões do Brasil que remetem ao trabalho precário) uma forma de governar o trabalho e os trabalhadores.

O termo governo é empregado nessa proposta no sentido foucaultiano, de modo que as noções de governamentalidade, biopoder e biopolítica desenvolvidas pelo autor estão no cerne desta dissertação, que adota a analítica foucaultiana do poder (Souza; Junquilha; Machado; Bianco, 2006). “Trata-se [...] não da instituição ‘governo’, mas da atividade que consiste em reger a conduta dos homens no interior de um quadro e com instrumentos de Estado” (Foucault, 2008a, p. 432). O biopoder refere-se ao poder exercido sobre as populações, sobre a vida, sendo a biopolítica, a gestão política da vida, nascida no contexto do liberalismo, responsável por colocar em ação na sociedade esse biopoder (Foucault, 2008a). No contexto biopolítico da governamentalidade neoliberal contemporânea, a qual concebe o sujeito como um empreendedor de si – alguém que pensa sua relação com o mundo através dos valores empresariais – a demanda empreendedora surge como um dispositivo de poder.

Tal demanda empreendedora configurou-se a partir da institucionalização de políticas de caráter neoliberal formuladas pelos países do Norte Global e impostas aos do Sul, passando a funcionar como um dispositivo de governo neoliberal mediante o qual foram governamentalizadas todas as várias formas de trabalho para além do emprego e do trabalho regulamentado – as quais, cumpre destacar, sempre foram predominantes no contexto dos países do Sul Global – estabelecendo, assim, uma continuidade colonial, a qual impõem uma determinada modernidade a ser alcançada. O elemento de colonialidade/modernidade da demanda empreendedora está no apelo da “modernização” do trabalho, para o “modernizar-se”, sempre em vista dos parâmetros e das políticas do Norte Global, e de uma “representação de sujeito” essencialmente euroamericana (Uchôa de Oliveira, 2020a).

A partir do estabelecimento dessa demanda – a qual circula e funciona por meio de uma rede heterogênea de discursos e práticas produzidos e reproduzidos por incontáveis veículos, como a mídia de negócios aqui em foco – “todas as outras

formas de trabalhar, de conduzir-se, de relacionar-se com os outros são expropriadas para que em seu lugar sejam localizados a narrativa empreendedora, o vocabulário empreendedor” (Uchôa de Oliveira, 2020a, p.125). É em face dessa característica – notadamente expressiva da racionalidade neoliberal e da lógica colonial – de imposição de uma gramática empreendedora, a partir da qual tudo passa a ser adjetivado a partir do empreendedorismo; que recorro ao sufixo *ístico*, para exprimir a partir de um adjetivo derivado essa relação correspondente ao sentido da palavra primitiva, e refiro-me neste trabalho aos discursos que fazem circular e funcionar a demanda empreendedora como *empreendedorísticos*.

## 1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Seguindo a proposta desenvolvida por Uchôa de Oliveira (2020a) nas fronteiras entre o pensamento de Michel Foucault e o pensamento decolonial, e na esteira de estudos como os de Costa, Barros e Martins (2012), e de Wood Jr. e Paula (2006), os quais apontam particularmente para o papel da mídia de negócios (considerada parte da literatura popular de gestão) na construção do ideário do empreendedorismo como dogma, problematizo a seguinte questão: **Como as práticas discursivas da mídia de negócios promovem a demanda empreendedora que atua como dispositivo do governo neoliberal?**

## 1.2 OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para elucidar o problema proposto, o objetivo geral é **compreender como as práticas discursivas da mídia de negócios promovem a demanda empreendedora e atuam como parte do dispositivo de governo neoliberal**. A fim de alcançar tal objetivo, proponho seu desdobramento nos seguintes objetivos intermediários:

- a) Identificar e analisar, a partir da mídia de negócios, práticas discursivas que evidenciam a racionalidade neoliberal e promovem a demanda empreendedora;
- b) Identificar e analisar os sentidos sociais contemporâneos sobre o que é empreendedorismo e o que é ser empreendedor;
- c) Problematizar os desdobramentos do discurso empreendedorístico para o campo acadêmico da Administração, e discutir possíveis formas de resistência.

### 1.3 POSICIONAMENTO, JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

Justificar a relevância teórica e social desta pesquisa exige evidenciar seu posicionamento. Partindo da compreensão de que “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta” (Foucault, 1996, p.10), longe de se pretender neutra, a pesquisa aqui em tela está alinhada a uma corrente de estudos a qual Örtenblad (2020), denomina *against entrepreneurship*. O que diferencia essa perspectiva dos *critical entrepreneurship studies* (Tedmanson *et al.*, 2012; Essers *et al.*, 2017), surgidos primeiro no campo dos estudos organizacionais, e já mais difundidos, é a virada para o “contra”. Isso é, mais do que apontar os discursos do empreendedorismo como ideologicamente obscuros, e longe de admitir algo como um “empreendedorismo crítico”, essa vertente de estudos busca evidenciar as razões para se posicionar contra o discurso empreendedor (Örtenblad, 2020).

Tal perspectiva, ao sublinhar os problemas escondidos, por exemplo, pelo uso insistente e indiscriminado do termo empreendedorismo em lugar de outros como autoemprego (Bögenhold, 2020), coaduna-se com a proposta de Uchôa de Oliveira (2020a) aqui adotada, a qual procura reconhecer e nomear a polimorfia do trabalho, isso é, as diversas formas possíveis de se trabalhar, governamentalizadas pela demanda empreendedora a partir do final do século XX. Para Uchôa de Oliveira (2020b), ao buscarmos compreender aquilo que do sujeito é demandado, no caso o “empreendedor”, temos um meio para combater a visão psicologizante e liberal do trabalho e da sociedade, a qual ao focar em questões como o comportamento, a motivação, a aprendizagem, as atitudes, as competências, ou até a genética empreendedora, promove uma cegueira quase intencional para a própria condição de produção do conhecimento acadêmico.

Nesse sentido, Costa, Barros e Martins (2012) alertam que falta ao pesquisador brasileiro considerar as relações de poder e dominação que se escondem nos discursos do empreendedorismo, e atribuem isso a um comportamento ingênuo, resultante da importação acrítica de conceitos. Ferraz (2021) acrescenta que a reprodução aqui, na periferia do capitalismo, desses discursos, cumpre um papel na reprodução do sistema vigente. Já Oliveira, Caetano e Louredo (2021) identificam as

facetas de colonialidade presentes na narrativa majoritária sobre empreendedorismo no campo da administração no Brasil que, acriticamente importada do norte global, fortalece aqui o racismo estrutural. Ao defenderem maior enfoque nas especificidades locais, argumentam que o pensamento de fronteira e a redução sociológica devem ser adotados nas pesquisas relacionadas à temática, e que as especificidades estruturais e os laços históricos do país, relacionados tanto à herança colonial quanto à colonialidade, precisam ser considerados.

Ericsson (2020), argumenta que o discurso do empreendedorismo pode, em muitos aspectos, ser entendido como uma verdadeira máquina de guerra, que com grande capacidade missionária, ao ressignificar tudo como se empreendedorismo fosse, conquista a todos os que contra ela se elevam; e que embora essa máquina de guerra venha sendo objeto de críticas, suas tendências colonizadoras parecem permanecer ignoradas. Seguindo essa mesma linha, Örténblad (2020) enxerga no discurso empreendedor uma forma de controle social, e argumenta ser o fetiche pelo trabalho autônomo muito mais controlador do que empoderador, sendo a ideia de empreendedorismo utilizada para colonizar espaços, destruir e excluir, sustentando a desigualdade; ao passo que Murtola (2020) defende que o discurso empreendedor veio para moldar e colonizar nossas vidas, fazendo-nos pensar que tudo deve ser encarado como uma oportunidade, enquanto esconde novas formas de exploração.

Quanto a escolha da mídia de negócios enquanto um dos inúmeros veículos de uma rede heterogênea – a qual inclui também, por exemplo, *podcasts*, e discursos de políticos – que faz circular o discurso empreendedorístico e funcionar a demanda empreendedora, e que poderiam também ser eleitos como objeto de pesquisa, justifica-se em vista das observações de Wood Junior e Paes de Paula (2002). Tais autores indicam que as publicações da mídia de negócios, ao apresentarem narrativas acriticamente importadas e com evidente aspecto de controle social, se prestam a ocultar tensões geradas pela instabilidade do mundo do trabalho contemporâneo, sem questionar o reducionismo e os condicionantes ideológicos embutidos nas informações sobre negócios que acabam sendo facilmente disseminadas entre professores e alunos do campo da administração, e adquirindo caráter de legitimidade.

À essas justificativas, somam-se por fim as considerações de Fernandes (2019) – o qual ao constatar que após sua emergência no bojo das reformas neoliberais da

década de 1990, o discurso do empreendedorismo não sofre questionamentos nos períodos seguintes, mesmo por partidos de diferentes matizes ideológicas, tornando-se hegemônico no Brasil – sugere que a análise dos discursos sobre empreendedorismo deve ser um projeto contínuo, tema de constante escrutínio pela academia. Por fim, como assevera Antunes (2020, p.15), caso estas questões não sejam fortemente obstadas, teremos, além da ampliação da informalidade, a expansão dos “empreendedorismos”, “...configurando-se cada vez mais uma forma oculta de assalariamento do trabalho, a qual introduz o véu ideológico para obliterar um mundo incapaz de oferecer vida digna a humanidade”.

É por esse conjunto de apontamentos que, ao pretender contribuir para a análise de relações de poder quase sempre negligenciadas – conforme argumentam os autores referenciados – , e propor também uma crítica de inspiração decolonial ao discurso empreendedor – como forma de resistência e contraconduta à governamentalidade neoliberal – o estudo aqui apresentado se justifica teórica e socialmente relevante, de modo que se espera concorrer com uma agenda de pesquisa transformadora para a administração e os estudos organizacionais, que os territorialize em vista das particularidades da nossa região latino-americana, nos termos do proposto por Szlechter *et al.* (2020) e Teixeira *et al.* (2021).

#### 1.4 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Nesta introdução foram apresentadas, além da problemática de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos, a justificativa e a relevância teórica e social da pesquisa, assim como o posicionamento defendido. Frente aos objetivos traçados, o referencial teórico é apresentado em três partes, constantes dos capítulos 2, 3 e 4. No capítulo 2 são apresentados os conceitos foucaultianos de biopolítica, governamentalidade, e racionalidade neoliberal, os quais formam o sustentáculo de nossas formulações teóricas e ensejam a compreensão do empreendedorismo como uma demanda. O capítulo 3 destina-se a apresentação das principais abordagens presentes nas pesquisas sobre empreendedorismo, traçando-se uma retrospectiva histórica do conceito e de seus usos políticos. São também apresentados elementos de crítica provenientes de diferentes abordagens teóricas, e explicada a noção de demanda empreendedora e a lógica colonial que a permeia. O capítulo 4 fecha o

referencial teórico, e trata da mídia de negócios. O capítulo 5 apresenta o percurso metodológico da pesquisa, e explica as bases teóricas da análise do discurso de inspiração foucaultiana. No capítulo 6 são apresentados os resultados da pesquisa, que respondem ao primeiro e ao segundo objetivos intermediários. O capítulo 7 é dedicado a problematizar os desdobramentos do discurso empreendedorístico para o campo acadêmico da Administração, e discutir possíveis formas de resistência, o que responde ao terceiro objetivo intermediário. No capítulo 8 são apresentadas as considerações finais.

## 2 BIOPOLÍTICA, GOVERNAMENTALIDADE E NEOLIBERALISMO

Nesta primeira parte do referencial teórico apresento as noções foucaultianas de biopolítica, governamentalidade, e racionalidade neoliberal, de forma que possamos compreender o papel da economia na produção das subjetividades e os mecanismos de condução dos sujeitos sob o neoliberalismo, o que nos conduzirá, posteriormente, ao entendimento do empreendedorismo como uma demanda.

### 2.1 BIOPODER E BIOPOLÍTICA

A analítica desenvolvida por Michel Foucault é usualmente dividida em três momentos que se inter cruzam, sejam eles a arqueologia, a genealogia e a ética. Em síntese, na fase arqueológica Foucault dedicou-se a uma análise das discursividades e dos regimes de verdade correspondentes à determinadas épocas, empreendendo uma história do *saber*. No período genealógico, o autor passa a promover uma análise das relações entre verdade, teoria, valores e instituições, introduzindo a analítica do poder à arqueologia. Na temática da ética, o interesse se desloca para o estudo dos jogos de verdade na relação de si para si e a constituição de si mesmo como sujeito. Insta ressaltar que esses momentos da obra do autor não devem ser compreendidos de maneira estanque, mas em suas continuidades e complementaridades, tendo promovido Foucault análises fragmentárias e transformáveis, e não uma teoria ou um sistema interpretativo fechado (Alcadipani, 2005; Souza, 2004; Teixeira, 2015).

É nas fases genealógica e da ética que Foucault discute a biopolítica, noção fundamental para o projeto de pesquisa aqui em tela. O estudo do biopoder representa uma inflexão na analítica do poder desenvolvida pelo autor, até então focada nas relações disciplinares e nos procedimentos de vigilância e controle sobre os corpos. O biopoder refere-se ao poder exercido sobre as populações, sobre a vida, sendo a biopolítica, a gestão política da vida, nascida no contexto do liberalismo, responsável por colocar em ação na sociedade esse biopoder (Foucault, 2008a). Quanto a governamentalidade, outra noção basilar neste projeto, e também pensada por Foucault a partir do contexto liberal, pode ser compreendida, sinteticamente, como uma tecnologia de poder que incide sobre as populações. Passemos a uma exposição

mais aprofundada dessas noções de biopoder, biopolítica e governamentalidade, e suas relações com o neoliberalismo.

De acordo com Fonseca (2001), na obra de Michel Foucault da biopolítica surge no primeiro volume da *História da Sexualidade: a vontade de saber* (1976), estando presente também no curso *Em Defesa da Sociedade* (Foucault, 1975-1976), e nos cursos Segurança, Território e População (1978), *Du gouvernement des vivants* (1979-1980) e *Nascimento da Biopolítica* (1978-1979), sendo que neste último, no qual Foucault realiza uma genealogia do neoliberalismo, o conceito se torna mais evidente.

Foucault discute o biopoder como uma forma de poder que se expande além das formas tradicionais de soberania e disciplina, argumentando que o biopoder opera por meio de técnicas e estratégias que visam governar a vida e a saúde da população. De forma contrária ao poder disciplinar, que visa delimitar e restringir os indivíduos, o biopoder extrapola o nível individual, e dirige-se ao controle de populações, não se limita ao controle e repressão, mas também envolve práticas positivas, como a promoção da saúde e a regulação dos corpos e comportamentos, operando de forma sutil e sofisticada para, a partir do reconhecimento de alguma liberdade conferida aos indivíduos, regular as condutas sob o pretexto de desenvolver o bem-estar social. Pode-se entender que se trata, portanto, de como o poder estatal e institucional se manifesta por meio de práticas de controle e regulação com foco em gerir a vida (Foucault, 1999; Rabinow; Dreyfus, 1995).

Foucault observou que o aparato disciplinar, por si só, não poderia explicar o crescimento dos mercados e o rápido desenvolvimento do capitalismo. Foi esse poder sobre a vida, o biopoder, capaz de promover o ajustamento dos fenômenos populacionais ao sistema econômico e controle dos corpos, tornando-os os ainda mais úteis e dóceis, que garantiu o desenvolvimento do capitalismo (Munro, 2012; Rabinow; Dreyfus, 1995). Para Foucault:

“(...) O ajustamento da acumulação dos homens à do capital, a articulação do crescimento dos grupos humanos à expansão das forças produtivas e a repartição diferencial do lucro, foram, em grande parte, tornados possíveis pelo exercício do biopoder em suas formas e procedimentos múltiplos. O investimento sobre o corpo vivo, sua valorização e a gestão distributiva de suas forças foram indispensáveis naquele momento. Sabemos quantas vezes se colocou a questão do papel que uma moral ascética teria tido em toda a primeira formação do capitalismo; mas, o que se passou no século XIII em certos países ocidentais e esteve ligado ao desenvolvimento do capitalismo, foi um outro fenômeno, talvez de maior amplitude do que esta moral que parecia desqualificar o corpo: foi nada menos do que a entrada da

vida na história - isto é; a entrada dos fenômenos próprios à vida da espécie humana na ordem do saber e do poder - no campo das técnicas políticas (...)" (Foucault, 1988, p. 132-133).

Diferentemente do poder disciplinar, que opera sobre o indivíduo e pretende intervir a cada desvio da norma, o biopoder opera indiretamente sobre a população, a partir da preservação das liberdades. Vejamos o que diz Foucault acerca das distinções entre o poder disciplinar e a biopolítica, a qual se dá por meio de dispositivos muito próprios de biopoder, os dispositivos de segurança, tecnologias de poder que têm como foco o governo das populações, para o funcionamento das quais faz-se imprescindível contar com a liberdade dos indivíduos.

A disciplina, por definição, regulamenta tudo. A disciplina não deixa escapar nada. Não só ela não permite o *laissez-faire*, mas seu princípio é que até as coisas mais ínfimas não devem ser deixadas entregues a si mesmas. A menor infração à disciplina deve ser corrigida com tanto maior cuidado quanto menor ela for. Já o dispositivo de segurança, como vocês viram, deixa fazer [*laissez faire*]. Não é que deixa fazer tudo, mas há um nível em que o *laissez-faire* é indispensável. Deixar os preços subirem, deixar a escassez se estabelecer, deixar as pessoas passarem fome, para não deixar que certa coisa se faça, a saber, instalar-se o flagelo geral da escassez alimentar. Em outras palavras, a maneira como a disciplina trata do detalhe não é, em absoluto, a mesma maneira como os dispositivos de segurança tratam dele. A disciplina tem essencialmente por função impedir tudo, inclusive e principalmente o detalhe. A segurança tem por função apoiar-se nos detalhes que não vão ser valorizados como bons ou ruins em si, que vão ser tomados como processos necessários, inevitáveis, como processos naturais no sentido lato, e vai se apoiar nesses detalhes que são o que são, mas que não vão ser considerados pertinentes, para obter algo que, em si, será considerado pertinente por se situar no nível da população" (Foucault, 2008b, pp. 59-60).

Ainda acerca da diferenciação entre o poder disciplinar e o biopoder operante por meio dos dispositivos de segurança, Foucault discorre que

A disciplina é essencialmente centrípeta. Quero dizer que a disciplina funciona na medida em que isola o espaço, que determina um segmento. A disciplina concentra, enfoca e encerra. Em contraste, você pode ver que os aparelhos de segurança, como tentei reconstruí-los, têm a tendência constante de se expandir; eles são centrífugos. Novos elementos estão constantemente sendo integrados: produção, psicologia, comportamento, modos de fazer as coisas dos produtores, compradores, consumidores, importadores e exportadores e o mercado mundial (Foucault, 2008b, pp. 58-59).

Souza (2004) pontua que, embora se faça a distinção entre poder disciplinar e biopoder, visto que se utilizam de mecanismos muito diferentes, atuando o primeiro a

nível individual, e o segundo na regulação das populações, estes não se excluem, mas articulam-se entre si. Para Foucault:

Esta tecnologia de poder não exclui a primeira, não exclui a tecnologia disciplinar, mas se encaixa nela, integra, modifica em alguma medida e, acima de tudo, usa-a como uma espécie de infiltração, embutindo-se nas técnicas disciplinares existentes. Essa técnica não dispensa simplesmente a técnica disciplinar, porque ela existe em um nível diferente, em uma escala diferente, e porque tem uma área de rolamento diferente, e faz uso de instrumentos muito diferentes (Foucault, 1999, p. 242).

A biopolítica, portanto, se refere a transformação sofrida pelo poder. É a gestão da vida das massas, um conjunto de processos coletivos relacionados a fenômenos populacionais, demográficos, climáticos, políticos e econômicos, como a proporção entre as taxas de natalidade e de mortalidade, questões de saúde e sexualidade. Nas palavras do próprio Foucault (1999, p. 292) a biopolítica “será, essencialmente, o problema da cidade”. A biopolítica “faz com que a vida e seus mecanismos entrem no domínio dos cálculos explícitos, e faz do poder-saber um agente de transformação da vida humana” (Foucault, 1988, p.134).

Essa atuação da biopolítica sobre os processos inerentes à vida implica uma certa “arte de governar” no sentido de se “conduzir as condutas”, que como veremos adiante, será imprescindível ao desenvolvimento do neoliberalismo e dos processos de subjetivação a partir do modelo do *empreendedor de si* que este visa estabelecer. Trata-se da noção de governamentalidade, que será mais bem desenvolvida no tópico seguinte.

## 2.2 GOVERNAMENTALIDADE: A CONDUTA DA CONDUTA

Souza e Parker (2020) ensinam, didaticamente, que no pensamento de Foucault o termo governamentalidade assume dois significados principais: o primeiro corresponde ao biopoder, isso é, as técnicas e formas de racionalidade que são utilizadas como biopolítica pelos Estados modernos em vista do governo das populações; e o segundo, referente a relação dos sujeitos consigo mesmos, ao governo de si, ou seja, ao cuidado de si, à ética, e às práticas de liberdade, a nível individual.

Quanto a noção de governamentalidade em sentido *lato*, compreendida como governo das populações por meio da biopolítica, assim como apresentada nos cursos *Segurança, Território, População* (Foucault, 2008b), e *Nascimento da Biopolítica* (Foucault, 2008a), Foucault discorre:

Gostaria de começar a percorrer um pouco a dimensão do que eu chamei com esta feia palavra que é "governamentalidade" (em aspas no original). Supondo-se portanto que "governar" não seja a mesma coisa que "reinar", não seja a mesma coisa que "comandar" ou "fazer a lei"; supondo-se que governar não seja a mesma coisa que ser soberano, ser suserano, ser senhor, ser juiz, ser general, ser proprietário, ser mestre-escola, ser professor; supondo-se portanto que haja uma especificidade do que é governar, seria preciso saber agora qual é o tipo de poder que essa noção abarca (Foucault, 2008b, p. 155-156).

Mesmo em uma mesma época e lugar, há diferentes governamentalidades, as quais, em comum, na leitura de Alcadipani (2005), se aplicam à vida cotidiana das pessoas, marcando suas identidades, que devem ser orientadas por um conjunto de modelos específicos estabelecidos como verdade, anunciada como uma "boa nova", primeiramente pelo pastor, e depois pelo Estado. Para Foucault a governamentalidade emerge de modo arcaico no poder pastoral, o qual, como explica Souza (2004) introduz uma categoria de indivíduos que terá como responsabilidade conduzir os outros indivíduos. No sentido mais amplo, contudo, o conceito de governamentalidade é desenvolvido por Foucault a partir de um estudo genealógico do liberalismo, chegando ao neoliberalismo.

Segundo Lemke (2000) a palavra governamentalidade advém da ligação semântica dos termos governar (*gouverner*) e modos de pensamento (mentalidades). Costa, Guerra e Leão (2012) explicam que os temas do governo e da governamentalidade surgem no pensamento foucaultiano pela insuficiência de instrumentos teóricos para análise do poder, e que esses dois conceitos são centrais para compreensão dos temas de estudo de Foucault, quais sejam, o sujeito e sua analítica de poder. Governo, no sentido empregado por Foucault, é uma forma de exercício do poder. Para o filósofo governar significa conduzir condutas, ou ainda a conduta da conduta. Foucault retoma várias vezes essa ideia do governo como atividade, e não como instituição. "Trata-se [...] não da instituição 'governo', mas da atividade que consiste em reger a conduta dos homens no interior de um quadro e com instrumentos de Estado" (Foucault, 2008a, p. 432).

Franqueando a palavra novamente ao próprio Foucault, “chamo de governamentalidade o encontro entre as técnicas de dominação exercidas sobre os outros e as técnicas de si” (Foucault, 2004, p. 784). Para Dardot e Laval (2016, p. 18), o termo “governamentalidade” foi introduzido por Foucault “precisamente para significar as múltiplas formas dessa atividade pela qual homens, que podem ou não pertencer a um governo, buscam conduzir a conduta de outros homens, isto é, governá-los”.

Alinhado o entendimento acerca dessas noções basilares de biopoder, biopolítica e governamentalidade na obra de Michel Foucault, no próximo tópico será finalmente apresentada a interpretação foucaultiana sobre o neoliberalismo, a qual, a partir da articulação desses conceitos, irá evidenciar a originalidade deste momento histórico do capitalismo na condução do governo dos homens por meio da produção de formas de subjetivação capazes de promover mais que disciplina, mas um autogoverno dos indivíduos.

### 2.3 NEOLIBERALISMO: MAIS QUE UMA POLÍTICA ECONÔMICA, UMA RACIONALIDADE

Não são poucas as disputas em torno do termo neoliberalismo. Para Ferraz (2021), numa leitura marxiana, trata-se do capitalismo de sempre, adaptado ao Estado burguês demandado pelo capital de hoje, podendo esse termo ser considerado muito mais um neologismo. Entretanto, Dardot e Laval (2016) indicam nessa visão um erro de diagnóstico, e apontam para a insuficiência da abordagem marxista em compreender as novidades do capitalismo atual, o qual resulta de um processo histórico de construção estratégica, não devendo ser considerado apenas uma resposta a uma crise de acumulação, mas uma resposta a uma crise de governamentalidade, que emprega técnicas de poder inéditas sobre as condutas e subjetividades.

Acompanhando Dardot e Laval (2016), defendo aqui uma leitura foucaultiana sobre o neoliberalismo, o que significa pensá-lo como mais do que uma política econômica ou uma ideologia, mas como uma racionalidade, que altera todo o conjunto das relações sociais, estruturando e organizando não apenas a ação dos governantes, mas a

própria conduta dos governados. É no curso *Nascimento da Biopolítica*, realizado no ano de 1979 e posteriormente publicado em forma de livro, que Foucault traça uma genealogia do pensamento neoliberal e das formas de governo anteriores relacionadas ao pensamento liberal em suas diversas vertentes. Esta é, portanto, uma obra fundamental para o campo dos estudos críticos sobre empreendedorismo, pois é nela que Foucault apresenta a ideia de que, para os neoliberais, o *homo oeconomicus* é um empreendedor de si mesmo, provendo um arcabouço conceitual para que se compreenda como o discurso se expande do domínio estrito do empreendedorismo para indivíduos, grupo e organizações de modo a torná-los empreendedores (Verduyn, Dey, e Tedmanson, 2017).

Ao traçar uma genealogia do governo liberal, Foucault (2008a), mesmo antes da ascensão de Thatcher e Reagan, demonstra que aquilo que conhecemos por “economia” desde o século XVIII, constitui o lastro fundamental de um conjunto de dispositivos de controle e de orientação das condutas dos homens (biopolítica), e apresenta o neoliberalismo como uma forma específica de governamentalidade, na qual a economia se torna um modo de gestão de si e dos outros. Sob o neoliberalismo, os dispositivos de controle da população e de orientação das condutas encontra uma sistematização inédita.

Como modo de gestão de si, o neoliberalismo pressupõe um sujeito que age em conformidade com a lógica capitalista, movido pelo interesse, pela utilidade, pela satisfação, que se traduzem nas formulações teóricas em termos matemáticos. Como modo de gestão dos outros, o neoliberalismo pressupõe um modelo de interação social baseado na dinâmica do mercado. Operando de maneira espontânea, o mercado tende a confluir para situações de equilíbrio. Tanto a gestão de si como a gestão dos outros, por conseguinte, subordinam-se à lógica da exaltação do valor. Depois de esvaziar a vontade humana de tudo que não esteja em consonância com os ditames do mercado, o neoliberalismo a desloca para o centro de seu funcionamento. A tão louvada autonomia dos indivíduos se revela logo como absoluta heteronomia (Safatle; Júnior; Dunker, 2020, p. 65-66).

Desta forma, para muito além da esfera da economia, como entendida usualmente, sob o neoliberalismo a concorrência generalizada e o modelo empresarial constituem um modo geral de governo, de si e dos outros. Na governamentalidade neoliberal a condução das condutas desejadas se dá a partir de mecanismos de biopoder que instituem a competitividade como princípio. O mercado se torna lugar de formação de jogos de verdade, os quais estabelecem discursos que enunciam, exclusivamente a

partir da lógica de mercado, o que deve ser considerado falso ou verdadeiro, negativo ou positivo. (Foucault, 2008a).

É precisamente o que se pode observar por toda a parte. A exigência de “competitividade” tornou-se um princípio político geral que comanda as reformas em todos os domínios, mesmo os mais distantes dos enfrentamentos comerciais no mercado mundial. Ela é a expressão mais clara de que estamos lidando não com uma “mercantilização sorrateira”, mas com uma expansão da racionalidade de mercado a toda a existência por meio da generalização da forma-empresa (Dardot e Laval, 2016, p. 27).

Em brevíssima síntese, a história do neoliberalismo tem início com o Colóquio Walter Lippmann, ocorrido em Paris no ano de 1938 e considerado a primeira tentativa de criação de uma “internacional” neoliberal. O diagnóstico decisivo do colóquio foi que o liberalismo clássico seria o principal responsável pela crise por que o próprio passava. O liberalismo teria que passar por uma refundação intelectual. Anos mais tarde, em 1947, é fundada na Suíça a Sociedade Mont-Pèlerin, por economistas como Friedrich Hayek, Ludwig von Mises e Milton Friedman. Esses pensadores serão responsáveis pela crítica do velho *laissez-faire*, e advogarão por um intervencionismo propriamente liberal, que pode ser interpretado como uma reação ao intervencionismo Keynesiano. Pensado a partir da crítica dos princípios do liberalismo clássico e do reconhecimento de que a ordem de mercado não é um dado da natureza, mas produto de uma construção política, o que se articulou foi um intervencionismo destinado a moldar politicamente as relações sociais, que deveriam passar a ser regidas pelo princípio da concorrência generalizada (Foucault, 2008a; Dardot e Laval, 2016).

Dardot e Laval (2016) explicam que, na concepção de homem dos ideólogos do neoliberalismo, todo indivíduo tem algo de empreendedorístico dentro de si, e é papel da economia de mercado liberar e estimular esse “empreendedorismo” humano. Cada um de nós é um empreendedor em potencial.

O empreendedor não é um capitalista ou um produtor nem mesmo o inovador schumpeteriano que muda incessantemente as condições da produção e constitui o motor do crescimento. É um ser dotado de espírito comercial, à procura de qualquer oportunidade de lucro que se apresente e ele possa aproveitar, graças às informações que ele tem e os outros não. Ele se define unicamente por sua intervenção específica na circulação dos bens (Dardot e Laval, 2016, p.145).

A apreensão genealógica do liberalismo é para Foucault (2008a) a condição para compreensão da maneira pela qual, por meio da biopolítica, o poder se transforma na

passagem do século XVIII para o XIX. Ao analisar o liberalismo nos contextos alemão, francês e americano para depreender o nascimento das práticas governamentais neoliberais, Foucault adverte que o neoliberalismo não deve ser encarado como apenas uma releitura do liberalismo. Enquanto no liberalismo clássico do século XVIII, o problema consistia em definir um espaço de atuação para o mercado, no neoliberalismo a questão gira em torno da arte de governar de modo que os princípios da economia de mercado passem a reger a própria conduta dos indivíduos. Trata-se de uma questão de governamentalidade.

A concepção de mercado dos neoliberais é radicalmente distinta em relação àquela preceituada por Adam Smith. Os neoliberais não encaram o "*laissez faire*" como um fenômeno natural que regularia o mercado, mas reconhecem que o Estado deve estabelecer as "regras do jogo". O estilo de intervenção governamental no neoliberalismo é, contudo, peculiar, um tanto mais insidiosa e sorrateira. Os neoliberais, como Friedrich Hayek, Ludwig von Mises e Milton Friedman, compreenderam que não deveriam articular um governo econômico, mas um governo de sociedade, e estabelecem como princípios reguladores a competição, a concorrência e a cultura do empreendedorismo (Foucault, 2008a).

Mas o que isso quer dizer: introduzir a regulação do mercado como princípio regulador da sociedade? Querera dizer a instauração de uma sociedade mercantil, isto é, de uma sociedade de mercadorias, de consumo, na qual o valor de troca constituiria, ao mesmo tempo, a medida e o critério geral dos elementos, o princípio de comunicação dos indivíduos entre si, o princípio de circulação das coisas? [...] Não creio. Não é a sociedade mercantil que está em jogo nessa nova arte de governar. [...] A sociedade regulada com base no mercado em que pensam os neoliberais é uma sociedade na qual o que deve constituir o princípio regulador não é tanto a troca de mercadorias quanto os mecanismos da concorrência. São esses mecanismos que devem ter o máximo de superfície e de espessura possível, que também devem ocupar o maior volume possível na sociedade. Vale dizer que o que se procura obter não é uma sociedade submetida ao efeito-mercadoria, é uma sociedade submetida à dinâmica concorrencial. Não uma sociedade de supermercado – uma sociedade empresarial. O *homo oeconomicus* que se quer reconstituir não é o homem da troca, não é o homem consumidor, é o homem da empresa e da produção (Foucault, 2008a, p. 200).

A governamentalidade neoliberal busca conduzir estrategicamente os comportamentos dos indivíduos, procura governa-los em todas as instâncias a partir de determinados processos de subjetivação. A concepção de mundo que vê a sociedade como uma empresa constituída por empresas menores requer uma norma subjetiva que não corresponde mais aquela do sujeito produtivo das sociedades

industriais (Dardot E Laval, 2016). Para Foucault (2008a), a governamentalidade neoliberal pretende transformar os indivíduos em empresários de si mesmos, mediante sua inserção em relações concorrenciais. Ao produzir determinada subjetividade, o neoliberalismo encara o indivíduo como um “capital humano”. Na teoria do Capital Humano o neoliberalismo encontra uma de suas expressões mais pungentes.

Esse conceito implica uma relação a si mesmo marcada pela exigência de autovalorização constante, mediada pela lógica da mercadoria. Num quadro de extrema heteronomia, os indivíduos são alçados a agentes autônomos, capazes de agir livremente para satisfazer seus interesses. Sendo cada um convertido em “capital”, os sujeitos passam a se compreender como empresas submetidas à insegurança típica da dinâmica dos mercados. Em uma sociedade competitiva, os indivíduos comparam e hierarquizam constantemente coisas e pessoas, sendo eles mesmos passíveis de (des)classificação a todo momento (Safatle; Júnior; Dunker, 2020, p. 45).

Expostos os elementos da obra de Michel Foucault que estão no fulcro da pesquisa aqui proposta, na próxima parte do referencial são apresentadas as diversas concepções acerca do empreendedorismo, com destaque para as perspectivas críticas, sendo explicada dentre elas a noção de demanda empreendedora adotada neste trabalho, a qual é formulada a partir desses conceitos foucaultianos apresentados nesta primeira parte.

### 3 EMPREENDEDORISMO: ABORDAGENS E CRÍTICAS

A fim de situar o debate, valendo-me sobretudo da produção de autores inseridos no campo dos estudos organizacionais, esta parte do referencial teórico dedico a apresentar as principais abordagens presentes nas pesquisas sobre empreendedorismo, traçando uma retrospectiva histórica do conceito e dos usos políticos que dele foram e são feitos, e buscando chamar a atenção para as indefinições do termo.

Apresento aqui também um resumo das discussões travadas por diferentes abordagens críticas acerca do empreendedorismo, todas as quais considero que, de algum modo, tenham contribuído para os posicionamentos teóricos e políticos que assumo neste trabalho, alinhados à corrente de estudos *against entrepreneurship* (Örtenblad, 2020). Finalmente apresento a concepção de empreendedorismo compreendido como uma demanda que mobiliza os sujeitos a fim de convertê-los em empreendedores, conforme pensado por Uchôa de Oliveira (2020a) a partir de uma concepção positiva de poder, lastreada no pensamento de Michel Foucault, e a lógica colonial que permeia tal demanda ao Sul Global.

#### 3.1 MAS O QUE É EMPREENDEDORISMO? UMA PALAVRA, MUITOS SENTIDOS

Costa, Barros e Carvalho (2011), afirmam não existir consenso em relação a uma definição de empreendedorismo, e que dar início a uma pesquisa sobre a temática pode ser comparado a entrar num bazar, no qual se encontra de tudo. Nesse sentido, Walker (1989) argumenta tratar-se de uma palavra que não tem um significado intrínseco, que remete a vários pontos sem chegar efetivamente a nenhum deles, e pode significar tudo e nada, sem ter relação com nenhum dos objetos com os quais é normalmente associada.

Alertando ser esse aspecto de significante vazio bastante conveniente para se naturalizar processos e fenômenos, Costa, Barros e Carvalho (2011) dizem então que o empreendedorismo pode ser entendido como um conceito guarda-chuva, que abarca tanto tendências behavioristas, interessadas em compreender o comportamento e a personalidade do empreendedor, quanto estudos sobre as

habilidades e competências empreendedoras e sua relação com o espaço organizacional, além daqueles alinhados a perspectivas de bases econômicas, interessadas em questões relacionadas a desenvolvimento, inovação e riscos.

Ainda que desenvolvidas sob diferentes prismas, essas três abordagens – as quais os autores pontuam que apenas podem ser divididas de forma bastante genérica – concluem igualmente que a existência de indivíduos capazes de criar e aproveitar oportunidades, melhorar processos e inventar negócios é premente para que uma sociedade fundamentada em um mercado livre seja capaz de produzir mais riqueza. Ou seja, o espírito empreendedor, responsável pela inovação e geração de riquezas seria, conforme essas abordagens hegemônicas, uma necessidade do livre mercado capitalista (Costa, Barros e Carvalho, 2011).

Ao abordarem a dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo, Costa, Barros e Carvalho (2011) diferem ainda entre as noções de empreendedor no período clássico de formação do capitalismo, no capitalismo monopolista, e no capitalismo atual, dito neoliberal. Segundo Ferraz e Ferraz (2022), há um consenso de que Jean-Baptiste Say e Richard Cantillón foram os primeiros a introduzirem o conceito de empreendedorismo ao estudo da economia política. Entre os economistas clássicos o termo aparece em Adam Smith e em Karl Marx, que fizeram referência ao “espírito empreendedor”, mas é a partir das ideias de Schumpeter, posteriormente incrementadas pelos ideólogos do neoliberalismo, que o empreendedorismo passa a ser considerado o motor do desenvolvimento econômico e o empreendedor passa a ser visto como o sujeito inovador capaz de revolucionar o mercado e os processos de produção.

Fernandes (2019) explica que Cantillon, em sua obra *Ensaio sobre a Natureza do Comércio em Geral*, publicada em 1755, foi pioneiro em dar uma definição para a função empreendedora - empreendedores eram aqueles que aproveitavam oportunidades e assumiam riscos com a perspectiva de obtenção de lucros. Contudo, é outro economista clássico liberal, Jean-Baptiste Say, considerado por Filion (1999), “o pai do empreendedorismo”, o primeiro a, ainda no ano de 1816, defender o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos empreendimentos e associar aos empreendedores à inovação, posicionando-os como os grandes agentes de mudança (Fernandes, 2019).

De forma bem menos destacada, o assunto também já aparece em Adam Smith, que apesar de não diferenciar entre empresário e empreendedor, em *A Riqueza das Nações* (1776), identifica os fatores da formação da riqueza nacional (Fernandes, 2019). Costa, Barros e Carvalho (2011) explicam que, de forma contrária a esses expoentes do liberalismo clássico, Karl Marx apontou que a importância dos proprietários dos meios de produção (burguesia) estava condicionada a revolução incessantemente dos instrumentos e das relações de produção, e assim de todas as relações sociais, de modo que seriam esses agentes responsáveis pela permanente instabilidade do sistema social. Recorrendo a Taymans (1951), Fernandes (2019) explica que em Marx, o empreendedor não é visto como uma força de mudança econômica, mas um agente que incorpora as mesmas contradições internas do capitalismo. Não encontramos nele a emocionante responsabilidade da busca por novas possibilidades de ação econômica.

Surgida mais de um século após essas do período clássico de formação do capitalismo, é do economista Joseph Schumpeter (2008) a definição de empreendedorismo comumente mais utilizada. Costa, Barros e Carvalho (2011) argumentam que foi esse economista – que cabe frisar, não deve ser confundido como um dos neoliberais, tendo rompido com estes, como contam Dardot e Laval (2016) – que em seus escritos dos anos 1910 e 1920, ao posicionar o empreendedor como o sujeito inovador responsável por impulsionar o desenvolvimento econômico, firmou o caminho para uma linha de investigação sobre a relação entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico.

Para Schumpeter, o empreendedorismo é o “fenômeno fundamental do desenvolvimento econômico” (Schumpeter, 2008, p. 74). Na perspectiva do economista, o crescimento econômico resulta da emergência de novas combinações e utilizações de recursos. Esses recursos podem surgir através da introdução de um novo bem ou de uma modificação nas características de algo já existente. Schumpeter chamou as inovações geradas por grandes empresas de processos de destruição criativa. Essa destruição criativa, responsável pela criação de novos produtos, mercados, métodos de produção e modos de organização, seria o impulso fundamental que regula e mantém o motor capitalista em operação. Para esse autor, portanto, empreendedorismo não se confunde com ser proprietário de um negócio, mas reside na inovação (Fernandes, 2019).

É por essa visão de que o desenvolvimento econômico se daria por saltos, possibilitados pela destruição criativa, não podendo assim suas causas serem explicadas a partir de questões puramente econômicas, que Schumpeter se distinguiu de seus colegas neoclássicos; mas insta constar que, décadas depois, o próprio economista restringiria o poder de ação dessas inovações. Por influência da obra de Schumpeter, no período que marca o capitalismo monopolista e o paradigma fordista – início do século XX – há uma mudança substancial nas conceituações de empreendedor desenvolvidas, as quais passarão a focar nas características pessoais do indivíduo, mirando as organizações (Ferraz, 2021; Costa, Barros e Carvalho, 2011).

As abordagens behavioristas – interessadas na definição dos perfis das personalidades do empreendedor e em compreender seu comportamento – que dominaram a área do empreendedorismo sobretudo durante os anos 1970 e 1980, sofreram grande influência dos trabalhos do psicólogo de Havard David McClelland (Filion, 1999). Segundo Uchôa de Oliveira (2020b) o teórico formado nos anos 1930, a partir de uma leitura sobre a motivação nada ingênua em seus objetivos, tornou-se a figura fundadora de uma psicologia empreendedora. Influenciada por razões políticas e práticas diretamente alinhadas aos interesses da administração de John F. Kennedy em difundir as teorias da modernização norte-americanas através de “programas de ajuda externa”, que deveriam ser oferecidos aos países “em desenvolvimento” como “alternativa ao comunismo”, a visão de McClelland sobre motivação se encaixava exatamente àquilo que era esperado do comportamento empreendedor.

A outra abordagem a qual Costa, Barros e Carvalho (2011) e Olivera (2020) se referem concentra-se em estudos, quase sempre do campo da administração, sobre as habilidades e competências empreendedoras em sua relação com o espaço organizacional. Trata-se de uma abordagem mais ampla da literatura gerencial, a qual considera que o interesse principal não deve estar na investigação de quem seria o empreendedor e quais seus traços de personalidade, mas na compreensão das atividades desenvolvidas pelo empreendedor. Essa perspectiva vê o empreendedorismo portanto como um processo, e busca responder questões do tipo “como o empreendedorismo é desenvolvido?”.

À essa abordagem, Costa, Barros e Carvalho (2011) consideram estar alinhadas temáticas como a do intraempreendedorismo e do empreendedorismo social. Quanto

ao empreendedorismo social, Casaqui (2016) explica que está articulado à noção de inovação social, estando sua prioridade relacionada à geração de renda para ajudar em causas que beneficiem a sociedade. Segundo Alvesson e Wilmott (2012), os discursos sobre empreendedores sociais tendem a retratá-los como indivíduos soberanos, essenciais ao combate das desigualdades nas sociedades atuais.

Cabe ainda trazer o posicionamento de Boava e Macedo (2017), os quais apoiados na redução fenomenológica – perspectiva diametralmente oposta à dos autores que dão lastro a este trabalho, deve-se pontuar – defendem que a real essência do empreendedorismo, a qual teria sido cooptada pela ideologia capitalista, é a liberdade. Ao pensarem as bases filosóficas do empreendedorismo, os autores o equivalem a um valor transcendente, uma ética ou um estado. Empreender seria, assim, algo próprio do homem, sendo a ação empreendedora fruto de uma decisão racional humana, que não se limita por condicionantes externos, e que consiste no resultado do livre-arbítrio. Tem-se que todos os homens possuem então a possibilidade de empreender, mas nem todos transformam essa potência num ato empreendedor.

Apresentadas essas definições, neste trabalho interessa-nos sobretudo compreender os contornos que as ideias referentes ao empreendedorismo ganharam a partir da fase neoliberal do capitalismo, e de que modo a ideia de empreendedorismo passa a ser mobilizada a fim de atender a receita econômica neoliberal, que preceitua a desregulamentação das relações de trabalho, sendo os direitos laborais entendidos unicamente como custos que atrapalham o crescimento econômico. Para legitimar esse preceito, como bem explicam Dardot e Laval (2016) a partir de um amplo retrospecto da história do neoliberalismo, o empreendedorismo deveria ser tornado norma. Costa e Saraiva (2014), explicam que a perspectiva de Schumpeter, para o qual o empreendedor era um sujeito inovador, e, portanto, raro, já não servia. O neoliberalismo sugere que todos sejam empreendedores.

Nunes (2021, p. 65), explica que o discurso do empreendedorismo prevalente nas últimas décadas “possui diversas fontes, que vão do neoschumpeterianismo de Peter Drucker à generalização do “empreender” como praticamente sinônimo da ação humana pela Escola Austríaca de Ludwig von Mises e Friedrich von Hayek”. O que os discursos atuais do empreendedorismo apregoam é um fenômeno de massa, que deve traduzir simultaneamente a atitude de um povo que busca o desenvolvimento socioeconômico de seu país e uma nova ética empresarial do trabalho, que deve

abranger desde consultores altamente qualificados até trabalhadores em atividades precárias, como ambulantes, camelôs e outros (Costa e Saraiva, 2014).

As relações entre neoliberalismo e empreendedorismo serão mais bem desenvolvidas em tópicos seguintes, sobretudo a partir do pensamento de Michel Foucault e das análises de Dardot e Laval (2016).

### 3.2 O QUE DIZEM AS PERSPECTIVAS CRÍTICAS?

Em contraposição às abordagens hegemônicas (econômicas, comportamentalistas e gerencialistas) apresentadas no tópico anterior, forma-se, a partir dos estudos críticos em administração (Alvesson; Willmott, 1992) um campo de estudos ainda pouco explorado, que passa a ser chamado de estudos críticos em empreendedorismo (Tedmanson et al., 2012; Essers et al., 2017). Valendo-se de contribuições teóricas e metodológicas de diversas filiações ontológicas e epistemológicas, tais quais o marxismo, o pós-estruturalismo, o pós-colonialismo, o realismo crítico, e o existencialismo, esses estudos questionam como o empreendedorismo favorece ou desfavorece uns e outros historicamente (Fernandes, 2019). Dentre os trabalhos mais referenciados nessa linha, está o de Costa e Saraiva (2014), para os quais

o empreendedorismo adquire um papel primordial na sociedade: assegurar que cada indivíduo assuma, como suas, as metas de reprodução do sistema capitalista. Já que todos os indivíduos podem ser empreendedores, mesmo os que não o sejam de forma inata, podem desenvolver as habilidades e os comportamentos requeridos e adequados em espaços organizacionais específicos. Isso implica uma nova atitude frente à esfera produtiva, pois o profissional empreendedor passa a ser o gestor de sua carreira, o empresário de si mesmo (Costa e Saraiva, 2014, p. 207).

Os autores elucidam que é “por meio do sucesso alcançado que o empreendedor é discursivamente construído como “dono do seu destino”, podendo minimizar as incertezas da vida” (Costa e Saraiva, 2014, p. 207), constituindo-se num herói que precisa ser copiado por todos. O que passa a haver é somente um jogo, com vencedores de um lado e malsucedidos de outro, ficando ocultas as relações de exploração do homem pelo homem. Quanto ao discurso do fracasso, é produzido de forma silenciosa, sob signos como o da preguiça, da desqualificação, e da ideia não implementada. É nesse sentido que os discursos do empreendedorismo “apresentam

aspectos de controle social, pois realidade, ideologia e ficção se misturam e são disseminados nas histórias de sucesso” (Costa e Saraiva, 2014, p. 208).

Costa e Saraiva (2014) evidenciam ainda, como terceiro aspecto do discurso empreendedor, a ausência de alternativas viáveis ao capitalismo contemporâneo, o qual elege o empreendedorismo como o único caminho possível para o desenvolvimento econômico, e conduz a compreensão de que é a empresa capitalista o único modelo possível de geração de riqueza, de renda e de trabalho na sociedade. A partir da pesquisa realizada com alunos e professores, concluem ainda que o ensino de administração é em geral focado na reprodução do ideário capitalista, existindo pouca ou nenhuma ênfase na educação como meio para a emancipação humana.

A partir de uma ampla sistematização da trajetória histórica e conceitual do conceito, Oviedo e Misoczky (2020) evidenciam de que forma o neoliberalismo, entendido como o modo contemporâneo de existência do capitalismo, gera e necessita do empreendedorismo para sua reprodução e ampliação. Para estes autores, a ideologia do empreendedorismo tem como fundamento ontológico “o individualismo e sua função na distensão de conflitos sociais latentes em uma sociedade em que, de forma aparente, desaparecem as relações entre capital e trabalho, e, portanto, as classes sociais” (Oviedo e Misoczky, 2020, p. 61). “Nesse sentido, o trabalhador alienado de suas circunstâncias, como o real produtor de valor, agora está alienado de sua própria condição de trabalhador, transmutada idealmente em empreendedor” (Oviedo e Misoczky, 2020, p. 61).

De acordo com Ferraz e Ferraz (2022), o empreendedorismo é a ideologia que ao capitalismo contemporâneo serve para dar sustentação a necessidade de expansão do capital, necessitando de um sistema de ideias que a coloque em movimento, dada sua efetividade como meio para subordinação e pauperização. Face a visão fenomenológica de Boava e Macedo (2017) – para os quais o ideal do empreendedorismo é essencialmente a liberdade – Ferraz (2021) acusa o caráter desprovido de cientificidade, e argumenta que se o empreendedorismo se sustenta, não é por ser essa força individual que move o mundo, mas por ser corolário do desenvolvimento das forças produtivas.

A autora defende assim que devemos procurar compreender o empreendedorismo a partir de uma perspectiva abrangentemente histórica, não bastando tampouco

apreender o caráter ideológico que a prática empreendedora assumiu hodiernamente. Essa perspectiva é compartilhada por Costa, Barros e Carvalho (2011), os quais, recorrendo a Konder (2000), argumentam que o sentido das teorias permanece incompleto se não se leva em conta o uso histórico, o uso social, e também o uso político que delas é feito. Os autores declaram assim, ser a história capaz de desvelar o componente ideológico presente na teoria, e defendem o combate ao caráter anistórico e determinístico das pesquisas em estudos organizacionais.

Ferraz e Ferraz (2021) explicam que para os países centrais, os quais com o advento do neoliberalismo buscavam legitimar o enfraquecimento do Welfare State, a propagação do empreendedorismo constituiu uma saída tanto para lidar com o desemprego estrutural causado pelo novo arranjo das forças produtivas, quanto para fomentar as inovações com menor custo, em substituição aos grandes centros de Pesquisa e Desenvolvimento. Já em países dependentes, onde sequer houve de fato um Estado de bem-estar, o empreendedorismo surge, como demonstram as autoras, como mais uma ideologia acionada para conformar e ocultar a expropriação do que uma alteração estrutural na relação capital-trabalho.

A partir de dados do GEM (Global Entrepreneurship Monitor), Ferraz (2021) evidencia que 70% dos chamados empreendedores brasileiros não têm nenhum funcionário. Dos que os tem, em metade dos casos são membros da família. Menos de 1% dos negócios tem entre 7 a 10 empregados(as), e o faturamento de cerca de 80% deles é inferior a R\$ 24 mil por ano. Como explica a autora, não há oferta de crédito, os investimentos iniciais são economias próprias e/ou de pessoas próximas, não havendo é claro diferencial competitivo, visto que as tecnologias não são novas e as expectativas de crescimento são modestas. De um modo geral, os pequenos negócios não conseguem ser rentáveis. Mesmo nos casos onde há lucro, não há acumulação de capital, isto é, não há reprodução do capital. Esses negócios, conclui a autora, terminam sendo um meio desigual para que uma parte significativa da classe trabalhadora continue sobrevivendo.

Para Ferraz (2021), enquanto para a classe capitalista o espírito empreendedor se aproxima em maior medida do postulado Schumpeteriano de êxito, lucro e acúmulo de riquezas; no que tange a classe trabalhadora, mais do que representar um obstáculo à consciência de classe, a ideologia do empreendedorismo atua de maneira potencialmente danosa, cumprindo o papel de conformar as subjetividades dos

trabalhadores, elevando a pauperização. Em sua pesquisa de base marxista, Ferraz (2021), ainda evidencia que mesmo a inovação, tão atribuída ao espírito empreendedor, é fruto na verdade do trabalho, como tudo o mais que é produzido.

Pouco importa o que afirmam o Sebrae, o GEM, a Endeavor, a Globo ou o Bradesco. Se investigarmos a partir de sua base concreta, veremos que o empreendedorismo no Brasil é uma panaceia, mas a prática empreendedora, não. Isso quer dizer que efetivamente as pessoas têm que se virar para encontrar um meio de ganhar a vida, mas é falso que isso trate de uma “oportunidade”, uma escolha ou mesmo sonho dourado de sucesso, é, antes, uma imposição do atual estágio de desenvolvimento das forças produtivas (FERRAZ, 2020, p. 78).

Ferraz (2022) sublinha que, de cima a baixo, a lógica subjacente ao empreendedorismo não se distingue substancialmente da moral relatada em Adam Smith, a qual postula o individualismo como elo social. Nesse sentido, quanto ao chamado empreendedorismo social – o qual abrange variantes como empreendedorismo negro, feminino, e de favela, dentre outros, e que vem sendo aludido como uma ação inclusiva e de combate ao preconceito – defende que “se trata da expressão da conjugação eficaz do capital ao se valer da opressão constituída historicamente para ampliar a exploração” (Ferraz, 2022, p. 258). Na visão da autora, apresentadas como soluções para o desemprego estrutural e para as opressões, essas variantes dão a impressão de que o esforço individual e o sucesso capitalista poderiam mitigar, a partir de iniciativas empreendedoras sob medida para cada opressão, preconceitos e a profunda desigualdade econômico-social. Trata-se, contudo, de um meio para

ampliar a reprodução do capital ao ampliar o contingente de trabalhadores e trabalhadoras que serão inseridos na dinâmica de mercado com o valor de sua força de trabalho abaixo do mínimo necessário, no mesmo movimento em que rebaixa o salário médio da classe. Se defende a justiça social enquanto, na verdade, é um meio que possibilita ao capital ampliar a exploração (Ferraz, 2022, p. 259).

Pelas lentes do realismo crítico, Fernandes (2019) – em sua pesquisa que teve por objetivo entender como se forma a hegemonia do discurso de fomento ao empreendedorismo nas políticas públicas de governos brasileiro a partir da redemocratização da década 1980 – ressalta como as evidências empíricas não são conclusivas quanto ao papel destas políticas em promover crescimento econômico, e

conclui que o discurso hegemônico em favor e do empreendedorismo funciona como uma forma de obliterar alternativas ao modelo neoliberal.

Por fim, ao ressaltar como uma breve análise dos clássicos é reveladora sobre o quão distintos e contraditórios os significados do termo empreendedorismo foram e ainda são; Bögenhold (2020), em artigo alinhado à corrente *against entrepreneurship* – como também o é este trabalho – argumenta que os acadêmicos não deveriam aceitar esse termo como coisa dada e utiliza-lo de forma indiscriminada, como tem sido feito, sendo necessário maior rigor para diferenciar o que é empreendedorismo do que não é. O pesquisador explica que, pelo fato de o empreendedorismo ser algo difícil de definir ou medir, na grande maior parte dos países uma equação é operacionalizada pelas agências nacionais, partidos e governos, de modo que os dados sobre empreendedorismo possam abarcar o autoemprego e o trabalho autônomo (é o caso, por exemplo, do que acontece no *Global Entrepreneurship Monitor*, como mostra Ferraz, 2021).

Em outras palavras, fortalecer o empreendedorismo significa fortalecer a proporção de autoemprego (como é o caso da figura jurídica do Microempreendedor Individual no Brasil, em realidade), e números crescentes de autoemprego passam a ser interpretados como um indicador do sucesso da política de empreendedorismo, sendo que empreendedorismo e trabalho autônomo não deveriam ser considerados a mesma coisa.

O termo empreendedorismo é inconsistente e enganador, uma vez que engloba uma variedade de significados e interpretações diferentes, e falta uma definição comum e precisa. O empreendedorismo abrange tantos itens diferentes simultaneamente que não se qualifica como um termo científico adequado. Diferentes significados se sobrepõem e variam desde comportamentos específicos e disposições psicossociais até segmentos específicos de empresas e setores emergentes, como grupos de autônomos no mercado de trabalho. Todos eles englobam diversos conteúdos acadêmicos, domínios, origens e destinos. Essa variedade é multiplicada por muitas combinações específicas, como empreendedorismo acadêmico, empreendedorismo feminino, microempreendedorismo, empreendedorismo de migrantes, empreendedorismo rural, empreendedorismo social, para citar apenas alguns exemplos. Em resumo, a multiplicidade é tão ampla que é inadequado abrangê-los sob um único termo. A conclusão e a recomendação de se ser "contra o empreendedorismo" é buscar termos semânticos e aplicações mais adequadas, que evitem mal-entendidos (Bögenhold, 2020, p.31, tradução do autor).

Apresentados esses elementos de crítica a partir de autores de diferentes abordagens teóricas, neste trabalho, como já colocado, adota-se a proposta de Uchôa de Oliveira

(2020a), e entende-se o empreendedorismo não apenas como uma ideologia, mas como uma demanda, a qual funciona a partir de um poder positivo, que visa mobilizar os sujeitos e torná-los empreendedores. O conceito de demanda empreendedora, lastreado nas noções foucaultianas expostas na primeira parte do referencial, será mais bem desenvolvido no item seguinte.

### 3.3 O EMPREENDEDORISMO PENSADO COMO UMA DEMANDA

Ao pensar, a partir da analítica da governamentalidade, o constante anúncio de que *somos tomos empreendedores*, Uchôa de Oliveira (2020a, 2020b) interpreta o empreendedorismo como uma demanda. Se o neoliberalismo é uma racionalidade, a demanda empreendedora é um dispositivo que sustenta essa racionalidade. Nas palavras da autora, o empreendedorismo pode ser entendido como uma “demanda específica, instrumento de regulação e condução do trabalho, dos trabalhadores e, ao fim e ao cabo, da vida em sociedade” (Uchôa de Oliveira, 2020a, p. 116). A demanda empreendedora deve ser compreendida

como um dispositivo de governo neoliberal formulado na urgência histórica da crise do emprego ao final do século XX e, nesse sentido, como uma resposta a uma crise de governo. Sendo o emprego não mais ‘possível’, e sendo o mercado o único regime de veracidade ‘possível’, a demanda empreendedora abocanha as várias outras formas de trabalhar que lhes são anteriores e exteriores – em outras palavras, tenta abarcar a polimorfia do trabalho -, agora sob a valorização do risco e do precário na condução de si e de outros, conforme a racionalidade neoliberal (UCHÔA DE OLIVEIRA, 2020a, p. 125-126).

A partir de uma rede intrincada de discursos, práticas e instituições que opera por meio da racionalidade neoliberal, a demanda empreendedora funciona como um dispositivo de governo neoliberal, que governamentaliza, através do discurso empreendedor, as várias formas de trabalho possíveis, estabelecendo uma continuidade colonial, e impondo uma determinada modernidade a ser alcançada.

Quanto a noção de dispositivo, Thiry-Cherques (2010, p.11), explica que abarca, além dos discursos, as práticas, as instituições, as táticas. Inclui a episteme e “todo social não discursivo”. Trata-se de uma formação de elementos heterogêneos que explicam as condições de possibilidade (o quadro) dos saberes (conceitos e percepções) de uma época.

A demanda empreendedora não está localizada no sujeito, mas efetiva-se por meio de uma determinada “representação de sujeito”, impondo um processo contínuo de formação do *self* empreendedor que visa uma determinada conduta, pautada pela racionalidade neoliberal. A partir de seu estabelecimento

todas as outras formas de trabalhar, de conduzir-se, de relacionar-se com os outros são expropriadas para que em seu lugar sejam localizados a narrativa empreendedora, o vocabulário empreendedor, o comportamento empreendedor e o espírito empreendedor (UCHÔA DE OLIVEIRA, 2020a, p. 125).

Sob a demanda empreendedora, na legislação vigente, o trabalhador por conta própria é tornado empreendedor. Para a legislação atual, o Sebrae, e o Global Entrepreneurship Monitor (GEM), o autoemprego é a manifestação do empreendedorismo, e discursivamente, milhares de pequenos empresários são transformados em milhões de empreendedores. Num cenário em que o emprego se torna artigo raro, as várias formas possíveis de se trabalhar (polimorfia do trabalho) são governamentalizadas para que passem a funcionar sob um novo arranjo, no qual sob a forma de “empreendedorismo”, sejam estimuladas e governadas, de modo que sua precariedade seja tornada produtiva (Uchôa de Oliveira, 2020b).

A demanda empreendedora torna a “viração” uma forma de governo dos trabalhadores. É o que governamentaliza, no Sul Global, a criação de trabalho e a gestão da sobrevivência, organizando, sob o signo do empreendedorismo, da flexibilização e da valorização da assunção de riscos, as várias formas precárias de trabalho em que a grande maioria dos trabalhadores no contexto das periferias do capitalismo desde sempre se encontraram, tornando o que que antes era majoritário, mas encarado como problemático, uma forma de governo (Uchôa de Oliveira, 2020b).

Como explicam Costa, Barros e Carvalho (2011), é a partir do Consenso de Washington ocorrido no início dos anos 1980, que a receita neoliberal formulada pelos países centrais é imposta também aos países da periferia do capitalismo, que agora subordinados às agências multilaterais, tais como Banco Mundial, Fundo Monetário Internacional e Organização Mundial do Comércio, passam a ser obrigados a cumprir um conjunto de políticas e processos que caracterizam o modelo capitalismo atual ditado pelos países centrais.

Em vista disso, Uchôa de Oliveira (2020b), recorrendo a Dados e Connell (2018), explica que, ao falarmos de neoliberalismo, está implícita a hegemonia de uma perspectiva geopolítica referenciada ao Norte, sendo, portanto, necessário compreender os dispositivos de governo neoliberal como parte de uma continuidade, ou seja, como parte da narrativa da colonialidade/modernidade. Oliveira, Caetano e Louredo (2021), recorrendo a Mignolo (2017) explicam que a modernidade é uma narrativa complexa, originada na Europa, que ressalta a civilização ocidental a partir de suas conquistas, escondendo a colonialidade. Quanto a colonialidade, é um termo que amplia o colonialismo, visto que

remete ao projeto de modernidade colonial que separa e hierarquiza raças, povos, gêneros e sexualidades, culturas, línguas e saberes, como forma de estabelecer e legitimar a hegemonia eurocêntrica. Ela vai além do processo histórico de colonização da América, da África e da Ásia por países europeus, integrando-se (e estruturando) o modo de produção capitalista contemporâneo. Seus efeitos não se limitam à organização geopolítica da economia, por meio da divisão internacional do trabalho (centro/periferia), mas abrangem a construção de formas hegemônicas de racionalidades e epistemes, incluindo a linguagem (a exemplo do uso do inglês como idioma universal) (Teixeira *et al.*, 2021, p. 6).

As lógicas coloniais (colonialidades) envolvem uma transformação radical do saber, do ser e do poder, promovendo uma colonialidade do saber, do ser e do poder, três componentes fundamentais que, articulados sistematicamente, produzem lógicas coloniais, práticas e modos do ser que promovem a modernidade/ colonialidade como uma parte legítima dos objetivos da civilização ocidental moderna (Maldonado-Torres, 2016). De acordo com Uchôa de Oliveira (2020a), a colonialidade do empreendedorismo reside na incessante imposição dos termos empreendedores em uso, em circulação e reprodução.

Ao impor os parâmetros do Norte global, “das economias voltadas à inovação”, a demanda empreendedora é parte de um “paradigma da modernização”, que classifica a experiência euroamericana como aquela que se desdobrou para a “melhor versão” de uma sociedade, sendo assim, é sexista, racista e classista por excelência. A partir do racismo, a demanda empreendedora estratifica as sociedades a partir do binômio desenvolvida/moderna e primitiva/arcaica; impondo um padrão universalista de desenvolvimento, como se verifica nos índices criados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM). Quem terá maior probabilidade de cumprir a demanda empreendedora é o homem euroamericano, branco, jovem e escolarizado. A

demanda empreendedora não está localizada no sujeito, mas efetiva-se por meio de uma determinada “representação de sujeito”, e esse sujeito é o “Bill Gates” (Uchôa de Oliveira, 2020b, p. 210-211).

## 4 A MÍDIA DE NEGÓCIOS

A mídia de negócios constitui um dos pilares de um conjunto maior denominado como “indústria do management”, no qual também estão inseridas as faculdades e empresas de consultoria em administração e gurus e coachs de negócios. A indústria do management diz respeito a um setor de negócios bem sucedido, o qual, a partir da produção de artefatos culturais, como livros e revistas de negócios, superou o *locus* da prática empresarial e do estudo das organizações, atuando na difusão, popularização e legitimação dos valores do management na sociedade, e constituindo, portanto, um importante veículo na disseminação de ideologias, dada sua abrangência e capacidade de publicizar ideias (Costa; Barros; Carvalho, 2011; Wood Jr.; Paes de Paula, 2002).

O termo *management* pode ser traduzido para o português como gestão, mas embora essas palavras muitas vezes sejam consideradas sinônimos, o management não pode ser reduzido à tarefa de gerir e administrar. Ainda que se apresente de forma pragmática, o management possui forte caráter ideológico, constituindo uma prática social surgida e consolidada em decorrência das reconfigurações do capitalismo, que possibilitaram o surgimento de uma classe de administradores assalariados e a consequente disciplinarização do saber administrativo. Expresso por um conjunto de instruções e prescrições gerenciais que prometem solucionar problemas e transformar comportamentos, o management representa uma ideologia, uma dada visão de mundo e um sistema específico de crenças, que conduzem à ideia de que todas as esferas da vida são administráveis (Batista, 2022).

Por meio da mídia de negócios, o empreendedorismo vem adquirindo a força de dogma: sua validade e atemporalidade são tornados incontestáveis, universais. Wood Jr. e Paes de Paula (2002) evidenciam que no caso do empreendedorismo, a mídia de negócios constrói e difunde discursos que conduzem à crença no livre mercado e em tecnologias gerenciais, a visão do indivíduo como empreendedor de si mesmo, ao culto da excelência como forma de aperfeiçoamento individual e coletivo, e ao culto de símbolos e figuras emblemáticas, que personifiquem os ideais empreendedores.

Costa, Barros e Martins (2012), a partir da análise das práticas discursivas da mídia de negócios identificam a intrínseca, naturalizada e inevitável relação entre empreendedorismo, capitalismo e desenvolvimento socioeconômico presentes nos

textos, que difundem a ideia de que, para que uma sociedade possa potencializar todos os benefícios provenientes de um mercado livre, necessita de um ambiente propício à emergência do espírito empreendedor, celebrando o empreendedor como um herói. O discurso da mídia de negócios apregoa de forma indiscriminada a possibilidade e urgência de que todos sejam empreendedores. Aqueles que não podem ser considerados empreendedores natos devem desenvolver essa atitude e/ou habilidade. A partir do estabelecimento de uma série de referenciais, pretende-se organizar o comportamento humano no mundo do trabalho (Wood Jr; Paes De Paula, 2002).

Wood Junior e Paes de Paula (2002) indicam que as publicações da mídia de negócios, ao apresentarem narrativas acriticamente importadas e com evidente aspecto de controle social, se prestam a ocultar tensões geradas pela instabilidade do mundo do trabalho contemporâneo, sem questionar o reducionismo e os condicionantes ideológicos embutidos nas informações sobre negócios, que acabam sendo facilmente disseminadas entre professores e alunos do campo da administração, e adquirindo caráter de legitimidade.

Nesta dissertação são analisados dois dos principais e mais tradicionais veículos da mídia de negócios brasileira, a revista Exame e a revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios (PEGN). A revista Exame foi criada em 1971, tendo como referência a revista norte-americana *Fortune*, com foco em divulgar estratégias empresariais a partir da opinião de grandes empresários e exemplos de gestão, valendo-se grandemente da transcrição de artigos da norte-americana *Harvard Business Review*. Mais recentemente, além de oferecer matérias de interesse geral, busca relacionar fatos econômicos com seus impactos sobre as empresas e divulga sistematicamente novas tecnologias gerenciais (Wood Junior; Paes de Paula, 2002). Publicada originalmente pela Editora Abril, em dezembro de 2019 foi vendida ao banco BTG Pactual, e é atualmente publicada pela unidade de negócios editoriais deste (Ribeiro, 2020).

Lançada em 1989, um ano após o programa de TV de mesmo nome, também exibido até hoje pela TV Globo nas manhãs de domingo, a revista Pequenas Empresas, Grandes Negócios (PEGN), publicada pela editora Globo se define, em seu site, como “a maior e mais importante comunidade de empreendedores do Brasil”. Casaqui e Doretto (2022) analisam que esta publicação possui um discurso inspiracional

sobretudo acerca do empreendedorismo juvenil, e tem como objetivo que a juventude brasileira seja unificada pelo *ethos* empreendedor. As matérias analisadas pelos autores mostram o jovem como um empreendedor que inspira a sociedade, como aquele em que se deve investir para que o país possa se desenvolver por meio de suas ações empreendedoras, pretendo que a própria juventude seja transformada em empreendimento.

Encerrado aqui o referencial teórico, no próximo capítulo trato dos aspectos metodológicos da pesquisa.

## 5 PERCURSO METODOLÓGICO

Em vista dos objetivos de pesquisa traçados, propõe-se, a partir da investigação documental de matérias publicadas nas revistas Exame e Pequenas Empresas, Grandes Negócios (PEGN) entre os anos de 2020 e 2023, um exame crítico e de cunho qualitativo dos discursos empreendedorísticos, devendo ser procedida, para tanto, uma análise do discurso de inspiração foucaultiana. De acordo com Flick (2007), ante a complexidade crescente dos temas estudados pelas ciências sociais aplicadas, a abordagem qualitativa ganha espaço por possibilitar compreender, descrever e explicar fenômenos que não podem ser quantificados, e para os quais não faz sentido buscar generalizações estatísticas. Nessa linha, van Dijk (2001), argumenta que a pesquisa crítica, ao buscar entender os contextos e estruturas que permeiam questões sociais e políticas, conduz à compreensão de como os discursos se relacionam com o poder na sociedade.

Coffey (2014) explica que, embora a pesquisa documental tenha uma longa história dentro das ciências sociais em geral, os pesquisadores qualitativos nem sempre reconheceram o potencial analítico do estudo de documentos escritos e registros textuais, tais quais jornais e revistas, como dados de pesquisa. A autora defende o potencial dos documentos, entendidos de forma ampla, e explica que estes são fatos sociais, sempre socialmente definidos, produzidos e consumidos, de modo que, ao olhar para os documentos analiticamente, precisamos examinar os processos de produção e consumo; e esses, por si só, poderão nos dizer algo sobre o cenário social, conduzindo-nos à compreensão das práticas sociais. É, portanto, essa produção social (e, na verdade, consumo) de documentos, que lhes confere *affordance* analítica.

Procedida essa breve elucidação acerca da pesquisa documental e de natureza qualitativa; o método de análise e os critérios de seleção serão mais bem explicados nos tópicos que se seguem.

### 5.1 A ANÁLISE DO DISCURSO DE INSPIRAÇÃO FOUCAULTIANA

A escolha por realizar uma análise do discurso inspirada no pensamento foucaultiano está em consonância com os pressupostos do entendimento de empreendedorismo

aqui adotado, desenvolvido por Uchôa de Oliveira (2020a), a partir da apropriação de instrumentos de pensamento derivados da genealogia de Foucault. Ao identificar o empreendedorismo como uma demanda, instrumento de regulação e condução do trabalho, dos trabalhadores e da própria vida em sociedade, a autora defende que o empreendedorismo não pode ser considerado simplesmente ideológico, mas que é sustentado por uma constante mobilização.

Ao definir a demanda empreendedora, Uchôa de Oliveira (2020b) insiste em sua *positividade* (entendida como propriedade de produzir alguma coisa, como o fazem a biopolítica e a governamentalidade), a qual reside, principalmente, nessa sua chamada à mobilização, de modo a recusar outras noções recorrentemente anunciadas para se falar sobre empreendedorismo, como ideologia, falácia ou mitologia, as quais considera fazer com que ignoremos as próprias condições políticas para a regulação e para o controle do trabalho, e as disputas e lutas em torno disso. Considerando então essa recusa, que visa afastar da demanda empreendedora a ideia de falsidade, não seria epistemologicamente coerente, nem razoável com a proposta que estou aderindo, adotar aqui outra vertente de análise do discurso, como a análise crítica ou mesmo a francesa, para as quais a noção de ideologia é basilar.

Para Foucault, é importante abandonar a ideia de que há algo intencionalmente oculto por trás dos discursos. A análise do discurso, segundo sua perspectiva, consiste em perceber as relações históricas presentes no próprio texto, e para tanto deve permanecer no nível da existência das palavras, daquilo que está dito. O foco está nos enunciados, em se apropriar do discurso em toda sua complexidade, e em compreender as relações que o próprio discurso estabelece:

Não se volta ao aquém do discurso - lá onde nada ainda foi dito e onde as coisas apenas despontam sob uma luminosidade cinzenta; não se vai além para reencontrar as formas que ele dispôs e deixou atrás de si; fica-se, tenta-se ficar no nível do próprio discurso. Já que é preciso, às vezes, acentuar ausências, embora as mais evidentes, direi que, em todas essas pesquisas em que avancei ainda tão pouco, gostaria de mostrar que os "discursos", tais como podemos ouvi-los, tais como podemos lê-los sob a forma de texto, não são, como se poderia esperar, um puro e simples entrecruzamento de coisas e de palavras: trama obscura das coisas, cadeia manifesta, visível e colorida das palavras; gostaria de mostrar que o discurso não é uma estreita superfície de contato, ou de confronto, entre uma realidade e uma língua, o intrincamento entre um léxico e uma experiência; gostaria de mostrar, por meio de exemplos precisos, que, analisando os próprios discursos, vemos se desfazerem os laços aparentemente tão fortes entre as palavras e as coisas, e destacar-se um conjunto de regras, próprias da prática discursiva (Foucault, 1987, p. 54-55).

Segundo Foucault, analisar um discurso envolve

Não mais tratar os discursos como conjuntos de signos (elementos significantes que remetem a conteúdos ou a representações), mas como práticas que formam sistematicamente os objetos de quem falam. Certamente os discursos são feitos de signos; mas o que fazem é mais que utilizar esses signos para designar coisas. É esse mais que os torna irreduzíveis à língua e ao ato da fala. É esse mais que é preciso fazer aparecer e que é preciso descrever (Foucault, 1987, p. 55).

Assim, a análise do discurso de inspiração foucaultiana (a qual assim me refiro por não haver uma única forma de realizá-la, como um padrão ou manual) não está interessada de forma preponderante no exame gramatical, semântico, e de vocabulário, mas nas práticas sociais contidas nos textos. Não se trata tampouco de buscar pelo que está oculto, mas de se compreender, a partir da análise da materialidade do texto, do que está em evidência, as estratégias, sejam políticas, sociais, ou econômicas, que ali operam. O tipo de análise empreendido por Foucault está interessado no exame das diversas formas por meio das quais o discurso desempenha um papel no interior de um sistema estratégico no qual o poder está implicado e para o qual funciona, estando, portanto, em perfeita sintonia com o que aqui se objetiva: analisar o papel estratégico que os discursos empreendedorísticos ocupam no contexto biopolítico da governamentalidade neoliberal contemporânea. No próximo tópico ficarão evidenciadas as questões essencialmente foucaultianas que orientaram as análises.

## 5.2 A SELEÇÃO DOS DISCURSOS

Para Foucault (1987) o discurso é uma prática, não devendo ser reduzido a textos interpretados a partir de sua própria estrutura interna, mas de modo articulado às práticas políticas, econômicas e sociais. As práticas discursivas determinam e evidenciam os mecanismos de organização do real próprios de um determinado momento histórico. Na pesquisa de inspiração arqueológica e genealógica, não tratamos, desse modo, da constituição de um *corpus* de pesquisa, mas da seleção de discursos. O corpus é indefinido, pois jamais se chegará a constituir o conjunto de discursos pronunciados sobre determinado tema, ainda que limitada a investigação a uma determinada época e a um determinado lugar (Thiry-Cherques, 2010).

A partir da análise do que temos chamado aqui de *discurso empreendedorístico*, pretendemos compreender o papel da mídia de negócios na promoção da demanda empreendedora, a qual, de acordo com Uchôa de Oliveira (2020a) circula e funciona por meio de uma rede heterogênea de discursos e práticas, não possuindo um posto central ou único de disseminação e sendo

produzida e reproduzida em muitos espaços, em diferentes contextos. Coaches, gurus de negócios, revistas, programas de TV e rádio, canais de streaming, podcasts, blogs e perfis em redes sociais, manuais, artigos acadêmicos das mais variadas disciplinas, pesquisas, instituições e organizações privadas e públicas, think tanks, universidades e escolas, discursos de políticos e economistas, pareceres no Legislativo e no Judiciário são apenas alguns dos incontáveis veículos transmissores dessa demanda (Uchôa de Oliveira, 2020a, p. 124).

Dentre tantos recortes que seriam portanto possíveis, a escolha por proceder nossa seleção de discursos a partir da mídia de negócios tem em vista que apontam os estudos sobre a literatura popular de gestão (Wood Junior, Paes De Paula, 2002; Costa, Barros e Martins, 2012) acerca da influência, sob professores e alunos do campo da administração, das ideias acriticamente disseminadas por essas publicações, o que torna vital a tarefa de se manter sob constante escrutínio as novas estratégias discursivas que vão sendo difundidas.

Como já dito, a seleção dos discursos foi composta a partir de matérias veiculadas entre os anos de 2020 e 2023 em duas das principais revistas de negócios em circulação no Brasil, quais sejam, a Exame, e a Pequenas Empresas, Grandes Negócios (PEGN). A escolha específica por essas duas publicações foi precedida da análise de matérias veiculadas por diversas outras publicações da mídia de negócios, por meio do que busquei entender melhor o enfoque e a linha editorial de cada uma delas. Por fim, em vista do nosso interesse em compreender como as mais diversas formas de trabalho tem sido governamentalizadas, considerei adequada a escolha por essas duas revistas, em detrimento de outras, por dialogarem com um público mais diverso e mais amplo, como o de estudantes e profissionais autônomos em geral, proprietários de pequenos negócios, não tendo como foco exclusivo executivos e profissionais da gestão, como é o caso de outras publicações.

Quanto ao recorte temporal, justifica-se em vista do interesse em apreender as práticas discursivas mais atuais, visto que já existem trabalhos diversos os quais investigaram os discursos sobre empreendedorismo nessas publicações em anos

anteriores ao período estabelecido, como por exemplo os realizados por Wood Junior e Paes De Paula (2002), Costa, Barros e Martins (2012), Souza-e-Silva e Stella (2016) e Casaqui e Doretto (2022). Este recorte foi julgado interessante ainda por cobrir as publicações do período da pandemia de COVID-19, o que nos possibilita verificar as estratégias discursivas promovidas ante o cenário de crise generalizada, não tendo sido, portanto, uma escolha arbitrária, mas que privilegia as discussões mais recentes. Focamos assim a curta duração histórica, buscando evidenciar que foram as transformações históricas as responsáveis pela nossa atual constituição como sujeitos empreendedores de nós mesmos. Desse modo, o que intentamos fazer aqui, a partir de uma análise de inspiração arqueogenealógica, é uma história do tempo presente.

Quanto a escolha das matérias de cada uma das duas fontes que seriam analisadas, após a definição do recorte temporal, procedi a assinatura paga de ambas as publicações, para que tivesse acesso, além das matérias disponíveis a todos de forma gratuita no portal mantido por cada uma delas, também aos conteúdos exclusivos para assinantes, os quais integram a revista, no formato digital. Aqui, embora na maioria das vezes neste trabalho possamos nos referir de forma indiscriminada sempre à *revista*, por ser esse o termo mais usual, haja vista o formato pelo qual ficaram conhecidas; em vista de explicarmos como se deu a seleção das matérias, cabe fazer uma distinção entre as revistas digitais, propriamente ditas, e os portais.

É evidente que, com o surgimento e a popularização da internet os veículos de mídia tradicionais, como as revistas que temos em análise, criaram seus *websites* e passaram a publicar conteúdo *online*, isso desde a década de 1990 (Manrich; Diniz; Sandes-Guimarães, 2013). Embora não nos convenha adentrar às discussões surgidas a partir desse cenário, pois fugiria do nosso escopo, importa dizer que a *Exame* conta hoje, além da revista de publicação mensal, com o portal *exame.com*, que além de publicar matérias diárias, conta com *newsletters* e uma plataforma de cursos. Enquanto isso, a PEGN conta, além da revista, com um portal, que publica matérias diariamente, e um programa televisivo semanal. Ambas as publicações contam também com forte presença nas redes sociais.

A partir então da assinatura, ainda sem saber em que tipo de texto focar e sem que tivesse sido definido qualquer critério de seleção, iniciei uma leitura prévia dos textos publicados tanto nos portais quanto nas revistas, observando que discussões sobre o tema empreendedorismo podiam ser vastamente encontradas tanto nas notícias

publicadas nos portais quanto nas mais distintas seções de ambas as revistas digitais, como reportagens, entrevistas, artigo de opinião, colunas e editoriais, os quais trato neste trabalho, de maneira genérica e indistinta, como matérias. Dessa leitura prévia pude concluir que o maior critério de seleção deveria ser o potencial de contribuição dos enunciados constantes da matéria para a análise pretendida, de modo que não seria interessante desprezar nenhum material disponível, desde que estivesse dentro do período definido, fosse das revistas ou do portal, sob o risco de perder conteúdos valiosos. Tal decisão foi devida também a percepção de que assim formaríamos um arquivo mais rico e complexo, que a partir da intertextualidade possibilitada pela presença de textos de gêneros jornalísticos diversos, nos permitiria analisar a convergência ou o afastamento de discursos.

A seleção das matérias a serem lidas foi então realizada por meio da ferramenta de pesquisas disponível nos portais e nas revistas mencionadas, pesquisando-se pelo radical “empreende” no campo de buscas. O critério orientador da seleção foi assim a identificação de termos formados a partir do radical pesquisado, fosse no título, no *lead*, ou no corpo da matéria. Dessa forma, passei a realizar uma primeira leitura das matérias que apareceram nos resultados, partindo das mais recentes para as mais antigas. A partir dessa primeira leitura, pude descartar as matérias que na realidade não tratavam de maneira precípua sobre o tema empreendedorismo, mas apenas continham algum termo relacionado em meio à outras discussões, fazendo desse mais um critério de seleção estabelecido no decorrer da pesquisa.

Dentre as matérias que tinham o empreendedorismo como assunto principal, salvei os *links* daquelas que, já a partir dessa primeira leitura, pareceram conter elementos interessantes para a análise. Aquelas que tinham o empreendedorismo como tema principal, mas considerei não abordarem aspectos interessantes para o tipo de análise que pretendia realizar, foram também descartadas já nessa primeira leitura. Feito esse primeiro mapeamento, foram salvos os *links* de 60 matérias de ambas as publicações. Passei a proceder então uma leitura mais acurada desses textos, concluindo que 35 deles poderiam contribuir efetivamente para a análise com foco nas relações de poder, e que esse número seria suficiente para responder aos objetivos traçados.

É preciso explicar aqui que, os *sites* da Exame e da PEGN funcionam de modos distintos. No caso da PEGN, as matérias da revista propriamente, não vão para o portal, ficando disponível apenas em formato *pressreader* para os assinantes. Assim,

a pesquisa teve que ser feita separadamente no portal e na revista digital, tendo sido possível discriminar a origem das matérias. Já no caso da *Exame*, a revista integra o portal, e as matérias, mesmo as exclusivas para assinantes, são lidas na mesma página web, e passam a integrar a mesma ferramenta de pesquisa. Quando os resultados são exibidos, não é possível discernir se aquela matéria foi publicada apenas no portal ou também em alguma edição da revista. Dessa forma, todas as matérias foram consideradas como originais do portal, pois mesmo as que são veiculadas na revista integram o portal. As matérias selecionadas foram as seguintes:

Quadro 1: Matérias selecionadas

Nº	Revista/ Portal	Ano	Mês	Título da matéria
1	PEGN - Revista	2020	Jul	Por um novo olhar
2	PEGN - Revista	2021	Jun	Não deixe ninguém te impedir de abrir uma startup
3	PEGN - Revista	2021	Fev	Empreender com as mãos
4	PEGN - Revista	2022	Nov	Afroempreendedorismo em evolução
5	PEGN - Revista	2022	Nov	Educação para formar e incluir
6	PEGN - Portal	2022	Dez	Empreendedores de baixa renda movimentam R\$ 61 bilhões por ano em São Paulo
7	PEGN - Revista	2023	Ago	Aprender a empreender
8	PEGN - Revista	2023	Ago	Se você pensa que sabe tudo, está em apuros
9	PEGN - Portal	2020	Dez	8 histórias de negócios que foram criados por causa da pandemia em 2020
10	PEGN - Portal	2021	Out	Conheça 6 startups que querem acabar com a fome, o racismo e a desigualdade social no país
11	PEGN - Portal	2022	Fev	Revogar a reforma trabalhista é retrocesso', diz presidente da Fiesp
12	PEGN - Portal	2022	Ago	DataFolha: 98% dos jovens querem que Ensino Médio prepare para mercado de trabalho
13	PEGN - Portal	2022	Ago	Carlos Wizard aposta em empreendedorismo para jovens e lança franquia de MBA infantil
14	PEGN - Portal	2023	Ago	Empreendedora indígena que começou vendendo frutas desidratadas hoje tem sua própria marca de chocolates
15	PEGN - Portal	2023	Abr	Dia dos Povos Indígenas: empreendedorismo como ferramenta de empoderamento
16	PEGN - Portal	2023	Jan	Zezé di Camargo vai vender cursos de empreendedorismo com lições de sua carreira
17	PEGN - Portal	2023	Nov	Potência na favela: 5 empreendedoras que geram impacto positivo com seus negócios

18	PEGN - Portal	2023	Ago	Franquia de escolinhas infantis fatura R\$ 8 milhões ensinando até empreendedorismo
19	PEGN - Portal	2023	Nov	12 franquias baratas para abrir com o 13º salário e empreender em 2024, que custam a partir de R\$ 4,5 mil
20	Exame - Portal	2020	Fev	“Foi o empreendedorismo que fez a população negra emergir após a abolição”
21	Exame - Portal	2020	Fev	As empresas buscam intraempreendedores. Você se encaixa nesse perfil?
22	Exame - Portal	2022	Jun	Empreendedorismo infantil: o que é e como estimular?
23	Exame - Portal	2022	Jun	Empreendedorismo começa no berço?
24	Exame - Portal	2022	Jun	Além das salas de aula: 4 maneiras de aprender mais sobre empreendedorismo
25	Exame - Portal	2023	Ago	Resiliência e flexibilidade estão no DNA do empreendedor brasileiro
26	Exame - Portal	2023	Dez	Uma forma diferente de empreender
27	Exame - Portal	2023	Abr	"Você não é empreendedor até assinar um contracheque", afirma Vinod Khosla, guru dos investimentos
28	Exame - Portal	2023	Jan	Você é um intraempreendedor? Ter boas ideias é questão de sobrevivência
29	Exame - Portal	2023	Abr	Brazil at Silicon Valley: de casa cheia, evento espanta desânimo do VC e empolga empreendedores
30	Exame - Portal	2023	Nov	Ageless: empreender aos 40+ não se trata do SE, mas do QUANDO
31	Exame - Portal	2023	Nov	Na Favela dos Sonhos, As Mara promete uma revolução capitalista, sob a batuta de Edu Lyra
32	Exame - Portal	2023	Out	Como o espírito empreendedor chinês fez o país crescer nas últimas décadas
33	Exame - Portal	2023	Out	“A mulher empreendedora vai reconstruir e mudar o Brasil”, diz ministra das Mulheres em evento
34	Exame - Portal	2023	Out	Dia do Empreendedor: executivos contam o maior desafio que enfrentaram na hora de empreender
35	Exame - Portal	2023	Out	Empreendedorismo: o que é, importância e exemplos

Fonte: Dados da pesquisa.

Concluída essa seleção das 35 matérias, realizei novas leituras a fim de, mirando para os diferentes aspectos das relações de poder ali nos textos contidas, pensar categorias de análise que facilitassem a apresentação dos resultados e que respondessem às questões orientadoras desta dissertação. A definição dessas

categorias de análise exigiu, é certo, um processo reflexivo, mediante o qual, olhando para o arquivo empírico constituído, recapitulei as questões de pesquisa propostas e os motivos que me levaram até elas, refletindo-as criticamente à luz do referencial teórico construído, em concomitância.

Desse modo, as questões apontadas por Gregolin em entrevista à Navarro e Sargentini (2022, p. 30) como seminais ao analisar a mídia sob a lente foucaultiana, sejam elas “como se constrói a história na mídia? Como o discurso da mídia produz as *verdades* de um momento histórico? Como os discursos da mídia formatam as subjetividades em um momento histórico?”, surgiram como um caminho apropriado à definição de três categorias de análise. As duas primeiras questões levantadas pela autora levaram a pensar a primeira categoria, intitulada “O discurso da mídia e a produção de verdades empreendedorísticas”, na qual o foco está em contestar o empreendedorismo como um objeto pretensamente natural e compreender como certos discursos empreendedorísticos que circulam hoje chagaram a adquirir *status* de verdade.

A segunda categoria, “O discurso da mídia e a condução das condutas para o empreendedorismo”, trata, como o título sugere, da governamentalidade, o governo das mentalidades para a condução das condutas. É claro que em todas as três categorias do que estamos tratando é, ao fim, da governamentalidade neoliberal; porém, tendo sido a divisão pensada para facilitar e tornar mais inteligível a apresentação dos resultados, essa categoria foi pensada para abrigar discursos que de modo mais direto buscam governar as condutas, estabelecendo o empreendedorismo como um imperativo social e apontando diretrizes mais concretas sobre o que deve ser feito para se tornar um empreendedor. A terceira categoria, “O discurso da mídia e a formatação da subjetividade empreendedora” foi pensada a partir da terceira questão apresentada por Gregolin à Navarro e Sargentini (2022) e visa analisar as práticas subjetivadoras que intentam moldar a identidade do sujeito empreendedor de si mesmo. Sempre em vista de tornar a apresentação mais compreensível ao leitor, cada uma dessas três categorias de análise foi dividida em duas subcategorias, pensadas a partir de uma análise temática considerando a recorrência de certos aspectos dos discursos. Os resultados são apresentados a seguir.

## 6 INTERROGANDO OS TEXTOS: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados e discutidos, à luz do referencial teórico, excertos das 35 matérias selecionadas, publicadas pelas revistas Exame e PEGN entre os anos de 2020 e 2023. Para facilitar a apresentação, os resultados foram divididos, como mostra o quadro a seguir, em três categorias de análise, cada qual dividida em duas subcategorias. Como os títulos já evidenciam, as três categorias, em conjunto, dão conta dos principais aspectos a serem observados numa análise do discurso de inspiração foucaultiana.

Quadro 2: Categorias e subcategorias de análise

<b>Categoria de análise</b>	<b>Subcategorias de análise</b>
O discurso da mídia e a produção de verdades empreendedorísticas	Passado, presente e futuro conectados pelo empreendedorismo de um povo
	A panaceia empreendedora
O discurso da mídia e a condução das condutas para o empreendedorismo	Ninguém pode ser deixado de fora
	Aprender a empreender
O discurso da mídia e a formatação da subjetividade empreendedora	Resiliência para aguentar o risco
	Vender o peixe para vencer na vida

Fonte: Elaborado pelo autor.

### 6.1 O DISCURSO DA MÍDIA E A PRODUÇÃO DE VERDADES EMPREENDEDORÍSTICAS

Mas, o que há, enfim, de tão perigoso no fato de as pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente? Onde, afinal, está o perigo? (Foucault, 1996, p. 8).

(...) em todas as sociedades a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e terrível materialidade. (Foucault, 1996, p. 9).

Nesta primeira categoria analítica, a partir da proposta foucaultiana mais alinhada à fase arqueológica, pretende-se evidenciar as articulações entre as práticas discursivas da mídia de negócios e a produção de verdades empreendedorísticas. O

foco aqui está em enfrentar o empreendedorismo como um objeto pretensamente natural, analisando-se e discutindo-se – a partir de excertos da mídia de negócios e sempre com vistas ao movimento histórico – discursos contemporâneos que objetivam a produção de verdades. Assim, o intuito é compreender melhor as formas pelas quais o poder neoliberal se liga a determinados discursos a fim de produzir efeitos de verdade.

### **6.1.1 Passado, presente e futuro conectados pelo empreendedorismo de um povo**

Como o discurso da mídia (re)produz as verdades de um momento histórico? Como se constrói a história na mídia? Partindo de Foucault, Gregolin (2008) e Oliveira, Oliveira e Nogueira (2018) ensinam que, na contemporaneidade, a mídia é o principal dispositivo discursivo responsável pela formatação da historicidade que nos atravessa e constitui, conectando o passado ao presente. Por meio de textos verbais e não-verbais, que incessantemente interpelam o leitor, a mídia é capaz de reinterpretar imagens e palavras do passado, delineando, assim, nossa identidade histórica, e influenciando a memória e o esquecimento.

De acordo com Gregolin (2008) a interpretação contemporânea do passado se dá por meio de certas figuras, que frequentemente reintroduzidas, permitem ressignificações, novos movimentos interpretativos, e deslocamentos de sentido. Seguindo essa pista, ao escavar os enunciados presentes nas malhas das mídias de negócios contemporâneas, nos deparamos com o discurso de que as mulheres negras foram as primeiras empreendedoras do Brasil, e que a habilidade empreendedora, tida como algo próprio do povo negro, era algo notável desde aquela época:

O afroempreendedorismo no Brasil começa quando a primeira pessoa negra aporta no país. A África é uma grande veia empreendedora. (...) Quando o povo escravizado veio para o Brasil, trouxe essa habilidade empreendedora. Aqui, muitas mulheres vendiam quitutes e especiarias, em acordo com seus donos: metade ficava para elas. (...). Alguns exemplos (de empreendedorismo) são as baianas do acarajé e as lavadeiras, que prestavam serviços nos períodos colonial e imperial do país (Matéria nº 4, PEGN, 2022).

Ante tais enunciações, representativas de um discurso cada vez mais difundido na sociedade e tomado como verdade sobretudo nas páginas das mídias de negócios e

no âmbito dos cursos de Administração país afora, devemos nos questionar: O que faz com que sejam reproduzidos, de forma naturalizada, conceitos que foram historicamente construídos, como o de empreendedorismo? Que condições possibilitaram a emergência de discursos como esses? Como certas verdades se tornam naturais e hegemônicas? Que regimes de verdade esses discursos estão sustentando?

Quando no pós-abolição, com a chegada dos imigrantes europeus para ocupar os postos de trabalho no campo e na cidade, ficaram os homens negros incapacitados de exercer o papel de provedor de suas mulheres e filhos, restou às mulheres negras conseguir os recursos para a sobrevivência de seus homens e filhos. Essa experiência histórica produziu uma mulher negra marcada essencialmente pela superexploração de seu trabalho (Gomes, 2019).

Nos discursos da mídia de negócios contemporânea, no entanto, a figura da mulher negra do período pós-abolição é resgatada e reinterpretada consoante a racionalidade neoliberal, que toma a todos como empreendedores de si mesmos, produzindo um deslocamento de sentido que visa dar sustentação à ideia de que somos, desde as origens, um povo empreendedor. A mulher negra do período pós-abolição surge então como uma empreendedora capaz de moldar seu próprio destino a partir de sua iniciativa comercial. A labuta incansável pela sobrevivência dos seus, e a lida penosa em todo tipo de trabalho enfrentadas pelo povo negro no período pós-abolição, é convertida em empreendedorismo:

Escravizados podiam exercer funções de pessoas livres: sapateiros, costureiras e feirantes. Com uma abolição que não trouxe reparações históricas, pouco mudou – empreender era necessidade (Matéria nº 4, PEGN, 2022).

Foi o empreendedorismo que fez a população negra emergir após a abolição (Matéria 20, Exame, 2020).

Certeau (1982, p.119), ensina que “escrever história é gerar um passado, circunscrevê-lo, organizar o material heterogêneo dos fatos para construir no presente uma razão”. Flagrantemente anacrônica – pois como visto as primeiras definições de empreendedorismo cunhadas no século XVIII nem de longe poderiam dar margem a isso – a história escrita pela mídia a partir de tal reinterpretação dos fatos só poderia mesmo ser concebida consoante a razão neoliberal contemporânea, a qual considera

cada indivíduo como um capital humano e empreendedor de si mesmo. A partir de discursos como o em tela, que no caso além de anacrônico é também revisionista e mesmo negacionista, a mídia organiza os fatos do passado de acordo com a razão neoliberal do presente, produzindo assim as verdades de um momento histórico e formatando a historicidade que nos constitui. Conforme a racionalidade neoliberal, o empreendedorismo é apresentado como parte da nossa natureza:

O espírito empreendedor está arraigado em nosso DNA – basta ver exemplos do período da abolição, quando mulheres se uniam e empreendiam para comprar as alforrias de seus pares” (Matéria nº 1, PEGN, 2020).

Para Foucault (1996) o discurso não se trata de uma representação da realidade, mas de uma força que a constrói. O discurso é tomado como uma prática social, historicamente determinada, responsável por constituir os sujeitos e os objetos, e por produzir as identidades. A partir da perspectiva foucaultiana, é evidente que não existe então, previamente, esse sujeito empreendedor. O empreendedorismo não pode estar, em absoluto, inscrito na natureza humana, em nosso DNA. Não existe uma essência empreendedora. Esse sujeito empreendedor, como entendido na contemporaneidade, está sendo produzido, discursivamente, no e pelo governo neoliberal, sendo a mídia de negócios, aqui em análise, apenas um, dos inúmeros artefatos responsáveis por produzir, difundir, materializar, e tornar concreto esse discurso.

No momento histórico em que vivemos, marcado pela racionalidade neoliberal, a emergência de discursos como esses – que representam o povo escravizado, que lutava por sua liberdade e sobrevivência, como os primeiros empreendedores do Brasil – tem a ver então com a necessidade de produção de uma identidade empreendedora. Ao promover o apagamento das contradições históricas da escravidão para produzir cases de empreendedorismo, esse movimento discursivo desempenha o papel de disciplinar e regular a população por meio da conformação de uma certa identidade, dócil e produtiva, pressuposta pela governamentalidade neoliberal. Configura, assim, uma estratégia discursiva capaz de promover um dispositivo de governo neoliberal: a demanda empreendedora, como bem definida por Uchôa de Oliveira (2020a).

A partir da localização do empreendedorismo no passado do povo brasileiro, fica evidente uma perspectiva essencialista e vulgar, tal qual defendida por autores como

Boava e Macedo (2017), que ignorando a historicidade por trás do dito empreendedorismo, pretende naturalizá-lo, representando-o como um traço inato, um espírito, ou um traço genético presente no nosso DNA. Trata-se, pois, de uma estratégia discursiva que, promovendo uma reinterpretação de uma memória de luta, pretende prover sustentação ao único regime de veridicidade admitido sob o neoliberalismo: o do mercado. No neoliberalismo o mercado se torna o lugar de formação de regimes de verdade, os quais estabelecem discursos que enunciam, exclusivamente a partir da lógica concorrencial de mercado, o que deve ser considerado falso ou verdadeiro, negativo ou positivo (Foucault, 2008a; Avelino, 2016).

Gregolin, em entrevista a Navarro e Sargentini (2022), defende que analisar as políticas da verdade do nosso momento histórico possibilita desconstruir discursos que negam a história e se esforçam para reescrevê-la a partir de interesses outros. Sob o neoliberalismo, o interesse "verdadeiro" é aquele conectado à lógica "natural" do mercado (Avelino, 2016), a qual beneficiaria o esforço dos melhores. E ao mercado só interessa contar histórias de mulheres negras caso se assemelhem a de Madam C. J. Walker (considerada a primeira afro-americana a se tornar milionária no século XIX a partir de sua iniciativa empreendedora) que constituam *cases* de empreendedorismo capazes de conduzir as condutas de outras.

Aqui, tratando ainda desse revisionismo difundido pela mídia de negócios, cabe abrir um parágrafo para consignar que, se o povo negro do período da escravidão tem sido louvado por suas iniciativas empreendedoras, consoante a mesma racionalidade neoliberal, os algozes dos povos indígenas primeiramente escravizados também já o foram. Em 2019, em comemoração a criação das capitâncias hereditárias, o então vice-presidente do governo Bolsonaro, General Mourão, publicou no Twitter: *"Descoberto pela mais avançada #tecnologia da época, o País nascia pelo #empreendedorismo que o faria um dos maiores do mundo. É hora de resgatar o melhor de nossas origens"*. Em seguida twittou: *"Donatários, bandeirantes, senhores e mestres do açúcar, canoieiros e tropeiros, com suas mulheres e famílias, fizeram o Brasil. Só um povo empreendedor constrói um país dessas dimensões"*.

Ora, se os bandeirantes foram empreendedores, lideraram uma *startup* especializada na prestação de um serviço que foi realmente efetivo: o genocídio dos povos originários. Esse contraponto expõe o que há, enfim, *"de tão perigoso no fato de as*

*“pessoas falarem e de seus discursos proliferarem indefinidamente”*, como questionou Foucault (1996, p. 8). Aqueles que louvam as iniciativas empreendedoras do povo negro escravizado não terão como reclamar que a mesma alcunha de empreendedores seja conferida aos bandeirantes, pois partem da mesma noção sobre o que seria esse tal empreendedorismo.

Sob o neoliberalismo, empreendedorismo passa a ser entendido como praticamente sinônimo de ação humana (Nunes, 2021). A generalização do empreender, a indiscriminada utilização de um termo tão repleto de sentidos que passa a ser capaz de denotar quase qualquer coisa, qualquer tipo de trabalho, conduz ao apagamento das contradições históricas que colocaram o sujeito histórico em dada circunstância, negando histórias de luta com o fim de formatar nossa historicidade, para que no presente nos conformemos à identidade pressuposta pela razão neoliberal.

No presente, como já observado por Uchôa de Oliveira (2020a), a partir do estabelecimento de uma verdadeira gramática empreendedorística, o empreendedorismo passa a adjetivar toda e qualquer forma de trabalho ou de iniciativa:

Empreendedorismo de Negócios: refere-se à criação e operação de empresas tradicionais, como restaurantes, lojas físicas, consultorias, indústrias, entre outros. É o tipo de ato empreendedor mais comum e diversificado.

Empreendedorismo Verde: concentra-se em negócios que têm um impacto ambiental positivo ou que adotam práticas sustentáveis. Isso pode incluir empresas que produzem energia limpa, reciclagem, agricultura orgânica e produtos eco-friendly.

Empreendedorismo informal: muitas vezes, é caracterizado por atividades econômicas não regulamentadas ou fora do mercado formal. Pode incluir vendedores ambulantes, prestadores de serviços autônomos e pequenos empreendedores que não estão registrados oficialmente.

Empreendedorismo Cooperativo: envolve a criação e gestão de negócios que são propriedade e operados coletivamente por um grupo de pessoas, muitas vezes com interesses comuns. As cooperativas são exemplos desse tipo de empreendimento (Matéria 35, Exame, 2023).

O uso indiscriminado de termos empreendedorísticos em lugar de tantos outros que poderiam ser aí utilizados, são reveladores de um significativo vazio, a partir do qual se pretende naturalizar um fenômeno (Costa; Barros; Carvalho, 2011). A partir do estabelecimento dessa gramática, todas as formas de trabalho são expropriadas pelo

discurso empreendedorístico (Uchôa de Oliveira, 2020a). De industriais à ambulantes, e de professores à religiosos, ninguém escapa de se tornar empreendedor:

“Isso quer dizer que todos devem ser empreendedores, não importa o campo de atuação ou a relação de trabalho: artistas, empregados, políticos, religiosos, professores etc.” (Matéria 22, Exame, 2022).

Se na história escrita pela mídia de negócios o empreendedorismo foi, no passado, responsável por fazer a população negra emergir após a abolição, o “jeitinho” naturalmente empreendedor do povo brasileiro no presente, fruto daquele passado, é celebrado. Arelada ao ideário de criatividade do povo do país da gambiarra – com a habilidade para criar algo a partir do nada, e que sempre se virou – a falta de condições estruturais é tornada uma oportunidade de se empreender, e a ideia de que somos um povo empreendedor por natureza e desde sempre, é mais uma vez naturalizada e estabelecida como verdade:

(...) o povo brasileiro está tão acostumado a lidar, diariamente, com problemas das mais diversas esferas que a adaptação, o jogo de cintura, a flexibilidade e a redefinição de estratégias são características enraizadas. “Nós conseguimos avaliar um problema por várias óticas diferentes. Somos também um povo que gosta muito de trabalhar. Essa combinação é poderosa” (...) em um país com as dimensões do Brasil e tantas demandas em busca de solução, o empreendedor brasileiro tem algumas condições que tornam esse ambiente distinto. “O maior potencial de ganho que temos ao estarmos inseridos no nosso contexto único é que somos uma nação de muitas oportunidades. Cada um dos problemas dos quais reclamamos no dia a dia são, na verdade, uma chance de concretizar uma entrega melhor. No cenário macro, também testamos muitas coisas. A nossa natureza é de altos e baixos, então, somos especialistas em nos adaptarmos às situações e tirar o melhor proveito delas. Está no nosso DNA (Matéria 25, Exame, 2023).

(...) a dificuldade em criar negócios na América Latina torna os empreendedores brasileiros em empresários naturalmente mais resilientes (...) (Matéria 29, Exame, 2023).

Para o discurso neoliberal, sendo o empreendedorismo desde o passado essa força que move o povo brasileiro, no futuro não há de ser diferente. Ele haverá de ser também o protagonista da mudança do Brasil:

Nós precisamos dizer para o Brasil que nós, mulheres, podemos estar e fazer o que nós quisermos. Inclusive, fazer um grande empreendedorismo nesse país. E vocês vão mostrar que a mulher empreendedora vai reconstruir e vai mudar o Brasil (Matéria 33, Exame, 2023).

O excerto acima, que enuncia o empreendedorismo como a grande solução para o futuro do Brasil, foi extraído de uma fala da ministra da mulher do governo Lula. O

trecho é revelador de que, como concluiu Fernandes (2019), embora não haja evidências empíricas conclusivas quanto ao papel das políticas de fomento à atividade empreendedora em promover crescimento econômico, no país os discursos do empreendedorismo não têm encontrado resistências, estando presente em partidos de todos os matizes ideológicos, da direita à esquerda. Essa face cor de rosa recorrentemente verificada nos discursos sobre empreendedorismo analisados, de panaceia, ou de grande solução para tudo e para todos, capaz de combater os mais diversos males enfrentados pelas sociedades, dá origem ao próximo tópico de análise.

### 6.1.2 A panaceia empreendedora

Os discursos veiculados pela mídia de negócios abordam o empreendedorismo como um fenômeno atemporal, incontestável e universal (Costa; Barros; Martins, 2012). Enquanto um lugar de verdade, por atuar numa instância de poder, a mídia de negócios articula discursos que estabelecem o empreendedorismo como uma panaceia (como dito por Essers *et al.*, 2017), um remédio para todos os males que acometem as sociedades:

A elevação da condição humana é ilimitada por causa da tecnologia. Se você casar boa tecnologia com bom empreendedorismo, vai resolver qualquer problema que houver (Matéria 8, PEGN, 2023).

Imbricados com o poder neoliberal hegemônico, discursos como esses se disseminam pelo tecido social, se infiltram em todas as searas, organizando os sentidos por onde passam. O empreendedorismo é tornado a solução para tudo e para todos. Ignorando-se que questões estruturais como o desemprego, a pobreza e o racismo são inerentes e em grande medida resultantes do próprio modo capitalista de produção, podendo ser compreendidas mesmo como estruturantes desse sistema (Ferraz, 2022), propõe-se o combate à tais mazelas com mais capitalismo, a partir da iniciativa individual dos empreendedores:

Conheça 6 startups que querem acabar com a fome, o racismo e a desigualdade social no país (...). Na reportagem, seis startups compartilham suas experiências e objetivos para inspirar outros tantos empreendedores espalhados pelo Brasil. São empresas que estão trabalhando para acabar com a fome, o racismo e a desigualdade social e de gênero no país (Matéria 10, PEGN, 2021).

Verifica-se aí que, como Foucault (1978) já havia notado, o empreendedorismo se expande da esfera do mundo dos negócios para todas as esferas da vida social, sugerindo-se que todas as questões devem ser resolvidas a partir do mercado, de maneira que todas as ações em prol do bem comum da sociedade devem ser empreendidas dentro da lógica concorrencial de mercado, a qual sempre tem como finalidade última algum lucro, corroborando-se a ideia de que não há outras alternativas possíveis. Surge então o chamado empreendedorismo social. Nessa cooptação de questões relativas às desigualdades, sejam econômicas, de gênero ou raça pelo discurso empreendedor, evidencia-se um neoliberalismo que se pretende progressista na aparência, como observado por Fraser (2020).

Os discursos da mídia de negócios sobre os quase infinitos tipos de empreendedorismo que surgem a partir daí (de negócios, verde, informal, periférico, afro, feminista, social, indígena e por aí vai), ocupam um papel estratégico no contexto biopolítico da governamentalidade neoliberal contemporânea. Analisemos o excerto seguinte:

A As Mara promoverá, esperam os seus fundadores, uma verdadeira revolução capitalista nas favelas, utilizando o recurso mais abundantes desses locais: capital humano (...). A solução, diz o empreendedor, é hackear o capitalismo, e usar conceitos econômicos e estratégias de negócios a favor do social. O que Lyra oferece é uma oportunidade para o topo de ganhar com a base, considerando um significado mais holístico de ganho, em que o capital é remunerado, a pobreza é reduzida, o pobre tem sua qualidade de vida elevada e, de quebra, os ricos desfrutam de seus privilégios em um ambiente de maior segurança e serviços mais sofisticados (...). Como diz Lyra, suas vendedoras já são digitais. Só falta serem reconhecidas e empoderadas (Matéria 31, Exame, 2023).

A relação indissociável entre empreendedorismo e capitalismo fica explícita nesse trecho. Políticas públicas não estão em pauta. Sendo o mercado o único regime de verdade possível sob o neoliberalismo, o discurso assume que esse sistema seria benéfico para todos. Consoante a racionalidade neoliberal, as vendedoras da favela são vistas, pelo empreendedor social que fala, como capitais humanos, que precisam se valorizar constantemente. A solução é torná-las *empoderadas*.

Mais curioso é observar o uso que se faz do termo *revolução*. Ora, como descrito na própria matéria, ainda que se objetive que o pobre tenha “sua qualidade de vida elevada e, de quebra, os ricos desfrutam de seus privilégios em um ambiente de maior

segurança e serviços mais sofisticados”, o intuito é a manutenção do *status quo*. A que tipo de revolução, então, o texto poderia se referir?

A partir da análise das enunciações, revelam-se muitos jogos de fazer esconder/aparecer. A exaltação desse aspecto empoderador do empreendedorismo e o silenciamento quanto ao controle e manutenção de desigualdades são marcantes nos discursos encontrados:

(...) nos últimos anos, um número crescente de empreendedores indígenas desafiou esses obstáculos, aproveitando sua herança cultural para criar negócios de sucesso (...). O empreendedorismo indígena surgiu como uma ferramenta poderosa para o empoderamento, ajudando a despertar o potencial econômico das comunidades indígenas e fornecendo um caminho para a autodeterminação econômica. À medida que os empreendedores indígenas estabelecem seus negócios, eles estão simultaneamente construindo resiliência, revitalizando as práticas culturais tradicionais e desafiando os estereótipos negativos que há muito atormentam as comunidades indígenas. (...) O Sebrae Acre também foi responsável por capacitar os indígenas, dando instruções sobre como melhorar o acabamento dos produtos. “Foi difícil aceitar as mudanças propostas, mas depois entendemos que a equipe não queria mudar o nosso material, e sim melhorá-lo. Então aproveitamos as capacitações e hoje o nosso trabalho é mais bem aceito (Matéria 15, PEGN, 2023).

Nas páginas da mídia de negócios os povos indígenas tornam-se *empoderados* pelo empreendedorismo. Ignorando-se a flagrante continuidade colonial e moderna presente na ideia de empreendedorismo (Uchôa de Oliveira, 2020a), sem qualquer pudor, passa-se a falar em empreendedorismo indígena. Enquanto há um silenciamento acerca das formas de dominação introduzidas pela modernidade, o empreendedorismo é representado, mais uma vez, como uma solução universal.

Enquanto se retrata o empreendedorismo como um meio para a inserção social (e capaz de desafiar o estereótipo do índio preguiçoso), os povos indígenas são incorporados ao mercado como novos empreendedores resilientes, e os trabalhos por eles realizados, agora subjugados aos padrões de competitividade impostos pela economia capitalista, são “melhorados”, perdendo suas características tradicionais (assim como também ocorre com tantos artesãos tradicionais forçados à trabalharem a partir da lógica do empreendedorismo pelo Sebrae, como apontado por Marquesan e Figueiredo, 2014). A partir do silenciamento da violência epistêmica (Castro-Gómez, 2005) aí contida, esconde-se que a lógica subjacente ao empreendedorismo é, de uma ponta à outra, representativa de uma racionalidade instrumental, absolutamente incompatível com as cosmologias indígenas, e que o que há, é sim, uma estratégia

discursiva que pretende fortalecer a matriz de poder moderna e colonial. Matriz moderna e colonial essa que atingiu todos os cantos do globo:

Paixão, motivação, adaptabilidade, liderança e ambição são cinco elementos fundamentais do empreendedorismo. Quando se fala no espírito empreendedor chinês são essas habilidades e atitudes que permitiram a China crescer e se desenvolver nas últimas décadas (...). A cultura chinesa valoriza o empreendedorismo como uma forma de ver a vida, os estudos, a carreira e as relações. Para os chineses, empreender é muito mais do que começar um negócio próprio. É ter a capacidade de identificar e aproveitar oportunidades, de inovar e de criar valor para a sociedade (Matéria 32, Exame, 2023).

A despeito das precárias condições de trabalho enfrentadas pela maior parte da população daquele país, o crescimento vertiginoso assistido pela China é atribuído a um único fator: o espírito empreendedor do povo chinês. A ideia de que deve ser o empreendedorismo o grande responsável por conduzir todas as sociedades rumo ao desenvolvimento e ao progresso ganha status de verdade:

Quando uma cultura de um país abre mão dessa missão está renunciando aos seus principais tesouros: a capacidade que tem cada ser humano de transformar o mundo através da inovação e do empreendedorismo (Matéria 22, Exame, 2022).

Nas páginas das mídias de negócios, torna-se verdade que, queiramos ou não, somos todos empreendedores. Como um povo empreendedor, temos um passado empreendedor, e há um destino empreendedor a nossa espera. A partir da ação empreendedora paradoxalmente individual e comprometida com o bem comum, toda sorte de problemas sociais pode ser enfrentada e dirimida. O empreendedorismo é um fenômeno universal, atemporal, incontestável e inescapável.

É só a partir dessa análise, com vistas à compreensão das formas pelas quais os poderes se ligam a determinados discursos a fim de produzir efeitos de verdade, que nós, sujeitos neoliberais, temos a oportunidade de encontrar o discurso naquele lugar em que parecia haver livre arbítrio, e denunciar, ali, a governamentalidade neoliberal. Os discursos empreendedorísticos que sob o neoliberalismo operam a governamentalidade, pretendendo de maneira mais direta a condução das condutas, ensejam a próxima categoria de análise.

## 6.2 O DISCURSO DA MÍDIA E A CONDUÇÃO DAS CONDUTAS PARA O EMPREENDEDORISMO

Nesta segunda categoria analítica pretende-se avançar na compreensão de como os discursos da mídia de negócios, entendidos como dispositivos de governo neoliberal, intentam conduzir a população de leitores à adoção de condutas empreendedoras. Para tanto, inspiramo-nos na analítica do poder desenvolvida por Foucault, compreendendo o poder como um domínio de relações estratégicas, de técnicas e de procedimentos que visam à condução das condutas (biopolítica).

### 6.2.1 Ninguém pode ser deixado de fora

Foucault (2008a) demonstra que os dispositivos de controle da população e de orientação das condutas encontram uma sistematização inédita sob o neoliberalismo, no qual a economia constitui o lastro fundamental de um conjunto de dispositivos de controle e de orientação das condutas dos homens (biopolítica). O neoliberalismo constitui assim uma forma específica de governamentalidade.

Em distinção aos liberais clássicos, os neoliberais compreenderam que a concorrência, enquanto princípio organizador da economia de mercado, não é um dado natural, mas deve ser produzida e regulada. Para que a concorrência seja produzida, para que constitua o princípio regulador geral da sociedade, ninguém pode ficar de fora do jogo competitivo (Foucault, 2008a). É o que Foucault destaca como a regra máxima do neoliberalismo, a regra da não-exclusão:

(...) a sociedade inteira deve ser permeada por esse jogo econômico e o Estado tem por função essencial definir as regras econômicas do jogo e garantir que sejam efetivamente bem aplicadas. (...) cabe à regra do jogo imposta pelo Estado fazer que ninguém seja excluído desse jogo (Foucault, 2008a, pp. 277-278).

Essa estratégia de inclusão, longe do altruísmo, pretende garantir que todos possam ser governados e terem suas vidas conduzidas de modo a contribuírem para o funcionamento do jogo econômico. Nesse contexto, em que cada um é encarado como um empreendedor em potencial e sempre em busca de qualquer oportunidade; cabe a mídia de negócios, enquanto um dos inúmeros dispositivos responsáveis por

promover essa estratégia, difundir discursos capazes de conduzir a condutas de todos e de cada um rumo ao empreendedorismo:

Não deixe ninguém te impedir de abrir uma startup (...) o melhor momento para fundar a sua empresa é agora. Mesmo que “agora” seja no meio de uma pandemia global e durante uma crise econômica sem precedentes no país (Matéria 2, PEGN, 2021).

Não importa o quão difíceis sejam as condições, não permita que nada o impeça de empreender, é o que convoca o texto da matéria. Caso você não tenha sido bom o suficiente para abrir uma *startup* durante a pandemia (afinal, quantos brasileiros reúnem as condições para iniciar um negócio de alto impacto?), talvez você possa utilizar o seu 13º salário para abrir uma microfranquia (modelo de negócio geralmente operado por uma única pessoa) e acumular mais uma função, sugere outra matéria:

Além de investimentos, quitação de dívidas ou ajudar nas compras de fim de ano, o valor também pode ser usado para empreender, abrindo uma microfranquia (...). Confira 12 opções de franquias baratas que podem ser abertas com o 13º salário, com investimentos de até R\$ 43 mil (Matéria 19, PEGN, 2023).

Agora, se você não se sente capaz de criar uma *startup* ou abrir um negócio, não se preocupe. Basta ter um espírito empreendedor e empreender por aquisição:

O que é empreender para você? Possivelmente, sua resposta seria algo como criar uma startup ou abrir um negócio, certo? Mas se eu te disser que existe outra forma de empreender, comprovada, mas ainda pouco difundida no Brasil? Quando você pensa em um empreendedor, que imagem vem à sua cabeça? Possivelmente, alguém jovem com uma ideia inovadora, certo? Mas, se eu te disser que é possível empreender em qualquer idade, bastando ter um espírito empreendedor, sem ter uma ideia e, nem mesmo, capital? Agora, a pergunta mais importante: você gostaria de se tornar um empreendedor? Ter independência profissional e financeira, além de um significado maior para seus esforços? Pois bem, você pode se tornar um empreendedor sem precisar fundar uma startup ou criar um novo negócio e sem ter, necessariamente, capital. Isso se chama ETA (Entrepreneurship Through Acquisition, na sigla em inglês - empreendedorismo por aquisição, em português), uma forma de empreender consolidada nos Estados Unidos e que vem ganhando tração no Brasil (...). E aí, quer empreender, mas não tem uma ideia? Achava que empreender não era para você, ou que não tinha como viabilizar? Então, agora você sabe que existe uma forma possível para isso: empreender por aquisição (Matéria 26, Exame, 2022).

Almeida (2019) argumenta que, em oposição ao que preconiza o liberalismo clássico, as políticas sociais inclusivas constituiriam uma das principais estratégias da governamentalidade neoliberal, por meio das quais se objetiva garantir a participação de todos, inclusive dos mais desfavorecidos, nos mecanismos da concorrência,

criando as condições mínimas para que possam participar do jogo econômico e permanecer nesse jogo, mesmo que provisoriamente. Nesse sentido, o excerto a seguir é revelador de que, sob o neoliberalismo, por trás de cada política de inclusão, há um projeto de inclusão maior, que se trata da inclusão de todos à lógica concorrencial:

O auxílio emergencial de R\$ 600 foi o incentivo que Maria Celia Sousa, do Tocantins, precisava para empreender. Com o dinheiro que sobrava do benefício, ela conseguiu montar sua sonhada marmitaria delivery junto com as filhas (Matéria 9, PEGN, 2020).

Não foram poucas as matérias veiculadas na mídia em geral, durante a pandemia de COVID-19, as quais celebravam casos de pessoas que, dotadas de senso de oportunidade e espírito empreendedor, empreenderam com o valor recebido como auxílio emergencial e teriam superado assim o momento de crise. O que as matérias chamam de empreendedorismo são iniciativas como a de Maria, que conforme o texto obteve um faturamento bruto mensal de R\$ 6 mil, a ser dividido entre ela, as três filhas que também trabalham de segunda à sábado na produção de marmitas, e mais dois funcionários.

A profusão de trajetórias como a de Maria, a qual estão acoplados determinados valores, como a crença na iniciativa individual, pretende reafirmar a necessidade de se assumir o risco de empreender, não importam as condições. A partir da construção de narrativas exemplares, pretende-se inspirar as condutas dos demais. O que há nesse caso, como Uchôa de Oliveira (2020b) nos alerta, é uma governamentalização, sob o signo do empreendedorismo e da e da valorização da assunção de riscos, do trabalho precário e da gestão da sobrevivência. A partir dos discursos do empreendedorismo, as várias formas precárias de trabalho em que a grande maioria dos trabalhadores no contexto das periferias do capitalismo desde sempre se encontraram, é ressignificada, de modo que o que antes era majoritário, mas encarado como problemático, torna-se uma forma de governo.

Esse tipo de prática, hoje lida como empreendedora, nos termos da racionalidade neoliberal, mas desde sempre dominante no contexto brasileiro configurado pelo desemprego estrutural, apresenta-se, de acordo com Ferraz e Ferraz (2022), como o meio possível para reprodução da existência, física e espiritual, enquanto intensifica a condição de pauperização, produzindo uma subjetividade estranhada no ser da

classe trabalhadora ao esmaecer as mazelas provocadas por relações de produção engendradas pela exploração humana.

Sem que sejam questionadas de qualquer modo as estruturas desiguais, para que as populações mais vulneráveis não sejam deixadas de fora do jogo econômico e possam empreender (a partir do comércio de produtos dentro dos ônibus ou seja como for), soluções sob medida são apresentadas para que cada grupo aprenda a desenvolver um comportamento empreendedor:

Vale ressaltar que esse público (de empreendedores negros) não enfrenta apenas dificuldades de formação técnica e tecnológica, mas também emocional e de autoestima. Por isso precisam de treinamento de soft skills, para desenvolver inteligência emocional e adequar atitudes comportamentais ao universo do mercado de trabalho (...) Hoje tem três produtos: “Acelerando o seu corre”, para quem empreende por necessidade, “juntos no corre”, para quem revende produtos; e acelerando o seu aquí (dinheiro, em iorubá, voltado à população LGBTQIA+) (...) ensina-se o *picth* de buzú (apresentação rápida, do tipo que o vendedor faz dos seus produtos de um ponto de ônibus a outro) e “2V” (ou o famoso payback). Durante 15 dias, os alunos recebem, pelo WhatsApp, vídeos que duram de 10 a 20 minutos (Matéria 5, PEGN, 2022).

A atitude empreendedora passa a ser reivindicada mesmo dentro do emprego formal:

Intraempreendedorismo é o ato de atuar dentro de uma empresa com uma postura empreendedora, onde o profissional se empenha em analisar o cenário, sugerir – sem medo de errar - ideias, inovações e possui um faro especial para encontrar oportunidades e falhas na empresa que possam se transformar em novos negócios, produtos, serviços, ou também em novos modelos de organização e gestão. Basicamente é viver e cuidar da empresa como se ela fosse sua. Talvez você pense: o que eu vou ganhar com isso se o meu salário não vai aumentar e, provavelmente, as responsabilidades sim? Além da oportunidade de explorar mais as suas capacidades criativas e gerenciais, inclusive, se permitindo descobrir novos talentos que até então você não sabia que tinha, você também pode ajudar a construir o cenário empresarial em que deseja trabalhar (Matéria 21, Exame, 2020).

Sob a ameaça de verem seus empregos em risco, os “colaboradores” são instados a desenvolver comportamentos que possam ser considerados empreendedores. Quem sabe isso de quebra poderá torna-los milionários, assim como teria acontecido com Ken Kutaragi, que de mero funcionário se tornou CEO da Sony após intraempreender com o desenvolvimento do *PlayStation*:

Você é um intraempreendedor? Ter boas ideias é questão de sobrevivência. Exemplos de como novas ideias podem transformar você em um milionário (...) colaborador como empreendedor: com a transformação digital acontecendo de maneira veloz, o debate sobre intraempreendedorismo ganhou urgência. Hoje, é indispensável que as organizações tenham pessoas

que pensem “fora da caixa”, tragam ideias e tendências de negócios (...). As empresas esperam colaboradores que tragam propostas e que também coloquem a “mão na massa (Matéria 28, Exame, 2023).

Desse modo a governamentalidade neoliberal adere à vida cotidiana das pessoas, marcando suas identidades e conduzindo seus comportamentos, que devem ser orientados por um conjunto de modelos específicos estabelecidos como certos e verdadeiros. Idealmente, o modo empreendedor de ser deve ser introjetado nos sujeitos desde o berço, como advoga a matéria que diz:

Ensinar empreendedorismo na infância orienta as crianças a desenvolver atitudes e mentalidade empreendedora (...). Qual o momento para começar a empreender? Esta é uma pergunta recorrente quando falo sobre o assunto. Minha resposta é simples: desde a infância (Matéria 23, Exame, 2022).

O governo neoliberal deve incidir, contudo, sobre as condutas de toda a população, e numa era de expectativa de vida cada vez maior, a geração que não foi talhada desde o berço para ser empreendedora se vê diante de um desafio, caso queira continuar a ter algum espaço neste mundo:

Cada vez mais profissionais acima de 40 anos estão atuando de forma empreendedora, mesmo ainda exercendo algum cargo com carteira assinada. Seja se tornando consultor, conselheiro, professor, seja utilizando plataformas virtuais, sendo sócio de uma startup ou mesmo trabalhando por demanda, esta tendência vem se alastrando de forma exponencial. Equilibrar a saúde emocional e o desempenho profissional é uma busca incessante. Procurar alternativas paralelas é uma necessidade, sobretudo em um mercado tão competitivo, complexo e dinâmico. A pergunta não está no SE, mas no QUANDO. Hoje você não tem tempo, mas arranjará algum horário para dar atenção à longevidade de sua própria carreira. Amanhã, quando você não for mais CLT (e isto vai acontecer!), terá tempo, mas se sentirá pressionado, ansioso e verá o dia encurtar. Talvez você não tenha perfil empreendedor... e daí? Você tem toda a capacidade para aprender, validar (mesmo enquanto ainda é CLT) e se reinventar. O primeiro passo é entender que, entre 60 e 90 anos, você continuará pagando boletos (inclusive a quantidade deles vai aumentar!). E você tem certeza de que, se tornando idoso, ainda estará no mundo corporativo formal, recebendo salário no final do mês? Então aja agora! Não se trata de uma alternativa, mas de uma atitude premente. Conhecimento, experiência e soft skills são preciosos diferenciais. Observe a sua trajetória, a sua evolução e analise o quanto você foi capaz de entregar resultados... para os outros. Agora chegou a sua vez! As oportunidades devem ser encaradas como desafios. A comodidade de hoje representa a insegurança no amanhã. Protelar é arriscar. Executar é aprender, testar, realizar (Matéria 30, Exame, 2023).

Fica evidente nesse último excerto aquilo que Foucault (2008a, 2008b) chama de governamentalidade em sentido *lato*, o governo da população por meio de dispositivos

discursivos capazes de produzir identidades e reger condutas. O fato de pessoas acima de 40 anos estarem acumulando diferentes tipos de trabalho, ou bicos, como o de professor, é louvado como sinônimo de empreendedorismo. Nada se fala a respeito das condições de precariedade, como a pejotização, que criam a necessidade de se acumular trabalhos. Na verdade, essa conjuntura é vista como uma oportunidade, e o fim da CLT é alardeado para se criar o senso de urgência em empreendedora ante o fim das obsoletas garantias trabalhistas. A precariedade na qual a grande maioria da população brasileira desde sempre se encontrou, e que nada tem de novidade, é apresentada simplesmente como uma tendência, quase que como se falasse de uma tendência de moda.

Fica ratificado aí que, como já haviam concluído Wood Junior e Paes de Paula (2002), as publicações da mídia de negócios, dotadas de evidente aspecto de controle social, se prestam a ocultar as tensões geradas pela instabilidade do mundo do trabalho contemporâneo. O que se verifica dos trechos analisados é que os discursos difundidos operam como verdadeiros dispositivos para que nos enxerguemos – todos nós – inescapavelmente, como empreendedores em concorrência.

Atesta-se que, como asseveraram Costa e Saraiva (2014), os discursos atuais do empreendedorismo apregoam um fenômeno de massa, que deve traduzir a atitude de um povo. Dos fundadores de *startups* aos ambulantes que vendem suas mercadorias dentro dos ônibus; das crianças aos que já estariam à beira da aposentadoria; dos que recebem um auxílio emergencial de R\$ 600,00 aos que recebem um 13º salário de R\$ 43 mil. Todos esses, em comum, estão incumbidos da missão de se tornarem empreendedores.

As maneiras pelas quais o discurso da mídia de negócios se articula ao poder neoliberal para difundir e impor o saber empreendedor como um processo de formação ao longo de toda a vida dos sujeitos constitui o objeto de análise do próximo tópico.

### **6.2.2 Aprender a empreender**

Não há relação de poder sem constituição correlata de um campo de saber, nem saber que não suponha e não constitua ao mesmo tempo relações de poder (Foucault, 1987, p. 27)

Das análises procedidas até aqui, depreende-se que não há, nos discursos da mídia de negócios, um consenso acerca de qual seria a natureza do empreendedorismo. Se em dados excertos o empreendedorismo é referido como algo inscrito em nosso DNA, e em outros é tido como um espírito, por vezes é dito que nem todos possuem um perfil empreendedor. Seja lá como for, uma vez que o saber integra o poder e que o indivíduo é uma produção do saber e do poder, uma diretriz dessa biopolítica aparece de modo bastante claro: todos devem aprender sobre empreendedorismo.

Antes era visto como um comportamento que algumas pessoas tinham e outras, não. Mas sempre acreditamos que seja uma habilidade ensinável (...). É cada vez mais reconhecido que nos próximos cinco ou dez anos todos devam ser ensinados sobre empreendedorismo. Será um assunto onipresente. Essa é a minha esperança (Matéria 8, PEGN, 2023).

Nessa corrida por ser um empreendedor bem sucedido, quanto antes se começa a aprender a desenvolver um comportamento empreendedor, maior será sua vantagem competitiva na largada da vida, e maiores serão suas probabilidades de maximizar seu capital humano. Para tanto, o dispositivo escolar deve servir à difusão da cultura empreendedora:

(...) o empreendedorismo na educação infantil tem como foco principal ser a base inicial para que as crianças fiquem aptas a resolver situações do dia a dia partindo de um ponto de vista mais amplo e de maneira proativa. A ideia é que com esse tipo de desenvolvimento e estímulo os pequenos cresçam com uma cultura empreendedora enraizada em suas ações, trazendo mudanças necessárias para a sociedade como um todo (Matéria 22, Exame, 2022).

De acordo com (...), o diferencial desenvolvido pela escola foi a própria metodologia, que tem bases na neurociência, para promover o desenvolvimento global da criança. Há até uma frente de “alfabetização financeira”, para ajudar a formar “pequenos empreendedores (Matéria 18, PEGN, 2023).

Trabalhar a cultura empreendedora está em consonância com as políticas de educação norteadas pela BNCC (Base Nacional Comum Curricular (...)). Para além de mostrar ao aluno como criar o próprio negócio, o objetivo de incluir a cultura empreendedora na sala de aula é desenvolver e fortalecer algumas competências gerais da BNCC, como criatividade, pensamento crítico, comunicação e argumentação e espírito inovador, entre outras. Quanto mais cedo a criança trabalha habilidades e competências empreendedoras, maior será sua capacidade de chegar à idade adulta mais segura, mais criativa e capaz de resolver conflitos, avalia (...) cofundadora e diretora da (...), escola que ensina empreendedorismo para um público que vai de 7 a 17 anos de idade. ‘Mostramos que empreender está diretamente ligado à capacidade de

resolver um problema. Não precisa ter um negócio para ser empreendedor. Você pode fazer isso trabalhando numa empresa ou numa situação pessoal', diz ela (Matéria 7, PEGN, 2023).

Como dito no último excerto, a educação empreendedora consta atualmente da Base Nacional Comum Curricular (BNCC), responsável por estabelecer padrões educacionais com vistas a reformulação dos currículos dos sistemas de ensino de todo o país. A BNCC elenca as habilidades e competências a serem desenvolvidas com os estudantes ao longo do processo de ensino e aprendizagem escolar em cada etapa da Educação Básica. Lira, Silva e Moura (2023), ao situarem o contexto social e político da aprovação da BNCC, em 2017, e da inserção temática do empreendedorismo na educação, ressaltam que se deu num quadro de acentuadas políticas de cunho reformista, como a reforma do *Novo Ensino Médio* e a reforma trabalhista, todas elas produzidas em vistas dos anseios do mercado e profundamente atreladas à governamentalidade neoliberal.

Ao noticiar questões relacionadas a essas reformas em algumas matérias, o discurso que se verifica na mídia de negócios soa em tom mais favorável do que desfavorável:

98% dos jovens querem que Ensino Médio prepare para mercado de trabalho (...). No novo ensino médio, que já começou a ser implementado (...) os professores trabalham as competências socioemocionais, de carreira e de mercado de trabalho. O modelo é defendido por entusiastas como flexível e com potencial de aumentar o interesse dos jovens (Matéria 12, PEGN, 2022).

A reforma que foi feita tem avanços muito importantes. Talvez o maior deles seja o negociado prevalecer sobre o legislado (...). O mundo evoluiu (Matéria 11, PEGN, 2022).

Ao divulgar em matérias que versam acerca das reformas de cunho neoliberal opiniões majoritariamente favoráveis – sem expor em cada uma delas os possíveis contrapontos e opiniões divergentes – cria-se um sentido positivo, atrelado a um ideário de modernização. Não se fala em perdas. O leitor médio tende então a se apropriar desses sentidos como se fossem sempre positivos para ele.

Na matéria intitulada *Empreendedorismo infantil: o que é e como estimular?*, Fernando Dolabela (o mesmo a que me refiro no prólogo deste trabalho) tece suas considerações sobre a educação empreendedora:

A metodologia “pedagogia empreendedora”, criada por Dolabela, atende a educação básica, de 4 a 17 anos, e é usada em 145 municípios brasileiros, envolvendo cerca de 10 mil professores e 400 mil alunos. É uma forma de

ensinar, explica o especialista, que não é dirigida exclusivamente à criação de empresas. “O seu objetivo é dinamizar o potencial empreendedor do aluno, semelhante a outros potenciais como falar, escrever, imaginar, correr etc., presente em todos os indivíduos da espécie humana”, diz. “A decisão de aplicá-lo para criar uma empresa ou para ser pesquisador é de cada aluno. Isso quer dizer que todos devem ser empreendedores, não importa o campo de atuação ou a relação de trabalho: artistas, empregados, políticos, religiosos, professores etc.” Ele defende que, na educação básica, ainda há tempo de substituir a forte e antiga cultura do emprego pela cultura empreendedora — que serviria para todos, inclusive para os que não querem abrir o próprio negócio. “O ideal é que na educação básica o estudante conheça o que é empreendedorismo”, diz. “Ao chegar à universidade, e se aprofundar no conhecimento que lhe interessa, naturalmente estará em condições de criar uma empresa. A melhor contribuição da universidade será conectá-lo ao ecossistema empreendedor da sua área.” Dolabela faz uma crítica à educação convencional, dizendo que ela “é um bloqueio ao desenvolvimento do potencial empreendedor presente em todos nós”. “Além de não dar espaço à formação empreendedora, a educação básica tradicional é um processo de ensino, enquanto o empreendedorismo é um processo de autoaprendizado”. Ele lembra que empreendedores fazem coisas para aprender. Enquanto o erro no ensino convencional é punido, na educação empreendedora é visto como uma fonte importante de aprendizagem. “Dois temas essenciais ao empreendedor são descartados: o talento e a criatividade.” Para o especialista a função mais nobre da educação empreendedora é estimular as pessoas a descobrir e desenvolver seus talentos e paixões e torná-las utilizáveis (Matéria 22, Exame, 2022).

No discurso do especialista em educação empreendedora a governamentalidade neoliberal aparece sem disfarces. A concepção dos ideólogos do neoliberalismo de que somos todos empreendedores em potencial, à procura de qualquer oportunidade de lucro que se apresente, está ali sendo dita expressamente na crítica à educação chamada de convencional, que representaria “*um bloqueio ao desenvolvimento do potencial empreendedor presente em todos nós*”. Em outro momento aparece que o potencial empreendedor está “*presente em todos os indivíduos da espécie humana*”. É nesse pressuposto que se baseia a pedagogia empreendedora, que visa o desenvolvimento desse potencial. O papel da escola e da universidade passa a ser o de formar empreendedores.

Nos dizeres do entrevistado, não por acaso consultado pela revista *Exame*, torna-se evidente que, como aduzem Alves, Klaus e Loureiro (2021), a educação empreendedora, informada pela racionalidade econômica neoliberal, sustenta que a adoção de uma atitude empreendedora em todas as esferas da vida é a chave para a autorrealização, o bem-estar material e a satisfação pessoal. O que se infere é que mais do que qualquer outra coisa, passa a ser importante que o estudante adquira um

conjunto de habilidades a fim de que se torne permanentemente responsável pelo aprendizado das competências demandadas pelo mercado.

Da análise do excerto, vê-se que, tornada uma fábrica de subjetividades neoliberais, a escola, conforme apontam Lira, Silva e Moura (2023), torna-se um experimento de matriz mercadológica. Abrindo mão de seu caráter político e republicano, toma a forma de empresa, que passa a conceber seus alunos como capitais humanos a serem desenvolvidos a partir do ensino de competências. É notável na fala a crença subjacente na centralidade do indivíduo e a ideia de que a empresa capitalista é o único modelo possível de geração de renda e de trabalho. Todos poderão empreender, bastando que se desenvolva habilidades como criatividade e capacidade de lidar com o erro. Não há espaço para qualquer problematização acerca do contexto social mais amplo que pode ou não ser favorável a iniciativa empreendedora.

Quanto a universidade, nos termos do excerto transcrito da matéria 22, seu principal papel passa a ser o de conectar o aluno “*ao ecossistema empreendedor da sua área.*” A esse respeito, Costa e Saraiva (2014), ao refletirem sobre a orientação da educação superior, alertam que, ao apoiarem interesses empresariais em suas práticas de ensino, as universidades correm o risco de que o conhecimento produzido passe a ser considerado somente um complemento do cotidiano empresarial. É preciso não perder de vista que, não sendo uma mercadoria, a educação deve privilegiar a reflexividade a fim de que constitua também um caminho para a emancipação, não podendo ser reduzida a um mecanismo de reprodução do capital.

Nessa toada, o papel do professor é reduzido exata e simplesmente ao de conduzir a conduta dos alunos para o empreendedorismo:

O papel do professor é transformar a sala de aula em um ambiente em que o aluno desenvolva os conhecimentos que necessita para empreender: conceber o futuro que deseja e buscar meios para transformá-lo em realidade (Matéria 22, Exame, 2022).

Ainda acerca da matéria 22, atenta-se, mais uma vez, para a ideia de que devemos todos, sem exceção, nos comportarmos como empreendedores: “*todos devem ser empreendedores, não importa o campo de atuação ou a relação de trabalho: artistas, empregados, políticos, religiosos, professores etc.*” Como já discutido, ao ser empregado para definir tantas coisas diferentes, o empreendedorismo se torna um

significante vazio, a partir do qual se pretende naturalizar um fenômeno. Ao se tornar um guarda-chuva para qualquer coisa, qualquer tipo de iniciativa, adquire uma conotação praticamente sinônima de ação humana, de modo que, como nos aponta Bögenhold (2020), devemos questionar e problematizar seu uso por acadêmicos.

Em “*a função mais nobre da educação empreendedora é estimular as pessoas a descobrir e desenvolver seus talentos e paixões e torná-las utilizáveis*” (Matéria 18), transparece a razão instrumental, baseada na ideia de utilidade. Se uma coisa não tem utilidade, não tem valor. Por essa linha, se por exemplo um passatempo como escrever poesia não pode ser convertido em empreendimento, não tem valor (a não ser que sirva, digamos, para recuperar os sujeitos a fim de que retornem à produção). Isso faz lembrar do alerta de Sandoval (2020), de que por reduzir a atividade humana à racionalidade instrumental, o empreendedorismo não pode ser mobilizado sob uma perspectiva progressista. Essa lógica fica clara quando é dito que:

É importante formar empreendedores com visão de mercado, não com visão assistencialista, e promover educação empreendedora para a formação de renda (Matéria 5, PEGN, 2022).

Os pressupostos da chamada educação empreendedoras apresentados por Dolabela, tais quais flexibilidade e o ensino de habilidades e competências empreendedoras por meio de atividades mais práticas e de histórias inspiracionais, surge em outro fragmento:

O que costuma acontecer com TCCs nas universidades? Em geral, eles são arquivados e acabam sendo pouco ou nunca acessados. Além disso, o formato (...) é desestimulante. Para romper esse esquema (...) professor do departamento de Administração (...) propôs uma nova ideia. Os alunos deveriam fazer um exercício prático para usar no TCC: vídeos de empreendedores contando suas histórias, desafios, dilemas e vitórias. Os casos seriam discutidos em sala de aula, avaliando a teoria que os alunos haviam aprendido e a prática trazida pelos exemplos (...) muitos alunos acabaram inspirados pelas histórias, e eles próprios tornaram-se empreendedores (Matéria 7, PEGN, 2023).

Em outras matérias aparece um outro aspecto, de certo descaso pela educação formal:

Até pouco tempo, o símbolo de sucesso no nosso país era diretamente relacionado a se formar em uma faculdade pública e entrar no mercado de trabalho, preferencialmente por meio de uma multinacional, de modo que hoje, as pessoas são céticas em relação ao pequeno empreendedor e dificilmente apoiam quem decide seguir esse caminho (Matéria 34, Exame, 2023).

Contrariando todas as expectativas de fazer administração e assumir os negócios da família, (...) não cursou faculdade e decidiu aprender na prática, permitindo-se ser vulnerável ao que não funcionasse para entender onde estaria sua vocação (Matéria 7, PEGN, 2023).

Histórias de grandes nomes do mundo dos negócios, como Bill Gates e Mark Zuckerberg, que empreenderam e abandonaram a faculdade, fazem parte da mitologia do empreendedorismo, e já são bem conhecidas pela maioria de nós a partir do trabalho da mídia. Sendo o empreendedorismo um conjunto de habilidades, competências e comportamentos a serem aprendidos na prática, a educação formal tem sua importância diminuída.

No último trecho apresentado, é louvado o caso do jovem que decidiu não cursar faculdade para “*aprender na prática, permitindo-se ser vulnerável ao que não funcionasse para entender onde estaria sua vocação*”, mas nada se pondera a respeito de quem pode se dar ao privilégio de assumir tantos riscos no início da vida adulta. O leitor, ao entrar em contato com tais histórias, pode se apropriar desses sentidos como se fossem também positivos para ele, desconsiderando que provavelmente não dispõem do mesmo conjunto de capitais, financeiros e sociais, de que os personagens que se aventuraram dispunham.

Como em todo caso, para aprender a empreender os que dispõem desses capitais saem na frente, tendo a oportunidade de cursar, por exemplo, um *MBA* infantil:

Carlos Wizard aposta em empreendedorismo para jovens e lança franquia de *MBA* infantil. Mister Wiz já nasce com 100 unidades franqueadas em oito estados (...). A princípio, o foco é montar as escolas físicas, para que as crianças, a partir de seis anos de idade, e os adolescentes de até 17 façam o curso de maneira extracurricular (...). A metodologia aplicada é chamada de *MBA for Kids*, que dura quatro anos e abrange um currículo específico de formação, com temas como business plan, atividades de compra e venda e cálculo de lucratividade (Matéria 13, PEGN, 2022).

Mas a educação empreendedora não se dá só por meio de cursos. Como assinala Bröckling (2015), (citado por Uchôa de Oliveira, 2020a, p.119), o *self* empreendedor deve estar em constante formação, e sendo o empreendedorismo um processo de autoaprendizado, como dito por Dolabela na matéria anteriormente analisada; matérias são publicadas indicando diversas maneiras por meio das quais todos devemos buscar aprender mais sobre empreendedorismo:

Existem diversos livros importantes sobre empreendedorismo e que podem ser encontrados facilmente tanto online quanto em livrarias. Obras como ‘Pai

Rico, Pai Pobre' e 'A estratégia do oceano azul' trazem ensinamentos obrigatórios para aqueles que querem ter sucesso em seu negócio (...). Outra forma de aprender mais sobre empreendimentos é estudar cases de sucesso. Palestras com empresários de sucesso, podcasts, entrevistas e filmes são alguns dos formatos de conteúdo que podem ensinar lições valiosas (Matéria 24, Exame, 2022).

Quanto ao clássico da literatura popular de gestão *Pai Rico, Pai Pobre*, considerado, de acordo com o último excerto, obrigatório para aqueles que querem ter sucesso, Paes de Paula e Wood Jr. (2002, p. 75, 76) explanam que o principal argumento do livro, classificado como quase um romance, é que “o sucesso financeiro não depende de formação acadêmica e emprego, mas de esperteza e senso de oportunidade”. Dentre as maiores lições apresentadas estão: “*Cuide de seus negócios! A maior parte das pessoas trabalha para os outros e não para si mesmas*” e “*Trabalhe para aprender – não trabalhe pelo dinheiro. Adquirir habilidades é a melhor forma de fazer dinheiro*”.

Tendo avançado aqui na análise dos elementos de poder que disciplinam o olhar dos sujeitos a fim de governar suas condutas, e na compreensão das estratégias que sustentam e atravessam os discursos sobre o empreendedorismo veiculados pela mídia de negócios, a próxima categoria de análise será dedicada a compreensão das formas de subjetivação do sujeito neoliberal pela mídia.

### 6.3 O DISCURSO DA MÍDIA E A FORMATAÇÃO DA SUBJETIVIDADE EMPREENDEDORA

Ora, que função tem essa generalização da forma “empresa”. Por um lado, claro, trata-se de desdobrar o modelo econômico, o modelo oferta e procura, o modelo investimento-custo-lucro, para dele fazer um modelo das relações sociais, um modelo da existência, uma forma de relação do indivíduo consigo mesmo, com o tempo, com seu círculo, com o futuro, com o grupo, com a família (Foucault, 2008, p. 332).

Esta terceira categoria de análise tem como fito o exame das práticas discursivas da mídia de negócios capazes de formatar as subjetividades em vista da racionalidade neoliberal, a qual concebe o sujeito idealmente como um empreendedor de si mesmo (Foucault, 2008).

### 6.3.1 Resiliência para aguentar o risco

Podemos dizer que, afinal de contas, o lema do liberalismo é “viver perigosamente”. “Viver perigosamente” significa que os indivíduos são postos perpetuamente em situação de perigo, ou antes, são condicionados a experimentar sua situação, sua vida, seu presente, seu futuro como portadores de perigo. É essa espécie de estímulo do perigo que vai ser, a meu ver, uma das principais implicações do liberalismo (Foucault, 2008, p. 90).

De acordo com Dardot e Laval (2016, p. 328), para produzir o sujeito de que necessita, o neoliberalismo ordena “os meios de governá-lo para que ele se conduza realmente como uma entidade em competição e que, por isso, deve maximizar seus resultados, expondo-se a riscos e assumindo inteira responsabilidade por eventuais fracassos”. Conforme os autores, tendo a concorrência como norma de conduta e a empresa como modelo de subjetivação, a racionalidade neoliberal está ligada a uma governamentalidade empresarial capaz de descrever e prescrever as aspirações, as condutas, os comportamentos e as missões que devem orientar o sujeito.

Por seu turno, Gregolin, em entrevista à Oliveira, Oliveira e Nogueira (2018), explica que a mídia é hoje provavelmente o principal dispositivo de produção das subjetividades, assim como a escola e a família já o foram. As identidades são produções discursivas, e é por meio da circulação incessante de imagens que têm por objetivo a generalização de modelos, que a mídia realiza um trabalho discursivo de produção de identidades. A partir de uma ampla oferta de modelos difundidos socialmente por processos de imitação e formas ritualizadas, são asseguradas as funções de reprodução de imagens culturais, generalização e integração social dos indivíduos, antes desempenhadas pelos mitos. Esses modelos de identidades estabelecem paradigmas, estereótipos, maneiras de agir e de pensar (Gregolin, 2008).

Tem-se então que, evidentemente, o governo neoliberal encontrará na mídia um meio privilegiado para difundir a imagem do empreendedor em que devem se espelhar os sujeitos. O seguinte excerto é ilustrativo disso:

Em relação às características inerentes a empreendedores, Khosla destaca, além da ousadia e inconformidade com o dia a dia como profissional assalariado, a disposição ao risco e a paixão pelo propósito do negócio. “O empreendedor é aquela pessoa apaixonada pelo que está criando, quase como uma paixão religiosa. Você não desiste da religião porque algo ruim acontece. Você persiste mesmo assim”, diz (Matéria 27, Exame, 2023).

As características elencadas na matéria como inerentes aos empreendedores – sejam elas ousadia, inconformidade, persistência, paixão e disposição ao risco – constituem, todas elas, traços que articulam uma subjetividade capaz de refletir os anseios do neoliberalismo por um sujeito flexível, destemido, que assimila e incorpora como seus os valores do mercado, estando apto a se autorregular com vistas à maximização de seu capital humano.

Essas características, traços, ou competências socioemocionais, constantemente reiteradas nos textos, evidenciam um trabalho discursivo contínuo, constituinte de uma prática de subjetivação que pretende difundir e impor determinado modelo de identidade:

Paixão, motivação, adaptabilidade, liderança e ambição são cinco elementos fundamentais do empreendedorismo (Matéria 32, Exame, 2023).

Eu acredito que o fundador precisa ter uma autoconfiança inacreditável, para acreditar no seu negócio mesmo quando todo mundo diz que a sua ideia nunca vai funcionar (Matéria 2, PEGN, 2021).

Os profissionais que optam por empreender, normalmente, são indivíduos dispostos a arriscar, inovar e gerenciar seus projetos, justamente o perfil de colaborador que as empresas necessitam para o atual cenário econômico (...). Os intraempreendedores têm paixão pelo que fazem, são atentos às necessidades da empresa, possuem criatividade e ousadia, são persistentes e dedicados, são confiantes e, principalmente, são proativos. Você se encaixa nesse perfil? (Matéria 21, Exame, 2020).

Então, “você se encaixa nesse perfil”? Nesse questionamento apresentado ao leitor, o qual o incita a uma autoinquirição sobre si, e na repetida alusão à ideais como paixão, ambição, adaptabilidade e disposição ao risco, observa-se uma prática subjetivadora, por meio da qual, como explica Gregolin (2008), o sujeito é levado a pensar-se enquanto sujeito. Esses excertos são suficientes para ratificar outro apontamento de Gregolin (2008): ao fazer circular incessantemente enunciados que trabalham modelos identitários, ou subjetividades-clone, a mídia é capaz de fornecer verdadeiras próteses de identidade, “identidades *prêt-à-porter*”. No caso, vemos ser construída, discursivamente, a identidade empreendedora a qual todos nós, sujeitos neoliberais, somos instados pelos textos a nos moldar.

Mas aqui, tomemos mais a fundo esse aspecto da disposição ao risco, tão valorizada nas matérias analisadas. Nas palavras de Foucault (2008, p.91), “não há liberalismo sem cultura do perigo”. Ser empreendedor de si mesmo significa viver inteiramente

em risco. Segundo Dardot e Laval (2016), sob o neoliberalismo o discurso de valorização do risco inerente à vida pretende instalar a crença de que os mecanismos do Estado social são extremamente nocivos à realização pessoal. A sociedade não deve nada ao indivíduo, é ele o único responsável por seu destino, devendo se autogovernar e provar constantemente seu valor num ambiente de liberdade econômica. A vida é uma eterna gestão de riscos, e a precariedade é uma lei natural, do que sucede que todos os indivíduos deveriam ter renda incerta. Esse discurso, segundo os autores, dá ao risco uma dimensão ontológica.

Perpassado pela racionalidade neoliberal, o discurso da mídia de negócios encoraja continuamente a assunção de riscos:

(...) o avanço de um negócio promissor depende da ousadia de seus fundadores em abandonar a zona de conforto (...). “A não ser que você tome riscos audaciosos, você também não terá sucesso na mesma proporção” (Matéria 27, Exame, 2023).

De acordo com Dardot e Laval (2016), essa “naturalização” do risco pelo discurso neoliberal permitiu sua transferência aos assalariados, de modo que as empresas puderam passar a exigir deles comprometimento e disponibilidade ainda maiores. A grande novidade do neoliberalismo em relação ao capitalismo industrial, explicam os autores, reside em produzir “sujeitos empreendedores”, “aptos a suportar as novas condições que lhe são impostas, enquanto por seu próprio comportamento contribuem para tornar essas condições cada vez mais duras e mais perenes” (2016, p. 329). Esses sujeitos, como numa “reação em cadeia”, serão eles mesmos responsáveis por reproduzir, reforçar e ampliar as relações de competição entre si, o que exigirá que se adaptem subjetivamente às condições cada vez mais duras por eles próprios produzidas.

E é justamente dessa necessidade de se criar uma subjetividade capaz de suportar o risco de circunstâncias cada vez mais acirradas – que como pudemos notar a partir de nossas análises – decorre outro discurso frequentemente colado ao do empreendedorismo, o da resiliência:

Como as respostas às perguntas do empreendedor nem sempre são exatas e assertivas, os diferenciais da intuição, do ‘arriscar’, do se propor a errar e da resiliência são valiosos. Já entendemos que, com inovação e empreendedorismo, 99% do tempo é errar e aprender com os erros (Matéria 25, Exame, 2023).

Além disso, os empreendedores são conhecidos por sua determinação e resiliência, superando obstáculos e não desistindo facilmente diante de desafios (Matéria 35, Exame, 2023).

Nem sempre é fundamental ter instrução formal para começar um negócio, mas quem une teoria e prática tem mais chances de desenvolver resiliência, ganhar escala, expandir e turbinar o faturamento (Matéria 7, PEGN, 2023).

Como dito, sendo o sujeito empreendedor de si pressuposto pela razão neoliberal construído discursivamente através de práticas de subjetivação; nos discursos analisados que promovem a identidade e o comportamento esperado desse empreendedor que abraça o risco, nenhum termo aparece mais do que resiliência. De acordo com Dunker:

(...) a emergência do conceito de resiliência e o declínio relativo de seu conceito antecessor, o stress, pode ser entendido em um contexto ideológico de expansão do neoliberalismo. Aprender a gerenciar suas emoções, principalmente a raiva e o ciúme, retornar rapidamente a um estado subjetivo anterior, reduzindo a capacidade de permanecer afetado por uma transformação, manter o otimismo e expandir a rede de relações sociais compõem um perfil de funcionamento compatível com trabalhos flexíveis, excesso de interveniência micropolítica nas empresas e, sobretudo, uma autoimagem de si mesmo como empreendedor (Dunker, 2017, p. 26).

Tão estimada pelo neoliberalismo, a noção de resiliência remete a capacidade de absorver os sucessivos riscos e fracassos a que se está suscetível na jornada empreendedora:

Ser empreendedora na favela é enfrentar desafios diários com garra e resiliência, tentando equilibrar as nossas capacidades com as oportunidades, construindo sonhos diariamente e usando da nossa criatividade como ferramenta de transformação (Matéria 17, PEGN, 2022).

Macramê, retalhos, cerâmica, resina, massa de pão e muitas flores: com uma habilidade especial para as artes manuais e muita resiliência, esses empreendedores superaram a pandemia – e aprenderam que é possível ter lucro trabalhando com o que gostam (Matéria 3, PEGN, 2021).

Dunker (2017) explica que, proveniente da física, e usado originalmente para referir-se a propriedade que um material possui de voltar às suas condições originais depois de ser submetido à deformações; o conceito de resiliência tornou-se popular na psicologia da virada do século XX, denotando a capacidade de recomposição do sujeito. Segundo Brandão, Mahfoud e Gianordoli-Nascimento (2011), no Brasil, o termo resiliência começa a ser introduzido ao vocabulário com essa acepção a partir

do final dos anos 1990, por meio de matérias de autoajuda traduzidas do inglês e veiculadas na mídia.

Até então, a palavra era desconhecida da maior parte da população. Prova de que se trata de uma palavra da moda, se compulsarmos matérias sobre empreendedorismo nas mesmas revistas analisadas, porém um pouco mais antigas, de uma década atrás, o termo resiliência não aparece. Bem diferente do que se verifica atualmente:

(...) a dificuldade em criar negócios na América Latina torna os empreendedores brasileiros em empresários naturalmente mais resilientes (...). (Matéria 29, Exame, 2023).

O casal conta que para passar pelos desafios foi necessária muita resiliência e ajuda das melhores mentorias e consultorias do Brasil (Matéria 34, Exame, 2023).

Para Chaves, Motta e Gawryszewski (2020), a necessidade de formar subjetividades resilientes está conectada a um projeto específico de sociedade. A valorização de características (ou competências socioemocionais) como a resiliência, tem a ver com a necessidade de conformar os sujeitos a determinados comportamentos, conduzi-los a, enquanto empreendedores de si mesmos, ver o “lado bom” de situações resultantes de políticas subordinadas ao capital, como as dificuldades de inserção no mercado formal de trabalho e a flexibilização das leis trabalhistas.

Ao pensar os perigos do discurso hegemônico da resiliência, Ribault (2021) aponta que, tornada uma nova religião de Estado, um mantra para economistas, empregadores e políticos, a resiliência estaria funcionando como uma tecnologia do consentimento à realidade existente. Já não há catástrofe que os defensores da política de resiliência não aproveitem para fazer sua exortação à resiliência e não oposição. Para Marujo (2022), devemos atentar para que resiliência pode querer dizer aguentar, suportar o sacrifício.

Esse aspecto do sacrifício nos leva a uma última reflexão, essa partir do pensamento de Brown (2018), acerca desse discurso da resiliência tão propagado nas matérias da mídia de negócios. Segundo a autora, se por um lado a cidadania neoliberal espera que o indivíduo cuide de si mesmo, “ela também o compromete, discursivamente, com o bem-estar geral – demandando sua fidelidade e potencial sacrifício em nome da saúde nacional ou do crescimento econômico” (2018, p. 10). Dessa maneira, sob o neoliberalismo os indivíduos são duplamente responsabilizados: devem cuidar de si

mesmos, sendo os únicos culpabilizados por seu fracasso; e devem cuidar e se sacrificar pelo bem-estar econômico, sendo culpabilizados pelo fracasso da economia em prosperar:

No cerne da democracia moderna figuram as ideias de igualdade e liberdade universais. Quando a democracia passa pela economicização do Estado, da sociedade e dos sujeitos, típica da racionalidade neoliberal contemporânea, esses termos e práticas são metamorfoseados. Eles perdem sua validade política e ganham outra, econômica: a liberdade é reduzida ao direito ao empreendedorismo e sua crueldade, e a igualdade dá lugar a mundos ubiquamente competitivos de perdedores e vencedores. Tudo isso é lugar-comum. Porém, uma distância se abre entre o capital humano para si mesmo e o capital humano para uma empresa, nação ou constelação pós-nacional – ainda que seja um responsável investidor em si mesmo em todos os sentidos, o primeiro pode mesmo assim acabar descartado por mudanças imprevisíveis e instáveis nas últimas. Que razão se atribui a um comportamento empreendedor diligente e responsável, porém não recompensado? Revela-se então uma lógica que combina um pensamento simplificador sobre o capital humano de empresas de sucesso com um discurso nacional-teológico de sacrifício moralizado, um sacrifício necessário à saúde e à sobrevivência do todo. Sacrifício moralizado que resolve artificialmente o paradoxo da conduta não recompensada, prescrita de maneira normativa pelo neoliberalismo (Brown, 2018, p. 8-9).

Nesse mundo de vencedores e perdedores, percebemos que o discurso do fracasso é construído pela mídia a partir do silenciamento desses aspectos. A lógica subjacente aos textos é a de que, se o indivíduo não obteve sucesso, foi devido a sua dificuldade individual, foi por não ter sabido enxergar as oportunidades e por não ter sido suficientemente adaptável e resiliente para persistir ante às dificuldades. E ainda, por não ter se sacrificado o suficiente pelo bem-estar econômico não só seu, mas de toda a coletividade.

De acordo com o discurso neoliberal, o trabalho e o empreendedorismo são os únicos caminhos para a realização da pessoa. A noção de sucesso está restrita ao âmbito econômico e profissional. Uma pessoa de sucesso é sinônimo de uma pessoa bem-sucedida profissionalmente. De acordo com Dardot e Laval (2016), esse discurso do “sucesso na vida” leva a uma estigmatização do “fracasso” dos incapazes de satisfazer a norma de conduta empreendedora estabelecida aquela que conduz à felicidade, ao ponto que o “fracasso social” chega a ser visto como uma patologia.

Tendo sido problematizadas as características, habilidades, competências ou traços de identidade mobilizados pelo discurso da mídia a fim de produzir subjetividades empreendedoras – tais quais disposição ao risco, flexibilidade, adaptabilidade e resiliência, todas elas condição *sine qua non* ao funcionamento da engrenagem

neoliberal – no próximo tópico analisaremos de que modo difusão de narrativas exemplares constitui também uma estratégia de subjetivação.

### 6.3.2 Vender o peixe para vencer na vida

Como ensina Gregolin (2008, p. 20), a reiteração de certas características pela mídia “não produz seus efeitos *per se*, isto é, não bastaria a repetição exaustiva se a ela não se acoplassem determinados valores, se não se construíssem narrativas exemplares”. Isso quer dizer que, à repetição de características como paixão pelo trabalho, adaptabilidade, disposição ao risco e resiliência – esperadas do sujeito instado a todo o tempo a se reestruturar em vista do desempenho máximo – devem acoplar-se narrativas acerca de trajetórias vitoriosas, histórias de “renascimento” capazes de reafirmarem as vantagens do comportamento empreendedor. E nisso, como já restou atestado por Wood Jr. e Paes de Paula (2002), e por Costa (2010), a mídia de negócios é especialista:

Eu tinha uma amiga (...), e me tornei coach dela. Ela é doutora em filosofia, uma profissional excepcional, mas não ganhava dinheiro. Vivia dentro do “esperado” para uma acadêmica e negra, ou seja, com o pensamento de que o conteúdo não ‘é seu’, é da comunidade, e ela tem que se contentar com o “arroz com feijão”. Um dia, minha amiga me pediu R\$ 30,00 emprestados. Eu disse: “Basta! Vou te ensinar a ganhar R\$ 30 mil”. Traçou objetivos a curto prazo para a amiga se valorizar e aprender a vender seu peixe. (...) criou um curso – e, em um mês, (a amiga) ganhou R\$ 36 mil (Matéria 5, PEGN, 2022).

O trecho acima possui vários aspectos reveladores da subjetivação neoliberal. Temos aí um relato inspirador, proferido por alguém que se identifica como a *coach*, a respeito da saga de sua *coachee*, alguém que, a partir de uma mudança de *mindset*, teria saído, em um mês, da posição de quem pede R\$ 30,00 emprestados para a de quem fatura R\$ 36 mil com um curso. Essa mudança de *mindset*, para usarmos o termo do *coaching*, consistiu em “se valorizar e aprender a vender seu peixe”. A mentalidade a ser superada, era a de que o conhecimento que passou a ser comercializado em forma de curso pertenceria à toda comunidade. Contentar-se com o “arroz com feijão” é colocado como sinônimo de insucesso.

Para Dardot e Laval (2016), o discurso empreendedor envolve múltiplas técnicas, que constituiriam as “asceses do desempenho”, dentre as quais o *coaching*. Esses

métodos ligados a um “guru” ou “mestre”, e que se apresentam como saberes psicológicos com promessa de “desenvolver a pessoa”, são, é certo, técnicas de governamentalidade. O papel dos *coachs* de subjetividades empreendedoras é o de conduzir técnicas de produção do eu produtivo, de fabricar o homem responsável, especialista em si mesmo. Trata-se de uma formação em empresa de si mesmo pela qual todos devemos passar com o fim de aprendermos que somos nós nossos próprios recursos, tornando-nos, assim, instrumentos eficazes ao funcionamento da maquinaria neoliberal.

Isso fica bem evidente na narrativa apresentada pela *coach*. A verdadeira realização chega para o sujeito a partir do momento em que esse começa a se valorizar e aprende a vender seu peixe. Valorizar-se significa entender seu valor de mercado, entender-se como empreendedor de si mesmo, responsável por desenvolver seu capital humano e, como capital humano que é, trabalhar seu marketing pessoal, isso é, vender seu peixe. O que vemos é um relato sobre alguém que aprendeu a ser o instrumento de seu próprio sucesso, o que quer dizer ser um empreendedor de si mesmo (Dardot e Laval, 2016). Sem dúvida, um caso bem sucedido de imposição ao sujeito de uma certa conduta “correta” em relação aos outros, de aliciação da subjetividade por uma técnica que visa exatamente instituir no sujeito o autocontrole e a vigilância sobre si mesmo a partir da introjeção dos valores neoliberais, que como também fica bem claro no discurso, são diametralmente opostos à noção de comunidade.

É essa ética individualista, inerente a essas técnicas de reestruturação de si mesmo, também a responsável por jogar todo o peso da competição, assim como todos custos nas costas do sujeito, fazendo-os assumir plenamente a expectativa de certo comportamento (Dardot e Laval, 2016). Como também apontam Dardot e Laval (2016, p. 345), “essa gestão de si é objeto de um comércio intenso, que mobiliza grandes máquinas oligopolistas e pequenos artesãos em busca de um lugar no mercado do “desenvolvimento pessoal”. O próximo excerto é bem ilustrativo disso:

O cantor Zezé di Camargo, de 60 anos, vai ensinar empreendedorismo, com base em seus mais de 30 anos de carreira. “Eu sempre digo que meu exemplo de vida não é só para quem canta, ou para quem compõe. É para quem quer vencer na vida”, afirma. O cantor se juntou ao empresário Luis Fernando Câmara, sócio da rede de franquias de oratória Vox2You, para, juntos, ministrarem o curso “Ciência por trás do Sucesso”(…). Nas aulas, Zezé contará sua história de superação e resiliência, dando dicas para quem almeja empreender e ter sucesso. Em paralelo, Câmara vai compilar as

informações e transformá-las em técnicas e metodologias de liderança, persistência, resiliência e modelo de negócio (...). Câmara ainda menciona que além da carreira musical, Zezé conseguiu construir impérios nos ramos imobiliários e de agricultura. “Ele sempre sabia que ia chegar lá de alguma forma. Então isso inspira muito quem quer aprender a empreender”, diz. No conteúdo programático estão previstas disciplinas como “período de escassez”, “o segredo do outro como combustível” e “reflexões de uma pandemia, como quebrar os próprios recordes” (Matéria 16, PEGN, 2023).

A matéria trata de um curso de empreendedorismo a ser lançado por Zezé di Camargo, famoso cantor brasileiro, para “quem quer vencer na vida”. Uma vez que já não existem zonas protegidas, fora do mercado, devendo toda atividade ser empresarial, e sendo cada um de nós, antes de mais nada, um empresário de si mesmo; o artista passa a encarnar também, evidentemente, o *ethos* do empreendedor. São frequentes as matérias em que famosos, de vários campos das artes ou dos esportes, tem suas trajetórias como “homem que fez a si mesmo” exaltadas em *cases* com o condão de compelir o leitor a moldar sua própria identidade à imagem desses ídolos.

Essas trajetórias de sucesso nos esportes ou nas artes, automaticamente os tornam credenciados a ensinar empreendedorismo. Afinal, como já discutimos, qualquer iniciativa pode ser encarada como sinônimo de empreendedorismo, e o empreendedorismo é uma competência desenvolvida na prática, ou um traço inato, de modo que não se trata de forma alguma de uma disciplina restrita à acadêmicos.

O curso, como dito na matéria, toma o “exemplo de vida” de Zezé di Camargo, “uma história de superação e resiliência”. Não se trata, portanto, de algo como estratégias de negócio utilizadas por Zezé ao longo de sua carreira na indústria musical, mas de aspectos de sua trajetória pessoal, bem conhecida do público brasileiro, sendo traduzidos como “técnicas e metodologias de liderança, persistência, resiliência e modelo de negócio”. Uma receita pronta para o sucesso a partir da vida de alguém. Nisso, vemos bem o que apontam Dardot e Laval (2016): todos os domínios da vida tornam-se recursos, constituem uma oportunidade para que o indivíduo melhore seu desempenho pessoal. Todos os domínios da existência são da competência da gestão de si, toda a subjetividade, e não apenas o “homem do trabalho” é convocada para esse modo de gestão de si.

As nomenclaturas das disciplinas que compõem o curso também são reveladoras: “período de escassez”, “o segredo do outro como combustível” e “reflexões de uma

pandemia, como quebrar os próprios recordes”. Os nomes sugerem a importância do tema das “emoções” no curso. Dardot e Laval (2016) apontam que a regulação das emoções, assunto recorrente em cursos de empreendedorismo, remete a obrigação de bem-estar, a partir do que se visa o aperfeiçoamento do capital humano para a condução de uma vida matizada pela racionalidade neoliberal. Sugerem também que escassez e pandemia devam ser interpretadas como uma chance para o autoconhecimento e autossuperação. Esse discurso atesta novamente o que nos diz Ribault (2021): Já não há catástrofe que não seja aproveitada para a exortação à resiliência.

Portanto, contemporaneamente, os grandes ídolos da música, da dramaturgia e dos esportes são frequentemente também representados como empreendedores (aqui não cabe e não é o intuito elencar todos os casos, mas a cantora Anitta e o ex-jogador Ronaldo Nazário são provavelmente os nomes mais recorrentes nas matérias das duas revistas analisadas), e o poder de influência das sagas dessas celebridades empreendedoras, intensamente exploradas pela mídia, na conformação da subjetividade das massas, não pode ser dimensionado. Mas as histórias de empreendedores mais tradicionais, nomes convertidos em mitos do mundo dos negócios, nunca deixam de ser recontadas:

Para sua inspiração, vou citar exemplos de profissionais que, depois dos 40 anos, abriram empresas que se tornaram sucesso mundial:

Thomas J. Watson: era um vendedor de máquinas de calcular que trabalhava para a National Cash Register Company (EUA). Em 1911, com 40 anos, fundou a IBM, que se tornou líder global na indústria de computadores. Em um discurso para funcionários da empresa, em 1943, ele afirmou: “Você pode ser desencorajado pelas falhas ou você pode aprender com elas. Então vá em frente e cometa erros. Faça tudo o que puder e lembre-se: é onde você vai encontrar o sucesso”.

Henri Nestlé: era um farmacêutico que trabalhava em uma farmácia na Suíça. Ele desenvolveu uma fórmula de cereais para bebês que revolucionou a indústria alimentícia. Em 1866, com 51 anos, abriu a sua própria empresa.

John Pemberton: era um químico que trabalhava em uma farmácia em Atlanta (EUA). Ele desenvolveu a receita de uma das bebidas mais populares do mundo. Em 1886, com 55 anos, criou a Coca-Cola.

Harland Sanders: era um cozinheiro que trabalhava em postos de gasolina e em restaurantes na Rodovia 25 nos EUA. Em 1939, com 62 anos, inaugurou a Kentucky Fried Chicken (KFC), uma das maiores redes de fast food do mundo.

É importante enfatizar que, por volta de 1900, quando as quatro empresas foram criadas, a expectativa de vida ao nascer das nações desenvolvidas era por volta dos 47 anos!

Ah, você pode estar se perguntando: para eles foi fácil, tinham muito dinheiro...

Se você leu rápido o que escrevi acima, vou repetir:

Thomas J. Watson era vendedor de máquinas de calcular.

Henri Nestlé era farmacêutico de uma farmácia.

John Pemberton era químico de uma farmácia.

Harland Sanders era cozinheiro em postos de gasolina.

Embora fossem de diferentes origens e tivessem negócios diferentes, eles eram inovadores, resilientes e dedicados. E, ao perceberem que também eram qualificados e experientes em seus respectivos campos, decidiram atuar de forma disruptiva. Os quatro se assemelham em algumas características:

**Inovação:** Não estavam satisfeitos com o “status quo” e sempre buscavam novas formas de se aperfeiçoar.

**Visão:** Sabiam o que queriam alcançar e estavam determinados a fazer isso acontecer.

**Resiliência:** Enfrentaram desafios ao longo do caminho, mas nunca desistiram. Perseveraram e continuaram trabalhando para alcançar seus objetivos.

**Foco no cliente:** Estavam comprometidos com a satisfação do cliente. Sabiam que o segredo era oferecer o que eles amavam (Matéria 30, Exame, 2023).

Na matéria intitulada “*Ageless: empreender aos 40+ não se trata do SE, mas do QUANDO*”, publicada pelo portal da revista exame – e a qual já teve outro excerto analisado anteriormente – profissionais com mais de quarenta anos são alertados de que, ante a reestruturação das relações de trabalho e a eminência do fim da CLT, urge adotar um comportamento empreendedor. Nessa parte, com o fito de inspirá-los, são apresentadas, em tom hagiográfico, as histórias de quatro grandes nomes do mundo dos negócios que teriam empreendido depois dessa idade.

A mensagem da matéria é clara e coaduna com as análises de Dardot e Laval (2016): o sujeito deve abandonar o estatuto passivo e assalariado para se tornar uma empresa de si mesmo. Desse modo, o trabalho se tornará um espaço de liberdade, sendo você seu próprio chefe. Com a idade, o capital humano, sujeito ao risco de desvalorização, vê-se continuamente diante da necessidade de se readequar, mais uma vez e sempre, adquirir novas competências, provar seu valor para não se tornar obsoleto e inutilizável. A personalidade deve ser representada por “um eu maleável, uma colagem de fragmentos em perpétuo devir, sempre aberto à experiência nova” (Sennett, 2010, p. 189, citado por Dardot e Laval, 2016, p. 365).

As histórias contadas na matéria, de homens que a despeito de todas as circunstâncias e já com mais de quarenta anos fundaram impérios, remetem ao mito da garagem (Audia; Rider, 2005), a ideia de ingênua de que, com uma garagem (ou mais comumente um fundo de quintal, no caso brasileiro), uma ideia brilhante gerada espontaneamente, e muito trabalho duro, qualquer um, não importa a origem, pode ter sucesso em seu próprio negócio. Narrativas muito distantes da realidade evidenciada pelos dados sobre mobilidade social.

O discurso, ao elencar as semelhanças entre os quatro grandes empreendedores, sugere que há um estilo de vida empreendedor, não se trata somente de uma atividade econômica, mas de um modo de ser, uma identidade. Todas as características verificadas ao longo de nossas análises, a partir das quais o sujeito deve se modelar e se autogovernar, são reafirmadas pelas narrativas: paixão pelo trabalho, disposição ao risco, resiliência, persistência, ousadia, adaptabilidade.

Naturalizando a perda de direitos, a ausência de vínculos, o autogerenciamento e a responsabilização individual, pretendendo encobrir assim a precarização e todas as contradições relacionadas ao fomento do empreendedorismo no contexto do governo neoliberal, o discurso é antagônico à realidade da maioria dos brasileiros que trabalha por conta própria, servindo à exaltação do *self-made man*, o “homem que faz a si mesmo”. Fica sugerido que não só os jovens, mas todos, independentemente da idade, estão em tempo e devem se lançar na corrida competitiva pelo próximo “unicórnio”.

Avançamos assim na compreensão de como a mídia de negócios funciona como um dispositivo capaz de formatar as subjetividades dos sujeitos para que desenvolvam a identidade empreendedora pressuposta pela racionalidade neoliberal. As práticas de subjetivação para o empreendedorismo presentes nos textos da mídia de negócios estão calcadas na reiteração exaustiva de características e comportamentos específicos, atrelados a narrativas exemplares, as quais oferecem representações que indicam aos sujeitos como devem se autogovernar. Na conformação dos sujeitos à essas características e na introjeção da obrigação de desenvolver seu capital humano moldando sua identidade como empreendedor si mesmo, materializa-se o biopoder.

## 7 PARA DESEMPREENDER NOSSAS LABUTAS: ALGUMAS REFLEXÕES INICIAIS

Mas, sobretudo, vê-se que o foco da crítica é essencialmente o feixe de relações que amarra um ao outro, ou um a dois outros, o poder, a verdade e o sujeito. E se a governamentalização é bem esse movimento pelo qual se tratava, na realidade mesma de uma prática social, de sujeitar os indivíduos pelos mecanismos de poder que reclamam para si uma verdade, ora, eu diria que a crítica é o movimento pelo qual o sujeito se dá o direito de interrogar a verdade sobre seus efeitos de poder, e o poder sobre seus discursos de verdade, a crítica será a arte da inservidão voluntária, da indocilidade refletida. A crítica teria essencialmente por função o desassujeitamento no jogo disso que se poderia chamar, em uma palavra, política da verdade. (Foucault, 1990, p. 5).

Neste capítulo, em vista de responder ao terceiro objetivo intermediário traçado, apresento as reflexões em mim suscitadas, ao longo do processo de pesquisa, sobre a problemática do discurso empreendedorístico e suas implicações, sobretudo no campo acadêmico da Administração. Alicerçado por essas ideias, procurando articular uma contraconduta, teço algumas considerações para que nossas pesquisas constituam uma forma de resistir e desafiar esse discurso empreendedorístico e a governamentalidade neoliberal por ele ativada, tornando-se instrumentos úteis à invenção de uma outra racionalidade, como Dardot e Laval (2016) nos convocam a criar a partir do governo de si. Assim, os próximos parágrafos visam problematizar os desdobramentos do discurso empreendedorístico para o campo acadêmico da Administração, e discutir possíveis formas de resistência.

As práticas discursivas que verificamos constituem estratégias que proveem sustentação ao discurso que chamamos de empreendedorístico, o qual trata de tudo a partir de um léxico empreendedor. Longe de estarem restritas às páginas das mídias de negócios, por mais vulgares e desprovidas de rigor científico que possam ser, essas práticas discursivas têm encontrado aderência em toda parte, acoplando-se aos mais diversos discursos, não estando a salvo o acadêmico. Expressões das *políticas da verdade* do nosso momento histórico, estão infiltradas por todo tecido social, e tem organizado os sentidos por onde passam, inclusive, e notadamente, no campo acadêmico da Administração.

Dessa forma, por meio não só da mídia de negócios, mas também de artigos “científicos”, discursos de caráter revisionista, como o que resgata a figura histórica do negro do período pós-abolição – obrigado a recorrer a toda sorte de labuta pela

sobrevivência dos seus – e a reinterpreta nos termos da racionalidade neoliberal, evocando-a agora como empreendedora por excelência, adquirem *status* de verdade. “Científicos”, porque absolutamente vulgares e incapazes de resistir ao crivo da História, acabam por fazer parte de um projeto político que, a partir do apagamento das contradições históricas da escravidão – contradições que incorreram em movimentos de resistência ao trabalho escravizado por meio da formação de quilombos sustentados pela lógica da coletividade, por exemplo – pretendem produzir relatos heroicos de empreendedorismo individual, com contornos de realidade. Afinal, que narrativa poderia inspirar melhor a propalada resiliência empreendedora que pretende nos conformar à governamentalidade neoliberal contemporânea, do que a de um povo que ao ser sequestrado de África para ser escravizado no Brasil, teria trazido consigo o espírito empreendedor?

A partir de Foucault, Gregolin, em entrevista à Navarro e Sargentini (2022) ensina que

um discurso só é aceito em uma época quando segue a racionalidade, o modo de legitimar a separação entre o verdadeiro e o falso dessa mesma época. Um discurso só é aceito se acata o valor legitimado pela separação do verdadeiro e do falso, isto é, se diante do verdadeiro e do falso se posiciona de acordo com a vontade de verdade vigente em sua época. Assim, a aceitabilidade de um enunciado ou de um discurso não provém da relação de adequação entre aquilo que é dito e a realidade (noção de verdade enquanto adequação), nem tampouco da coerência interna do discurso (noção de verdade enquanto coerência). Para que um enunciado seja aceito em uma época, para que possa ser legitimamente dito, para que esteja no verdadeiro, precisa seguir certas regras ditadas por um corpo social, histórico e anônimo (Navarro e Sargentini, 2022, p. 32).

Destarte, a racionalidade neoliberal, a qual pressupõe uma governamentalidade que pretende tornar a todos empreendedores de si mesmos e em concorrência entre si, é o que torna possível que se diga hoje, sem constrangimentos, que o espírito aguerrido de luta pela sobrevivência que acompanhou o povo negro escravizado desde África, já era, na verdade, uma manifestação encarnada do espírito empreendedor invocado hoje pelo capitalismo de livre mercado; e que isso seja, inacreditavelmente, aceito e reproduzido mesmo em círculos acadêmicos. É a racionalidade neoliberal, provida de todo um léxico oriundo do *management*, o qual possibilita que tudo possa ser adjetivado a partir de termos empreendedorísticos, que permite que, em consequência, no campo acadêmico da Administração, um sujeito de pesquisa que poderia ser encarado simplesmente como um trabalhador, como seria o caso, digamos, de um artista de rua, possa ser referido como um empreendedor. Isso é o que se nota mesmo

em estudos não funcionalistas do campo dos Estudos Organizacionais, que se pretendem a consciência crítica da Administração, vide o trabalho de Souza Neto, Diniz e Silva (2020).

Para parafrasear Shakespeare, há algo de muito errado no reino da DinamarcaAdministração. Enquanto Ailton Krenak (Maakaroun, 2021) não se cansa de nos conclamar à compreensão de que viver não é sinônimo de empreender, fala-se em empreendedorismo indígena e ancestral. Mas não é só. Ignorando-se que em nosso contexto do Sul global a demanda empreendedora – tendo sido a nós imposta pela receita neoliberal formulada pelos países do Norte – é sustentada pela colonialidade/ modernidade (Uchôa de Oliveira, 2020a), há estudos que tentam mobilizar abordagens críticas como a decolonialidade para formularem o que chamam, por exemplo, de *empreendedorismo de resistência decolonial* (Ribeiro, 2020), enquanto são incapazes de tencionar o assujeitamento e a colonialidade impostas pela lógica do empreendedorismo, neoliberal e representativa das novas formas de dominação da continuidade colonial e moderna, se considerado nosso contexto de periferia do capitalismo.

Tratam-se de trabalhos alinhados à corrente denominada *Critical Entrepreneurship Studies* – CES (Tedmanson *et al.*, 2012; Essers *et al.*, 2017), originada do movimento anglo-saxão conhecido como *Critical Management Studies*. De acordo com Verduyn, Dey e Tedmanson (2017) o uso do termo *crítico* pelos CES pretende demarcar uma posição contrária ao funcionalismo e à visão determinista da natureza humana, abrindo espaço para que o empreendedorismo seja pensado à luz de temas como liberdade, emancipação, e produção societal, mas não para se opor ao discurso empreendedor, propriamente. Portanto, nessa linha, ir contra à racionalidade neoliberal empreendedorística não está em questão.

O que se verifica é que as bases críticas ao modelo racista, sexista e classista de sociedade tomadas por esses trabalhos estão devidamente adaptadas à lógica de mercado e ao imperativo do empreendedorismo por ela estabelecida. Desconsiderando a totalidade concreta das relações sob o capitalismo (Martins e Martins, 2020), como já observado por Misoczky e Amantino-De-Andrade (2005) esses Estudos Críticos em Administração filiados à corrente anglo-saxã tendem a subverter as abordagens críticas das quais se valem para forçar com que caibam e se

tornem aplicáveis aos temas do mundo dos negócios, excluindo qualquer discussão de economia política (Oviedo; Misoczky, 2020).

Dessa forma, penso que, embora essa abordagem tenha sem dúvidas contribuições muito importantes ao enfrentamento das opressões, tendo produzido conhecimentos importantes em contraste com as abordagens dominantes sobre empreendedorismo; o que se tem aí, ao fim e ao cabo, é mais uma perspectiva empreendedorística, porque o que sugere é pensar possibilidades para os problemas da sociedade a partir do empreendedorismo, com mais empreendedorismo, alimentando o discurso e constituindo, assim, mais um veículo da demanda empreendedora. Não se verifica um rigor quanto ao uso do termo, todos acabam sendo abordados como empreendedores.

Falar, por exemplo, em empreendedorismo indígena, ancestral ou de resistência a partir do pensamento decolonial, é subverter essa abordagem ao ponto de afrontar seu núcleo ontológico, fechando os olhos para a colonialidade do poder, do saber e do ser contidas na demanda empreendedora, que implicariam perceber os aspectos estruturais, econômicos, e concernentes a produção de subjetividades resultantes da máquina de colonização (Ericsson, 2020; Murtola, 2020) que é o discurso empreendedor. Não é possível que se objetive identificar as lógicas de colonialidade enfrentadas por empreendedores, sem, contudo, tensionar a própria alcunha de empreendedor recebida pelo sujeito de pesquisa como o primeiro elemento de colonialidade a ser identificado, como o fazem Ferreira, Carolino, Nero, Batista e Teodósio (2023) e Silva, Bizarria, Ipiranga e Barbosa (2023). Além disso, penso que esse tipo de apropriação das abordagens críticas pode alimentar um tipo de neoliberalismo que se pretende progressista na aparência (Fraser, 2020).

Como tentar escapar então do discurso empreendedorístico? Como nós, sujeitos neoliberais, empreendedores de nós mesmos, podemos tentar nos aproximar de nós mesmos? Como, ao menos em nossos escritos, podemos resistir e tentar escapar do poder neoliberal? Como, ao pesquisar, o *empreendedor de si* pode dar lugar ao *cuidado de si*? Como poderíamos nos apropriar de abordagens como a decolonial para desenvolvermos uma crítica propriamente ao discurso empreendedor, que não seja inócua à racionalidade neoliberal? Como articular uma resistência a esse poder por meio do fazer pesquisa? De que forma, como nos convidam Dardot e Laval (2016), podemos estabelecer contracondutas que nos conduzam à invenção de uma outra governamentalidade? Como resistir à racionalidade dominante aqui e agora?

Como promover, desde já, formas de subjetivação alternativas ao modelo da empresa de si na pesquisa em Administração?

Ante tantas perguntas tão difíceis, mas ciente de que, como nos dizem Dardot e Laval (2016), embora seja mais fácil fugir de uma prisão do que sair de uma racionalidade, nada nos exime da tarefa de promover outra racionalidade; a partir das reflexões suscitadas ao longo dessa pesquisa, ousou aqui tentar traçar algumas reflexões que conduzem à alguns direcionamentos bem simples, mas que penso serem capazes de promover a resistência e o desassujeitamento. E adianto que o corolário de todas essas reflexões é, para mim, um só: devemos desempreender nossas labutas.

Como ratificado mediante a pesquisa empírica aqui desenvolvida, Uchôa de Oliveira (2020a) está certa ao apontar que, a partir do estabelecimento da demanda empreendedora, esse dispositivo do governo neoliberal que no contexto do Sul passa a governamentalizar a criação de trabalho e a gestão da sobrevivência, nos impondo o parâmetro do Norte global

Todas as outras formas de trabalhar, de conduzir-se, de relacionar-se com os outros são expropriadas para que em seu lugar sejam localizados a narrativa empreendedora, o vocabulário empreendedor, o comportamento empreendedor e o espírito empreendedor (Uchôa de Oliveira, 2020a, p. 125).

Desempreender nossas labutas significa, portanto, nos reapropriarmos, no fazer pesquisa, dessas formas de trabalho colonizadas pelo discurso empreendedorístico. Isso quer dizer descolonizar nossas lidas de sempre. Desempreender nossas labutas significa dispensar o guarda-chuva do empreendedorismo para reconhecer a polimorfia do trabalho (Sato, 2017), noção que busca superar o pensamento dicotômico entre formal e informal, “colocando-os em relação, tratando das múltiplas inserções paralelas e interpostas na formalidade e na informalidade, na legalidade e na ilegalidade”. (Uchôa de Oliveira, 2020a, p.116). Desempreender nossas labutas significa rejeitar a gramática empreendedora que nos foi imposta (Bögenhold, 2020), para passarmos a designar todas as formas de trabalhar por conta própria, e de gestão da sobrevivência, desde sempre dominantes em nosso contexto brasileiro, pelo que costumavam ser conhecidas: labuta, lida, peleja, viração, corre. E desempreender nossas labutas significa, finalmente, nos comprometer com a descolonização e a desestabilização de categorias ocidentais hegemônicas, tanto analíticas, como descritivas. Adiante, tento desenvolver isso melhor.

Ângela Davis (2018) ensina que é preciso tornar acessível o terreno discursivo para que sejamos capazes de falar a respeito do capitalismo, e defende a necessidade de se reintroduzir a classe trabalhadora em nossos discursos. “Quando foi que todas as pessoas se tornaram “classe média?”, questiona Davis. Do mesmo modo podemos pensar, quando foi que começamos a chamar autoemprego e todo tipo de trabalho por conta própria de empreendedorismo? Quando foi que se tornou incomum falarmos em termos de trabalhadores, exatamente? Quando foi que no reino da Dinamarca todos se tornaram empreendedores de algum tipo, ou praticantes de empreendedorismo de qualquer tipo, seja lá como for?

A resposta já é a essa altura evidente para nós. Foi a partir do momento em que fomos subjetivados pela racionalidade neoliberal e nos tornamos pesquisadores empreendedores de nós mesmos. E é justamente a partir desse momento em que entendemos quem somos hoje, que fazemos esse diagnóstico da atualidade a partir da inquisição das verdades do nosso tempo, e compreendemos quais foram suas condições de produção, seus objetivos, e a quem interessam; que se abre a possibilidade de sermos outros, diferentes disso que nos tornamos. É a partir daí, desse entendimento de como nos tornamos sujeitos de uma governamentalidade por meio de mecanismos de poder que reclamam para si uma verdade, que podemos finalmente realizar uma crítica capaz de promover o desassujeitamento por meio da arte da inservidão voluntária e da indocilidade refletida (Foucault, 1990; Navarro e Sargentini, 2022).

Penso então que a proposta de Bögenhold (2020) possa nos servir nessa tarefa de produzir uma crítica à racionalidade neoliberal nos termos do que Foucault (2020) entende por crítica. A partir da clareza de que com uma variedade tão grande de sentidos o termo empreendedorismo é enganador e inconsistente (como pudemos atestar na pesquisa empírica), de modo que não se qualifica como um termo científico adequado; Bögenhold (2020) propõe a virada para o “contra”, inaugurando uma perspectiva *Against Entrepreneurship*, a qual se alinha este trabalho. Essa perspectiva se afasta dos *Critical Entrepreneurship Studies*, já comentados anteriormente, por focar as razões para se opor ao empreendedorismo enquanto discurso e, em termos, enquanto prática. Para o autor, ser contra o discurso do empreendedorismo implica a busca por termos semânticos e aplicações mais adequadas, que evitem mal-entendidos.

Na nossa posição de Sul global, essa busca por termos mais adequados implica, por sua vez, penso eu, em descolonizar as formas de trabalho expropriadas pelo discurso empreendedor. Fairclough (2020) assevera que tentativas de definir a direção da mudança incluem cada vez mais tentativas de mudar as práticas de linguagem. Por que não então falarmos das formas de trabalho que tem sido indiscriminadamente tratadas como empreendedorismo, simplesmente em termos de trabalho? E se quisermos ser mais claros quanto ao aspecto de precariedade e de gestão da sobrevivência dessas formas de trabalho, por que não, em vez de recorrermos a termos como empreendedorismo informal, empreendedorismo por necessidade ou empreendedorismo periférico, não nos valermos de termos com acepções bem mais honestas para designar esses tipos de trabalho? Palavras para isso não faltam na língua portuguesa: labuta, lida, canseira, peleja, *freelance*, serviço, bico, são só alguns exemplos.

Aqui, cabe registrar que, fora do campo da Administração, alternativas já estão sendo postas em vista de romper com o empreendedorismo como perspectiva e como terminologia, vide o trabalho de Reis e Peranhos (2021), que ao falarem sobre moda e decolonialidade, tratam em termos de inovação social o que em nossa área tem sido tratado usualmente como afroempreendedorismo. Para Teixeira (em entrevista à A Gazeta, 2020) embora experiências como economia criativa, afrocentada e periférica estejam sendo abarcadas pelo empreendedorismo, é importante que se politize o uso do termo, pois se tratam de formas de subsistência que se afastam dos moldes de inovação permanente idealizados pelas discussões clássicas sobre empreendedorismo.

No campo da Administração, Souza Neto (2008), ao discutir a inadequação da categoria teórica empreendedorismo, tal qual formulada por modelos estrangeiros, ao contexto brasileiro, propõem um metamodelo empreendedor brasileiro, que seria o do empreendedorismo de necessidade, do “virador”. Penso que embora o autor estivesse bem intencionado em sua “*empreendedologia* brasileira”, que pretende conformar um modelo teórico de empreendedor que se afastaria dos pressupostos neoliberais, o do “virador”; se o que intencionamos é articular uma contraconduta à racionalidade neoliberal, o que devemos buscar é uma *desempreendedologia*. Ao permitir que um artista de rua, seja enquadrado, enquanto sujeito de pesquisa, como um empreendedor “virador”, como fazem Souza Neto, Diniz e Silva (2020), esse

metamodelo proposto pelo autor acaba ajudando, por assim dizer, esse movimento, observado por Uchôa de Oliveira (2020a), de expropriação das formas de trabalho precárias pelo discurso empreendedorístico, desde a academia.

Se seguindo as proposições epistêmicas de Oliveira, Caetano e Louredo (2021), as pesquisas sobre empreendedorismo no campo da Administração passarem de fato a considerar as especificidades estruturais e os laços históricos do país, relacionados tanto à herança colonial quanto à colonialidade, e se utilizarem do pensamento de fronteira (Mignolo, 2000) e da redução sociológica (Ramos, 1996); o que se verá é que, na maioria dos casos, não há de se falar em empreendedorismo, pois como analisam Ferraz e Ferraz (2022), diferentemente da realidade dos países centrais, em que a promoção do empreendedorismo foi a saída encontrada para lidar com o desemprego estrutural e promover a inovação com menor custo após o enfraquecimento do *Welfare State*; em países dependentes, onde sequer houve de fato um Estado de bem-estar, o empreendedorismo não promoveu a inovação nem uma alteração estrutural na relação capital-trabalho, tendo o empreendedorismo surgido por aqui como mais ideologia acionada para conformar e ocultar a expropriação.

Essa análise fundada numa abordagem histórico-materialista procedida pelas autoras, coaduna-se perfeitamente às análises de bases foucaultianas realizadas por Uchôa de Oliveira (2020a), que sustentam este trabalho: Tendo sido o desemprego estrutural desde sempre nossa realidade, o discurso empreendedorístico serviu aqui para governamentalizar as formas precárias de trabalho. Se antes essas formas de trabalho por conta própria eram dominantes, mas encaradas como problemáticas, a partir da promoção do discurso empreendedor tornam-se uma forma de governo.

Que tratemos então de desempreender essas formas de trabalho, de descolonizá-las, desgovernamentalizá-las. Se um dos grandes trunfos da racionalidade neoliberal é seu léxico oriundo do *management*, capaz de difundir uma concepção utilitarista do homem que não poupa nenhum aspecto da vida, e que com palavras de veludo intima o sujeito e obscurece relações de poder (Dardot e Laval, 2016), essa mudança em nossas práticas languageiras que aqui proponho, desde um centro de produção de conhecimento da Administração, ainda que tão restrita, carrega consigo não só o potencial de contribuir com uma agenda de pesquisa transformadora para o campo, nos termos do proposto por Szlechter *et al.* (2020) e Teixeira *et al.* (2021), mas de articular uma contraconduta à governamentalidade neoliberal. Que a partir então da

mudança de nossos próprios discursos, por meio da inservidão voluntária e da indocilidade refletida ensinadas por Foucault (1990), possamos realizar uma crítica que pavimente o caminho para a invenção de uma outra governamentalidade.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A objetivo central da pesquisa foi *compreender como as práticas discursivas da mídia de negócios promovem a demanda empreendedora e atuam como parte do dispositivo de governo neoliberal*. Em face de tal propósito, compreendendo o empreendedorismo como um dispositivo que governamentaliza as formas precárias de criação de trabalho e uma demanda que mobiliza os sujeitos (Uchôa de Oliveira, 2020a). Valendo-me de uma lente foucaultiana, realizei uma análise do discurso empreendedorístico na mídia de negócios, tendo recorrido, para a seleção dos discursos, a um arquivo composto por matérias veiculadas pelas revistas Exame e PEGN entre 2020 e 2023.

Em vista de lograr o objetivo estabelecido, elenquei três objetivos intermediários que direcionaram a condução da pesquisa, sendo eles: a) *identificar e analisar, a partir da mídia de negócios, categorias e práticas discursivas que evidenciam a racionalidade neoliberal e promovem a demanda empreendedora*; b) *identificar e analisar os sentidos sociais contemporâneos sobre o que é empreendedorismo e o que é ser empreendedor*; e c) *problematizar os desdobramentos do discurso empreendedorístico para o campo acadêmico da Administração, e discutir possíveis formas de resistência*.

A partir de um processo reflexivo que teve em conta as análises de 35 matérias selecionadas, e os apontamentos de Gregolin à Navarro e Sargentini (2022) acerca das questões seminais ao analisar a mídia sob a lente foucaultiana, defini três categorias de análise que dialogam diretamente com os objetivos traçados, sejam elas: *o discurso da mídia e a produção de verdades empreendedorísticas*; *o discurso da mídia e a condução das condutas para o empreendedorismo*; e *o discurso da mídia e a formatação da subjetividade empreendedora*. Longe de serem estanques, essas categorias conversam entre si, e tratam, todas elas, ao fim e ao cabo, da governamentalidade neoliberal, tendo sido essa divisão pensada para conferir uma lógica que facilitasse a apresentação dos resultados. Essas três categorias, em conjunto, dão conta do primeiro objetivo intermediário, o de *identificar e analisar, a partir da mídia de negócios, categorias e práticas discursivas que evidenciam a racionalidade neoliberal e promovem a demanda empreendedora*.

A primeira categoria, *o discurso da mídia e a produção de verdades empreendedorísticas*, concentra práticas discursivas que reinterpretam fatos do passado consoante a racionalidade neoliberal contemporânea para produzir efeitos de verdade, e que pretendem naturalizar o empreendedorismo como um fenômeno derivado de um suposto “espírito empreendedor” que animaria os indivíduos, como se o empreendedorismo dissesse respeito a um traço de personalidade ou como se estivesse inscrito na genética. Entendemos a partir da analítica foucaultiana que o sujeito empreendedor, como entendido na contemporaneidade, está sendo produzido, discursivamente, no e pelo governo neoliberal, e que tais perspectivas essencialistas – também muito presentes em estudos da área de Administração – devem ser entendidas como estratégias discursivas integrantes de um determinado saber ligado ao poder neoliberal, que servem à naturalização de um fenômeno que em verdade resulta do movimento de expansão do capital (Ferraz; Ferraz, 2022). Outras práticas discursivas identificadas nessa categoria são as que atribuem ao empreendedorismo o condão de solucionar os mais diversos males enfrentados por todas as sociedades, caracterizando-o como uma panaceia, uma solução universal.

A segunda categoria, *o discurso da mídia e a condução das condutas para o empreendedorismo*, congrega práticas discursivas que mais diretamente pretendem compelir o sujeito leitor à adoção de uma conduta empreendedora e ao aprendizado constante sobre empreendedorismo. A terceira categoria, *o discurso da mídia e a formatação da subjetividade empreendedora*, abrange, por sua vez, práticas discursivas que, calcadas na reiteração exaustiva de características e comportamentos específicos, atrelados a narrativas exemplares, promovem certa identidade empreendedora a partir da qual se dá a subjetivação do *empreendedor de si*.

Essas mesmas três categorias de análise, em conjunto, respondem ao segundo objetivo intermediário, o de *identificar e analisar os sentidos sociais contemporâneos sobre o que é empreendedorismo e o que é ser empreendedor*. Como abordado na primeira categoria, têm-se hoje como verdade que somos um povo empreendedor, fruto de um passado empreendedor, e que será o empreendedorismo a força motriz de nosso desenvolvimento. Na segunda categoria temos que ninguém pode ser deixado de fora, de ambulantes à fundadores de *startups*, passando por religiosos e funcionários empregados, crianças e adultos, somos todos empreendedores e

devemos desenvolver esse nosso potencial continuamente. Praticamente qualquer tipo de iniciativa humana, tenha natureza comercial ou não, pode ser entendida como empreendedorismo. Todas as formas de trabalho são apropriadas pelo discurso empreendedorístico. Mediante a terceira categoria verificamos que o empreendedor é tido como um indivíduo ousado, flexível, disposto a assumir riscos e, sobretudo, resiliente.

Quanto ao terceiro objetivo intermediário, o de *problematizar os desdobramentos do discurso empreendedorístico para o campo acadêmico da Administração, e discutir possíveis formas de resistência*, dediquei a este o sétimo capítulo, no qual, a partir da minha experiência na condução dessa pesquisa, busquei refletir sobre como a Administração acriticamente legitima esse discurso e serve de instrumento à sua difusão, provendo-lhe cientificidade. Evidencio que mesmo parte dos estudos que se pretendem críticos ao discurso do empreendedorismo, não o são propriamente, mas acabam por sugerir um “empreendedorismo crítico”, muitas vezes não só inócuo à racionalidade neoliberal, mas difusor desta. Por conseguinte, indico a virada para o “contra”, e a necessidade de se desempreender nossas labutas, o que significa uma mudança discursiva com vistas à reapropriação e ao reconhecimento das tantas formas de trabalho governamentalizadas e colonizadas pela demanda empreendedora.

Acerca das limitações da pesquisa documental realizada, pode-se dizer que o número de duas revistas consideradas para a seleção dos discursos, seja a maior delas, uma vez que são muitos os veículos do segmento mídia de negócios que poderiam ser analisados. Outra limitação está relacionada ao recorte temporal restrito. Em vista disso, e considerando ter restado evidente que os discursos do empreendedorismo devem ser objeto de constante análise crítica da academia, haja vista as novas práticas e estratégias discursivas que surgem a todo momento no intento de sustentá-lo; sugiro que pesquisas futuras sejam realizadas não só considerando um maior número de publicações da mídia de negócios e um recorte temporal mais amplo, mas que a análise do discurso seja aplicada aos inúmeros veículos que fazem circular a demanda empreendedora, como discursos de políticos, projetos de lei e programas de governo, entre tantos outros. Por fim, espero que trabalhos futuros não percam de vista que, como nos ensina Foucault, onde há poder, há sempre a possibilidade de resistir; e que desse modo, indo além do interpretativismo, a análise do discurso sirva

à articulação de contracondutas capazes de nos conduzirem a uma outra governamentalidade.

## REFERÊNCIAS

A GAZETA. Negros se dedicam a abrir caminhos para outros negros. **A Gazeta**. Vitória, 20 de novembro de 2020, Novas oportunidades. Disponível em: <https://www.agazeta.com.br/es/cotidiano/negros-se-dedicam-a-abrir-caminhos-para-outros-negros-1120>. Acesso em 07 abr. 2024.

ALCADIPANI, R. **Michel Foucault: poder e análise das organizações**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

ALMEIDA, J. P. J. **Programa (novo) mais educação: estratégia da governamentalidade neoliberal para a condução das condutas de todos e de cada um**. 2019. 153 f. Tese (Doutorado em Difusão do Conhecimento) - Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

ALVES, A.; KLAUS, V.; LOUREIRO, C. B. Do sonho à realização: pedagogia empreendedora, empresariamento da educação e racionalidade neoliberal. **Educação e Pesquisa**, v. 47, p. e226115, 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/ep/article/view/190005>.

ALVESSON, M.; WILLMOTT, H. **Making sense of management: a critical introduction**. California, USA: Sage Publishing, 2012.

ALVESSON, M.; WILLMOTT, H. **Critical management studies** London: Sage, 1992.

ANTUNES, R. **Trabalho intermitente e uberização do trabalho no limiar da indústria 4.0**. In: ANTUNES, R. (org.), NOGUEIRA, A. M. et al. **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2020. p. 11-22.

AVELINO, N.. Foucault e a racionalidade (neo)liberal. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 21, p. 227–284, set. 2016.

AUDIA, G. P.; RIDER, C. I. A Garage and an Idea: What More Does an Entrepreneur Need? **California Management Review**, v.48, no.1, 2005.

BATISTA, D. F. M. **A nova velha roupa colorida: A cultura do management e as mídias digitais**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, p. 134. 2022.

BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Apontamentos sobre Axiologia, Ideologia e a Ética do Empreendedorismo. **Pensamento & Realidade**, v. 32, n. 2, p. 93-109, 2017.

BRANDÃO, J. M.; MAHFOUD, M.; GIANORDOLI-NASCIMENTO, I. F.. A construção do conceito de resiliência em psicologia: discutindo as origens. **Paidéia** (Ribeirão Preto), v. 21, n. 49, p. 263–271, maio 2011.

BRÖCKLING, U. **The entrepreneurial self: fabricating a new type of subject**. London: Sage, 2015.

BROWN, H. **Cidadania sacrificial neoliberalismo, capital humano e políticas de austeridade**. Tradução de Juliane Bianchi Leão. Coleção Pequena Biblioteca de Ensaio. Zazie Edições, 2016.

CALÁS, M., SMIRCICH, L., & BOURNE, K. Extending the Boundaries: Reframing "Entrepreneurship as Social Change" through Feminist Perspectives. **The Academy of Management Review**, 34(3), 552-569 (2009).

CASAQUI, V. A transformação social nos discursos da cena empreendedora social brasileira: processos comunicacionais e regimes de convocação na mídia digital. **Universitas Humanística**, v. 81, n. 81, 2016.

CASAQUI, V.; DORETTO, J. A produção da juventude empreendedora na mídia de negócios: discurso, cultura empreendedora e inspiração. **Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 45, p. e2022117, 2022.

CASTRO-GÓMEZ, S. **La poscolonialidad explicada a los niños**. Bogotá: Universidad del Cauca y Universidad Javeriana, 2005.

CERQUEIRA, D. B. **Arquétipos femininos e comunicação: análise de seis capas da Forbes Brasil de 2013 a 2021**. Dissertação (Mestrado em Estudos de Linguagens) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná. Curitiba, p. 119. 2023.

CERTEAU, M. de. **A escrita da história**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

CHAVES, D., MOTTA, V. C. da; GAWRYSZEWSKI, B. Programa Solução Educacional: uma formação para a resiliência em tempos de agudas contradições. **Perspectiva**, [S. l.], v. 38, n. 3, p. 1–21, 2020. DOI: 10.5007/2175-795X.2020.e63255. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/perspectiva/article/view/63255>.

COFFEY, A. Analysing documents. In: FLICK, Uwe (Ed.). **The SAGE handbook of qualitative data analysis**. London: SAGE, 2014. p. 367-379.

COSTA, A. M. DA .; BARROS, D. F.; MARTINS, P. E. M.. A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 10, n. 2, p. 357–375, jun. 2012.

COSTA, A. M. DA .; BARROS, D. F.; CARVALHO, J. L. F.. A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 15, n. 2, p. 179–197, mar. 2011.

COSTA, A. M. DA; SARAIVA, L.A.S. Ideologias organizacionais: uma crítica ao discurso empreendedor. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais**, v, n, p-211. Sociedade Brasileira de Estudos Organizacionais, dez. 2014.

COSTA, F. Z. N.; GUERRA, J. R. F.; LEÃO, A. L. M. S. O Solo Epistemológico de Michel Foucault: possibilidades de pesquisa no campo da administração. **Revista de Ciências da Administração**, v. 15, n. 35, p. 168-179, 2013.

DADOS, N; CONNELL, R. Neoliberalism in world perspective: Southern origins and southern dynamics. In D. Cahill, M. Cooper, M. Konings & D. Primrose (Eds.), **The SAGE handbook of neoliberalism** (pp. 28-39). London: Sage Publication. 2018.

DAVIS, A. **A liberdade é uma luta constante**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2018.

DREYFUS, H. L.; RABINOW, P. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

DUNKER, C. **Reinvenção da intimidade: políticas do sofrimento cotidiano**. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

ESSERS, C., DEY, P., TEDMANSON, D., & VERDUYN, K. (Eds.). (2017). **Critical Perspectives on Entrepreneurship: Challenging Dominant Discourses** (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315675381>

DOLABELA, F. **Oficina do Empreendedor. A metodologia de ensino que ajuda transformar conhecimento em riqueza**. 6.ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

DOLABELA, F. **O Segredo de Luísa. Uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. 14. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 1999.

ERICSSON, D. (2020). **Notes on a Fetishist War Machine**. In: Örténblad, A. (eds) *Against Entrepreneurship*. Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-47937-4\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-47937-4_3)

FAIRCLOUGH, N. CDA as dialectical reasoning: critique, explanation and action. **Policromias**, janeiro, Ano V. p. 12 – 30, 2020.

FERNANDES, R. J. R. **Análise crítica do discurso de apoio às MPMEs e de fomento ao empreendedorismo no Brasil pós-redemocratização**. 2019. Tese de Doutorado.

FERRAZ, J. M. **NÃO SÃO GIGANTES, SÃO MOINHOS DE VENTO: AS DESVENTURAS DOS/AS EMPREENDEDORES/AS EM TERRA BRASILEIRA**. **Caderno De Administração**, v. 28, 2020.

FERRAZ, J. M. **Para além da prática empreendedora no capitalismo brasileiro**. São Paulo: Almedina, 2021.

FERRAZ, J. DE M. Armadilha da identidade e crítica ao empreendedorismo social: a exploração da opressão. **Revista Katálisis**, v. 25, n. 2, p. 252–261, maio 2022.

FERRAZ, J. DE M.; FERRAZ, D. L. DA S.. Do espírito do capitalismo ao espírito empreendedor: a consolidação das ideias acerca da prática empreendedora numa abordagem histórico-materialista. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 20, n. 1, p. 105–117, jan. 2022.

FERREIRA, C. A. A.; CAROLINO, A. R. .; NERO, A. C. P. .; BATISTA, R. C. G. . .; TEODÓSIO, A. dos S. de S. . Empreendedorismo feminino periférico: análise decolonial . **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, [S. l.], v. 13, n. 3, p. 109–133, 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/pgc/article/view/67384>.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FISHER, M. **Realismo capitalista**: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que fim do capitalismo? São Paulo, SP: Autonomia Literária, 2020.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1987.

FOUCAULT, M. **História da sexualidade I**: A vontade de saber, tradução de Maria Thereza da Costa Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro, Edições Graal, 1988.

FOUCAULT, M. **O que é a crítica?** Trad. Gabriela Lafetá Borges, Rev. Wanderson Flor Nascimento. Vol. 82, nº 2, pp. 35 - 63, abr/jun 1990. Disponível em: <https://michel-foucault.weebly.com/uploads/1/3/2/1/13213792/critica.pdf>

FOUCAULT, M. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FOUCAULT, M. **Em defesa da sociedade**: curso no Collège de France. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FOUCAULT, M. **A Hermenêutica do sujeito**. Trad. Márcio Alves da Fonseca e Salma Tannus Muchail. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

FOUCAULT, M. **Nascimento da Biopolítica**: Curso dado no Collège de France (1978-1979). São Paulo: Martins Fontes, 2008a.

FOUCAULT, M. **Segurança, Território e População**: Curso dado no Collège de France (1977-1978). São Paulo: Martins Fontes, 2008b.

FLICK, U. **Managing Quality in Qualitative Research**. London: Sage Publications, 2007.

FRASER, N. **O velho está morrendo e o novo não pode nascer**. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.

GOMES, M. Prefácio. In: ARRUZZA, C. **Ligações Perigosas: casamentos e divórcios entre feminismo e marxismo**. 1ª ed. São Paulo: Usina Editorial, 2019.

GREGOLIN, M. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. **Comunicação Mídia e Consumo**, [S. l.], v. 4, n. 11, p. 11–25, 2008. DOI: 10.18568/cmc.v4i11.105. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/105>

GREGOLIN, M. do R. Identidade: objeto ainda não identificado? (Identité: objet pas encore identifié?). **Estudos da Língua(gem)**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 81-97, 2008. DOI: 10.22481/el.v6i1.1058. Disponível em: <https://periodicos2.uesb.br/index.php/estudosdalinguagem/article/view/1058>

LAVAL, P.; DARDOT, C. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

LIRA, V. C. A.; SILVA, F. V. da; MOURA, T. S. de. Welcome, young entrepreneurs! : Discursos sobre o empreendedorismo em coleções didáticas de língua inglesa do novo ensino médio. **Revista EntreLinguas**, Araraquara, v. 9, n. 00, p. e023003, 2023. DOI: 10.29051/el.v9i00.17748. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/entrelinguas/article/view/17748>

MAAKAROUN, B. As lições do desastre. **Estado de Minas**. Belo Horizonte, 01 de janeiro de 2021. Disponível em: [https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2021/01/01/interna\\_pensar,1225161/as-licoes-do-desastre.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/pensar/2021/01/01/interna_pensar,1225161/as-licoes-do-desastre.shtml). Acesso em 02 out. 2022.

MALDONADO-TORRES, N. **Análítica da colonialidade e da decolonialidade: algumas dimensões básicas**. Decolonialidade e pensamento afrodiaspórico. 2018;2:27-53.

MARTINS, G.; MARTINS, C. Os Estudos Organizacionais e os Gigantes: que Emancipação Está em Jogo nos Estudos Críticos em Administração? / Organizational Studies and the Giants: What Emancipation are Critical Studies in Administration intended?. **Brazilian Journal of Business**, [S. l.], v. 2, n. 4, p. 3526–3547, 2020. DOI: 10.34140/bjbv2n4-008. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJB/article/view/18083>.

MARUJO, H. A. **Um Olhar Subversivo sobre a (armadilha da) Resiliência**. Disponível em: <https://www.reflorestar.org/pt/saude/um-olhar-subversivo-sobre-a-armadilha-da-resiliencia>. Acesso em: 04. abr. 2024.

MIGNOLO, Walter. **Historias locales/diseños globales: colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo**. Tres Cantos: Ediciones Akal, 2000.

MIGNOLO, Walter D. Colonialidade: o lado mais escuro da modernidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 32, n. 94, p. 01-17, 2017.

MISOCZKY, M. C.; AMANTINO-DE-ANDRADE, J.. Uma crítica à crítica domesticada nos estudos organizacionais. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 9, n. 1, p. 193–210, jan. 2005.

MURTOLA, A. M. (2020). Entrepreneurship ad absurdum. In: Örtenblad, A. (eds) **Against Entrepreneurship**. Palgrave Macmillan, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-47937-4\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-030-47937-4_6)

NAVARRO, P.; SARGENTINI, V. Por uma Arqueogenealogia dos Estudos Discursivos Foucaultianos no Brasil - Cartografias: Entrevista com Maria do Rosario Gregolin. **Revista da Anpoll**, [S. l.], v. 53, n. 2, p. 20–40, 2022. DOI: 10.18309/ranpoll.v53i2.1777. Disponível em: <https://revistadaanpoll.emnuvens.com.br/revista/article/view/1777>

NUNES, R. **Do transe à vertigem: Ensaio sobre bolsonarismo e um mundo em transição**. 1ª ed. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

OLIVEIRA, T; CAETANO, S; LOUREDO, F. A Narrativa majoritária do empreendedorismo no Brasil: facetas da colonialidade e do racismo estrutural. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais**. 2021.

OLIVEIRA, P. R. R. D. de .; OLIVEIRA, G. F. de .; NOGUEIRA, M. A. . Análise do discurso, Foucault e mí-dia: entrevista com Maria do Rosário Gregolin. **Diálogo das Letras**, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 201–207, 2018. Disponível em: <https://periodicos.apps.uern.br/index.php/DDL/article/view/663>

ÖRTENBLAD, A. 2020. Against entrepreneurship: a critical examination. In: Örténblad, A. (ed.). **Against entrepreneurship**. Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan.

OVIEDO, C. F. T; MISOCZKY, M. C. Por Una Crítica Ontológica de La Ideología Del Emprendimiento. Innovar: **Revista de Ciencias Administrativas y Sociales**, vol. 30, no. 78, 2020, pp. 61–74. JSTOR, <https://www.jstor.org/stable/26939715>.

PAULA, A. P. P. DE .; MARANHÃO, C. M. S. DE A.; BARROS, A. N. DE .. Pluralismo, pós-estruturalismo e "gerencialismo engajado": os limites do movimento critical management studies. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 7, n. 3, p. 393–404, set. 2009.

RAMOS, Alberto Guerreiro. **A redução sociológica**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.

REIS, G.; C.; PARANHOS, M. C. M. **Decolonialidade, Moda e Inovação Social**. 2021. 98p.

RIBAUT, T. **Contre la résilience de Fukushima et ailleurs**: Paris, L'échappée, 2021.

SAFATLE, V. Uma revolução de sinais invertidos. **Outras Palavras**. 18 de outubro de 2022. Disponível em: <https://outraspalavras.net/outrasmidias/safatle-uma-revolucao-de-sinais-invertidos/>. Acesso em 04 abr. 2023.

SAFATLE, V; JÚNIOR, N. da S; DUNKER, C. **Neoliberalismo como gestão do sofrimento psíquico**. SAFATLE, V; JÚNIOR, N. da S; DUNKER, C. (Org.). São Paulo: Autêntica, 2020.

SANDOVAL, M. (2020). Entrepreneurial Activism? Platform Cooperativism Between Subversion and Co-optation. **Critical Sociology**, 46(6), 801-817. <https://doi.org/10.1177/0896920519870577>

SATO, L. **Diferentes faces do trabalho no contexto urbano**. In M. C. Coutinho, M. H. Bernardo & L. Sato (Orgs.), *Psicologia social do trabalho* (pp. 151-174). Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

SCHUMPETER, J. A. The process of creative destruction. In: **Capitalism, socialism and democracy**. New York: Harper Perennial, 3. ed., 2008, p. 81-86.

SENNET, R. **A corrosão do caráter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**, trad. Marcos Santarrita, 15. ed., Rio de Janeiro, Record, 2010.

SILVA, G. F da; BIZARRIA, F. P de A; IPIRANGA, A. S. R; BARBOSA, F. L. S. Experiências de mulheres em empreendedorismo de “não” resistências à luz da Teoria Decolonial. **Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, [S. l.], v. 21, p. e82816, 2023. DOI: 10.19094/contextus.2023.82816. Disponível em: <http://periodicos.ufc.br/contextus/article/view/82816>

SOUZA, E. M. **Contribuições de Foucault a Temática da Gestão e Subjetividades: uma Análise Sobre Poder**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, p. 193. 2004.

SOUZA, E. M. et al.. A analítica de Foucault e suas implicações nos estudos organizacionais sobre poder. **Organizações & Sociedade**, v. 13, n. 36, p. 13–25, jan. 2006.

SOUZA, E. M.; PARKER, M. Practices of freedom and the disruption of binary genders: Thinking with trans. **Organization**, 2020.

SOUZA NETO, B. de; DINIZ, D. M.; SILVA, A. S. Viradores e suas Virações: a prática cotidiana de um empreendedor artista de rua. **Revista Interdisciplinar de Gestão Social**, [S. l.], v. 9, n. 3, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/rigs/article/view/36033>

SOUZA NETO, B. de. **Contribuição e Elementos para um Metamodelo Empreendedor Brasileiro: o Empreendedorismo de Necessidade do “Virador”**. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2008.

SZLECHTER, D. ; PAZOS, L. S. ; TEIXEIRA, J. C. ; FERREGRINO, J. ; MADARIAGA, P.I. ; ALCADIPANI, R.. ESTUDIOS ORGANIZACIONALES EN AMÉRICA LATINA: HACIA UNA AGENDA DE INVESTIGACIÓN. **Revista de Administração de Empresas**, v. 60, n. 2, p. 84–92, mar. 2020.

TEDMANSON, D.; VERDUYN, K.; ESSERS, C.; GARTNER, W. B. Critical perspectives in entrepreneurship research. **Organization**, v. 19, n. 5, p. 531-541, 2012.

TEIXEIRA, J. C. **As artes e práticas cotidianas de viver, cuidar, resistir e fazer das empregadas domésticas**. 2015. 412f. Tese (Doutorado em Administração) - Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós Graduação e Pesquisas em Administração, 2015.

TEIXEIRA, J. C. et al. INCLUSÃO E DIVERSIDADE NA ADMINISTRAÇÃO: MANIFESTA PARA O FUTURO-PRESENTE. **Revista de Administração de Empresas**, v. 61, n. 3, p. e0000–0016, 2021.

THIRY-CHERQUES, H. R. À moda de Foucault: um exame das estratégias arqueológica e genealógica de investigação. **Lua Nova: Revista de Cultura e Política**, n. 81, p. 215–248, 2010.

UCHÔA DE OLIVEIRA, F. M. A demanda por empreender: uma proposta para o estudo do empreendedorismo de acordo com a psicologia social do trabalho. **Cadernos de Psicologia Social do Trabalho**, [S. l.], v. 23, n. 2, p. 115-128, 2020.

UCHÔA DE OLIVEIRA, F. M. **Somos todos empreendedores? A demanda empreendedora como dispositivo de governo neoliberal**. 2020. Tese (Doutorado em Psicologia Social) - Instituto de Psicologia, University of São Paulo, São Paulo, 2020. doi:10.11606/T.47.2020.tde-09072020-161211.

VAN DIJK, T. A. **Critical Discourse Analysis**. In Schiffrrin et al (2001), pp. 352-71.

VERDUYN, K.; DEY, P.; TEDMANSON, D. A critical understanding of entrepreneurship. **Revue de l'Entrepreneuriat**, v. 16, n. 1, p. 37-45, 2017.

VOSS, J.; NAVARRO, P. A noção de enunciado reitor de Michel Foucault e a análise de objetos discursivos midiáticos. **Linguagem em (Dis)curso**, v. 13, n. 1, p. 95–116, jan. 2013.

WALKER, R. (1989) 'Marxism–Leninism as Discourse: The Politics of the Empty Signifier and the Double Bind', **British Journal of Political Science**, 19 (2), 161–89.

WOOD JR, T.; DE PAULA, A. P. P. Pop-Management: contos de paixão, lucro e poder. **Organizações & Sociedade**, 9(24), 2002. 39-51.

WOOD JR, T.; DE PAULA, A. P. P. A Midia Especializada e a Cultura do Management. **Organizações & Sociedade**, 13(38), 2006. 91-105.