

OS DISCURSOS E OS SENTIDOS DA ATUAÇÃO DAS INSTITUIÇÕES NACIONAIS DE FOMENTO AO EMPREENDEDORISMO

EDIR ANTONIA DE ALMEIDA*

RESUMO

O objetivo deste artigo foi analisar os discursos dos agentes nacionais de fomento ao empreendedorismo, buscando compreender os sentidos de sua atuação. Para tanto, utilizou-se o método da Análise do Discurso (AD), elegendo como fonte de dados os sites oficiais de cinco entidades, dos seguintes segmentos sociais: governo, associação de trabalhadores, entidade religiosa, universidade e empresariado. As análises foram subsidiadas pela construção de categorias passíveis de capturar o sentido da atuação dos agentes. São elas: 1) Missão da instituição; 2) Concepção de empreendedorismo; 3) Visão sobre a gestão; 4) Princípios de formação/capacitação. Nos resultados, foram identificados discursos com filiações ideológicas distintas, os quais impactaram no sentido da atuação das referidas entidades. Concluiu-se que algumas instituições de fomento divergem da ideologia do sistema vigente, uma vez que pautam sua atuação na contestação ao *status quo* estabelecido pelo mesmo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Ideologia. Análise do Discurso.

ABSTRACT

THE DISCOURSES AND DIRECTIONS OF THE ACTIVITY OF NATIONAL INSTITUTIONS FOR FOSTERING ENTREPRENEURSHIP

The objective of this article was to analyze the discourses of national agents for fostering entrepreneurship, trying to understand the senses of their activities. Thereunto, the Discourse Analysis Method was used, choosing as data source five official organization websites from the following social segments: government, labor unions, religious organizations, universities, and business community. The analysis was subsidized by the construction of categories, which made possible the comprehension of the senses of the agent's actions, as follows: (i) Mission of the institution, (ii) Conception of entrepreneurship, (iii) Vision about its management, (iv) Principles of education/training. In result, discourses with different ideological affiliations were identified, which impacted in the sense of the performance of the referred organizations. It was concluded that some fostering organizations diverge from the ideology of the current system, since they guide their actions in defense of the *status quo* established by the system.

Keywords: Entrepreneurship. Ideology. Discourse Analysis.

Artigo recebido em:18-03-2015 – Aceito em:12-08-2015

1. INTRODUÇÃO

O imperativo da sobrevivência em um mercado globalizado levou empresas à redução de custos e reestruturação produtiva, implicando o fechamento de muitos postos de trabalho, precarização das condições de trabalho, aumento da informalidade, entre outros impactos sobre o mercado de trabalho. (POCHMANN, 1999; SINGER, 2001; RAZETO, 1997; MATTOSO, 1999).

Neste contexto, o empreendedorismo – concebido como qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento (PASSOS, 2008, apud SAMPAIO, 2010, p. 33) – emerge como alternativa à crise do trabalho. Políticas sociais de geração de renda engendradas pelo estado exaltam os benefícios do autoemprego e fomentam a criação de empresas. Ao mesmo tempo, outros agentes – instituições religiosas, universidades, organizações de trabalhadores etc. – também mobilizam esforços na tarefa de apoio às iniciativas populares de geração de trabalho e renda, tendo em vista a reinserção dos desempregados ao mercado de trabalho.

O trabalho de apoio dessas instituições, normalmente, inclui assessoria, consultoria e capacitação para o desenvolvimento do empreendimento. Entretanto, os sentidos que subjazem aos seus discursos de propagação do empreendedorismo podem ter várias interpretações.

* Professora da Universidade do Estado de Mato Grosso – Departamento de Ciências Contábeis; líder do Grupo de Pesquisa do CNPQ: Políticas Públicas, Empreendedorismo, Gestão e Educação; graduada em Ciências Contábeis, pela Universidade Federal de Mato Grosso – UFMT; mestre em Controladoria e Contabilidade, pela Universidade de São Paulo – USP e doutoranda em Administração, na Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Endereço: Rua Adel Maluf, 275- Ed. Ana Vitória- B. Jardim Mariana, Cuiabá-MT. E-mail: ediralmeida1@yahoo.com.br

Percepções críticas sobre o empreendedorismo no Brasil (LIMA, 2008; FORTETE, 2012; BORGES, 2012; ANDRADE, 2010) apontam para uma intrínseca relação entre o discurso empreendedor e a ideologia neoliberal.

Conforme Fortete (2012), o estímulo à cultura empreendedora esconde a ausência do estado na regulação da relação com o capital e mascara a ideologia neoliberal. Dessa forma, os diversos agentes difusores do empreendedorismo – o estado, organismos internacionais, organizações sociais, corporações empresariais e gestores – cumprem seu papel de garantir a mutação do sistema que, para sua sobrevivência, necessita de um patamar mínimo de qualidade de vida dos trabalhadores, ou seja, precisa da reprodução da força de trabalho e consumo. Nessa perspectiva, o discurso do empreendedorismo vende a ilusão de emancipação dos trabalhadores, quando, na verdade, visa à manutenção da estrutura social vigente, reforçando sua ideologia.

Diante desse paradoxo, construiu-se a proposta deste artigo, cujo objetivo foi analisar a ideologia dos discursos dos agentes difusores da cultura empreendedora, buscando compreender os sentidos de sua atuação. Com fundamento na literatura sobre o tema e utilizando o método da Análise do Discurso (AD), foi possível analisar as aproximações e distâncias entre as entidades selecionadas, no que se refere à filiação ideológica de seus discursos, bem como compreender os sentidos de sua atuação.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. Contexto de emergência do empreendedorismo

As décadas de 80 e 90, sob a égide da globalização, foram palcos de profundas transformações econômicas e sociais. A emergência de um mercado com concorrência global ensejou, entre outros aspectos, a redefinição do papel do estado-nação, novas estruturas produtivas e mudanças nas relações de trabalho. Assim, a globalização significou a substituição de velhas formas de organização da produção e do trabalho por novas configurações, bem como o surgimento de novas formas de atuação do estado. (POCHMANN, 1999; MATTOSO, 1999).

No campo empresarial, tendo em vista a adaptação à nova estruturação do mercado, as empresas buscaram a redução de custos e recorreram às novas engenharias produtivas e de gestão. Inovação, alianças estratégicas, automação, fazem parte deste novo repertório empresarial.

Em consequência, esta nova configuração empresarial impactou diretamente no mercado de trabalho. Desemprego estrutural, mudanças na legislação de trabalho – flexibilização de direitos e garantias trabalhistas –, informalidade, desemprego e terceirização, são figuras emblemáticas desse novo panorama do mundo do trabalho (POCHMANN, 1999; SINGER, 2001; SINGER; SOUZA, 2000; RAZETO, 1997).

Permeando esse cenário, engendraram-se mudanças contundentes no papel do estado. O estado desenhado, neste momento histórico, deixa de ser o estado do bem-estar social, cedendo lugar ao estado idealizado pelo neoliberalismo, ou seja, aquele que sai de cena para que as “mãos invisíveis do mercado” protagonizem (FORTETE, 2012).

Nessa perspectiva, o estado reduz a atuação na regulação de diversas áreas e relações, como a relação capital-trabalho. Em contrapartida, assume uma nova postura na busca de soluções para as mazelas da globalização, especialmente no que tange ao mercado de trabalho. Políticas sociais de fomento ao empreendedorismo são representativas desta nova postura do estado.

2.2. Empreendedorismo: panaceia para o desemprego?

Em meio ao cenário caótico de desemprego, que assolou a maioria das nações, o empreendedorismo foi propalado como uma solução milagrosa para remediar os males decorrentes da globalização.

Conforme o GEM¹, empreendedorismo pode ser concebido como:

Qualquer tentativa de criação de um novo negócio ou novo empreendimento, como por exemplo, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente por um indivíduo, grupos de indivíduos ou por empresas já estabelecidas (PASSOS, 2008, apud SAMPAIO, 2010, p. 33).

Conforme apontado por Lima (2008), a partir de 1993² o Sebrae foi o principal responsável pela difusão do empreendedorismo no Brasil, replicando a metodologia de capacitação, o Empretec – acrônimo de Empreendedores e Tecnologia. O objetivo da metodologia, baseada em programas norte-americanos de

¹ Criado em 1999, o GEM é uma pesquisa internacional cujo objetivo é comparar as taxas de atividade empreendedora dos países participantes (SAMPALIO, 2010).

² Nesse ano foi assinado um acordo de Cooperação Internacional entre as Nações Unidas, por meio do PNUD, e o Brasil, representado pelo Ministério das Relações Exteriores, delegando ao SEBRAE o papel de executor nacional da metodologia (LIMA, 2008).

desenvolvimento de empreendedores de sucesso, era estimular o desenvolvimento de empreendedores, reforçando características comportamentais necessárias ao *status* de empreendedor. Ainda hoje, a entidade executa o papel de fomento ao empreendedorismo.

Especialmente na década de 90, diversas outras experiências de estímulo ao empreendedorismo eclodiram, engendradas por atores sociais tais como ONGs, bancos, universidades, igrejas, entidades públicas etc. Estas entidades implementam o empreendedorismo social.

O empreendedorismo social (ES) é um constructo em construção, e o debate acerca de sua natureza e características ainda está vigente. A definição mais aceita dá enfoque à missão, havendo um razoável consenso de que a sua missão primária é criar valor social, fornecendo soluções para problemas sociais.

Afirma Dees (2001):

Os empreendedores sociais desempenham o papel de agente de mudança do setor social, por:

- adotar uma missão para criar e sustentar valor social (não apenas valor privado);
- reconhecer e buscar implacavelmente novas oportunidades para servir essa missão;
- envolver-se em um processo de contínua inovação, adaptação e aprendizagem;
- agir arrojadamente sem se limitar pelos recursos atualmente na mão;
- exibir uma elevada responsabilidade com o eleitorado e com os resultados criados (DEES, 2001, p. 4).

Outras definições de empreendedorismo social são apresentadas por Oliveira (2014). Entre elas, citam-se as seguintes:

Visão da organização *Oud Schwab*, Suíça:

Empreendedores sociais: apontam ideias inovadoras, e veem oportunidades onde outros não veem nada; combinam risco e valor com critério e sabedoria; estão acostumados a resolver problemas concretos, são visionários com sentido prático, cuja motivação é a melhoria de vida das pessoas, trabalham 24 horas do dia para conseguir seu objetivo social (OLIVEIRA, 2014).

Assim, diante do desemprego e da precarização das condições do trabalho, diversas entidades envidam esforços para a superação desse problema social, estimulando o empreendedorismo social. Entre estas, destaca-se a atuação do movimento de Economia Solidária (ES). A ES, conforme indicação das principais obras a esse respeito (SINGER, 2000; ANTEAG, 2005; RATTNER, 2005), busca a reinserção do trabalhador ao mercado do trabalho por meio do trabalho coletivo, cooperação e a autogestão dos trabalhadores³.

Circunscrevem-se no movimento, enquanto Empreendimentos Econômicos Solidários (EES), as seguintes organizações:

- Coletivas e suprafamiliares (associações, cooperativas, empresas autogestionárias, grupos de produção, clubes de trocas etc.), cujos participantes são trabalhadores dos meios urbano e rural que exercem a autogestão das atividades e da alocação dos seus resultados.
- Permanentes (não são práticas eventuais). Além dos empreendimentos que já se encontram implantados, em operação, devem-se incluir aqueles em processo de implantação quando o grupo de participantes já estiver constituído e definido sua atividade econômica.
- Que podem dispor ou não de registro legal, prevalecendo à existência real ou a vida regular da organização.
- Que realizam atividades econômicas de produção de bens, de prestação de serviços, de fundos de crédito (cooperativas de crédito e os fundos rotativos populares), de comercialização (compra, venda e troca de insumos, produtos e serviços) e de consumo solidário. As atividades econômicas devem ser permanentes ou principais, ou seja, a razão de ser da organização.
- São singulares ou complexas. Ou seja, deverão ser consideradas as organizações de diferentes graus ou níveis, desde que cumpridas às características acima identificadas. As organizações econômicas complexas são as centrais de associação ou de cooperativas, complexos cooperativos, redes de empreendimentos e similares. (SENAES, 2014)

Compõem também o universo do movimento, entidades de apoio, as quais, normalmente, viabilizam a formação nas diversas áreas do empreendimento (produção, gestão etc.). Entre as diversas entidades que figuram no movimento destacam-se: redes de fomento a cooperativas e empreendimentos populares – Rede Interuniversitária de Estudos e Pesquisas sobre o Trabalho (Unitrabalho), Núcleo de Apoio às Atividades de Extensão em Economia Solidária (Nesol-USP), Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP), União e Solidariedade das Cooperativas (Unisol); Cáritas do Brasil (movimento da Igreja Católica). A capacidade de articulação do movimento forjou a criação da Secretaria Nacional de Economia Solidária – Senaes, em 2003 – primeira política pública instituída para o fomento da ES no país.

³ A autogestão é o modo de gestão caracterizada pela participação dos trabalhadores e gestão democrática do empreendimento. (SINGER, 200; MELLO, 2005)

Além do movimento de Economia Solidária e do Sebrae, há uma constelação de outros difusores do empreendedorismo no Brasil, atuando de diferenciadas formas e movidos por inspirações específicas, buscando o desenvolvimento das mais variadas capacidades e habilidades. Nesse contexto, interessa-nos compreender o sentido de sua atuação, ou seja, a ideologia que permeia as ações e discursos destes agentes.

2.3. Empreendedorismo: discurso e ideologia

Como visto, o estímulo recente ao empreendedorismo, aparentemente, justifica-se pelo contexto de desestruturação do mercado de trabalho, marcado pelo desemprego e precarização das relações de trabalho. Entretanto, há uma gama de intenções, presente nos discursos dos agentes propagadores do empreendedorismo que merece ser desvelada do ponto de vista político e ideológico.

Nessa perspectiva, entre muitos trabalhos acadêmicos recentes que discutem o assunto, destacamos alguns que realizam uma análise crítica da atuação dos agentes de fomento, estabelecendo uma relação entre ideologia e empreendedorismo (LIMA, 2008; FORTETE, 2012; BORGES, 2012; ANDRADE, 2010).

Lima (2008) traçou um paralelo entre a formação empreendedora a serviço do neoliberalismo (Sebrae) e aquelas alternativas ao sistema capitalista, promovidas pelas entidades de apoio do movimento de Economia Solidária. Para tanto, evidenciou a diferença ideológica do trabalho de ambas as vertentes.

O autor avalia que o Sebrae presta serviço à ideologia neoliberal. Nesse sentido, suas ações ajudam a compensar “os danos do atual modelo de acumulação capitalista flexível, sem modificá-lo e também para manter vivo o pensamento neoliberal como hegemônico na sociedade” (LIMA, 2008, p. 57-58). O autor chama a atenção para a mitificação do empreendedorismo, que significa o exagero na exposição das vantagens conferidas ao empreendedorismo, com o objetivo de atrair os trabalhadores. Assim, alguns mitos difundidos são indispensáveis para a manutenção do *status quo*, tais como: “todos são livres para trabalhar onde queiram; [...] todos, bastando não ser preguiçosos, podem ser empresários; [...] o mito da propriedade privada como fundamento do desenvolvimento da pessoa humana [...]” (FREIRE, 1987, apud LIMA, 2008, p. 59). A mitificação traz danos, uma vez que mascara “os efeitos nefastos da globalização capitalista que gera ‘perdedores’” (LIMA, 2008, p. 57-58).

Dito de outra maneira, Borges (2012) enfatiza que essa mitologia cria o “herói de massa” – parafraseando Ehrenberg (2010). Essa figura “simboliza aquele que busca por si mesmo a sua inserção e reinserção profissional” (BORGES, 2012, p. 8).

Aliado a isto, há um discurso de mudança comportamental endereçado aos excluídos do mercado pelo desemprego, o qual enfatiza a necessidade de desenvolvimento de habilidades requeridas para empreender, situação que, segundo Singer (1998, p. 61), implica uma solução capitalista para o desemprego e informalidade, em que o pobre é incentivado a ajudar a si mesmo a sair da pobreza.

Por outro lado, alguns autores avaliam que o trabalho implementado pelo movimento de ES apresenta outras características, uma vez que busca transcender o capitalismo e promover a emancipação do trabalhador. Tal visão é corroborada por diversos autores (SINGER; SOUZA, 2000; RAZETO, 1997; MELO, 2005), os quais vêem na Economia Solidária o gérmen de superação do capitalismo. Para eles, a ES quebra a dicotomia entre capital e trabalho, uma vez que os trabalhadores dos empreendimentos também são os proprietários do mesmo. Ao mesmo tempo em que os valores estimulados como a autogestão, trabalho coletivo, cooperação, sustentabilidade, desenvolvimento humano, político e social (além do profissional) antagonizam com o individualismo e competição, rezados pelo sistema vigente.

Em outra vertente, autores negam a existência da polaridade do empreendedorismo tradicional e empreendedorismo social. Por exemplo, Fortete (2012), em sua tese, avalia que para a sua mutação e disseminação, o capitalismo precisa de vários aliados. Dessa forma, o estado, organismos internacionais, organizações sociais, corporações empresariais e gestores fazem parte da constelação de agentes a serviço do sistema.

Portanto, a propagação do empreendedorismo por estes agentes é necessária à reprodução do sistema. Pois, conforme Novaes (2001, apud FORTETE, 2012), ao longo da história, as instituições passam a difundir uma “determinada ideologia coerente com suas necessidades”.

Assim, nesta perspectiva, não há dicotomias, pois a Economia Solidária, assim como Sebrae e outros agentes de formação, prestam serviços às necessidades de adaptação do sistema, qual seja, a de difundir o discurso e ideologia neoliberal do empreendedorismo. Para o autor, o sucesso dos empreendimentos de ES é condição necessária para a produção e reprodução acontecer, pois para que a classe trabalhadora possa continuar existindo e servindo ao capital, há a exigência de certo nível de sobrevivência da mesma.

E esta sobrevivência é garantida por meio de políticas sociais, que mudaram seu perfil nos últimos 20 anos. Assim, seguindo os padrões internacionais, volta-se para programas de geração de emprego e renda, as quais oferecem, entre outros benefícios, créditos para financiamento da produção e serviços. Para o autor, longe de ser o fim da pobreza, a obtenção do crédito é o início de um ciclo de dívidas, mas também da possibilidade de sobrevivência.

Fortete avalia que os trabalhadores, de pobres, passam a ser endividados, e de empreendedores, logo se transformam em consumidores, “pois se trata de ser a única opção. A falta de alternativa vira sinônimo de imposição, constituindo um jogo que faz aparecer uma nova forma de controle e coerção” (FORTETE, 2012, p.170).

Portanto, as políticas sociais implementadas pelo estado cumprem de forma eficaz seu papel de legitimador do sistema e organizador da sociedade capitalista, garantindo sua reprodução. Trata-se de uma nova forma de governo. “É o governo das subjetividades, o governo dos sonhos, dos desejos, mediado pelas relações de poder que mudam de forma, mas não mudam de objetivo” (FORTETE, 2012, p. 171). Neste contexto, o indivíduo assimila a ideia de liberdade, tendo a impressão de que gere a si mesmo e sua própria vida, “sendo responsável primeiro e último pela sua própria sorte (ou a falta dela)” (FORTETE, 2012, p. 172).

Após esta pequena digressão, cabe enfatizar que não se objetivou, neste trabalho, acusar ou inocentar atores deste universo, mas vislumbrou-se, a partir da literatura, expor as concepções dos autores acerca do sentido da atuação dos agentes de fomento ao empreendedorismo, definidos pela sua filiação ideológica. Esta visão crítica questiona o papel dos agentes de fomento ao empreendedorismo, indicando a existência de um sentido ideológico que repousa em suas atuações. Com inspiração nessa tese, este artigo analisou os discursos dos agentes, com objetivo de compreender o sentido da atuação dos mesmos.

3. METODOLOGIA

3.1. Descrição do método e seus pressupostos

Esta proposta tem configurações de uma pesquisa qualitativa, descritiva, cujo método de procedimento foi a Análise do Discurso (AD), em virtude da compreensão de que se trata do método mais adequado para consecução dos objetivos propostos.

Diante da existência de diversas correntes de AD⁴, cabe evidenciar os princípios e características do método utilizado. Tomou-se como referência a AD explicitada pela autora Eni Orlandi (2001), a qual possui seus pressupostos e peculiaridades.

A autora considera a AD, uma disciplina situada no meio entre a psicanálise, a linguística e o marxismo, estabelecendo-se enquanto contradição dos três campos do saber. Assim, a Análise do Discurso se constitui entre a Linguística e as Ciências Sociais. Para ela, “o discurso é o lugar em que se pode observar a relação entre língua e ideologia” (ORLANDI, 2001, p. 17).

Portanto, há uma intrínseca relação entre Linguagem e Ideologia. Orlandi afirma que as “palavras refletem sentidos de discursos já realizados, imaginados ou possíveis. É desse modo que a história se faz presente na língua”. Na AD, “a ideologia representa a saturação, o efeito de completude que, por sua vez, produz o efeito de ‘evidência’, sustentando-se sobre o já-dito, os sentidos institucionalizados, admitidos por todos como os naturais” (ORLANDI, 2001, p. 67).

Corroborando essa visão, Flul enuncia que a linguagem “é uma prática social e, como tal, é um dos mecanismos pelos quais a sociedade se reproduz e se autorregula” (FLUL, 2008).

Orlandi, pormenorizando o método, descreve três etapas, por meio das quais se torna possível observar os efeitos da língua na ideologia e vice-versa. Na primeira etapa, o analista procura a discursividade, ou seja, procura o distanciamento do texto, momento em que ele constrói um objeto discursivo. Na segunda etapa, buscam-se as formações discursivas⁵ distintas com as respectivas formações ideológicas que regem essas relações⁶. A terceira etapa é a análise da “constituição dos processos discursivos responsáveis pelos efeitos de sentidos produzidos naquele material simbólico” (ORLANDI, 2001, p. 78).

Vale enfatizar o papel do analista do discurso, preconizado pela autora: diferentemente do que ocorre com o leitor, o analista deve atravessar o texto para compreender o discurso⁷ e encontrar o modo de produção dos sentidos. Ou seja, não se trata de compreender o conteúdo, mas sim, como os sentidos nele se constituem e aos seus interlocutores, resultantes de sentidos vinculados a uma teia de significação (processos de significação).

Assim, a escolha do método se ajustou perfeitamente aos objetivos propostos pelo artigo, na medida em que traz implicações teóricas fundamentais para a compreensão do objeto de estudo.

⁴ Conforme Flul (2008), a Análise Crítica do Discurso incorpora diversas escolas e correntes, porém “indistintas entre si, no que diz respeito a nome ou designação particular.”

⁵ Sobre formação discursiva, a autora se inspira na AD de linha francesa. É o “lugar de construção dos sentidos, determinando o que ‘pode’ e ‘deve’ ser dito, a partir de uma posição em uma dada conjuntura” (BUENO, apud ORLANDI, 2001).

⁶ Segundo a autora, muitos discursos com raízes em ideologias distintas podem se cruzar e se sobrepor, produzindo novas significações (interdiscurso).

⁷ A autora diferencia texto de discurso, caracterizando o texto em nível do imaginário do autor como algo completo, claro e distinto, coerente. Por outro lado, o que se tem de real no discurso é a incompletude, a descontinuidade e contradição tanto do sujeito como do sentido. “É por essa articulação necessária e sempre presente entre o real e o imaginário que o discurso funciona” (ORLANDI, 2005, p. 89).

3.2. Técnicas de coleta de dados e seleção das unidades de estudo

A coleta de dados foi feita por meio de fontes secundárias, a partir dos textos publicados nos *sites* oficiais das entidades selecionadas. A seleção das entidades obedeceu ao critério de representatividade, no qual se buscou selecionar instituições representativas de cinco segmentos distintos de atores sociais. Dessa forma, elegemos uma instituição representativa do Governo – Secretaria Nacional de Economia Solidária do Ministério do Trabalho/Senaes; de organizações empresariais – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas/Sebrae; de instituições religiosas – Cáritas Brasileira; de organizações de trabalhadores – Associação Nacional de Trabalhadores e Empresas de Autogestão/Anteag, e das universidades – Rede Interuniversitária de Estudos sobre o Trabalho/Unitrabalho.

3.3 Categorias de análise

As análises foram subsidiadas pela construção de categorias passíveis de capturar o sentido da atuação dos agentes. São elas:

- 1 – Missão da instituição;
- 2 – Concepção de empreendedorismo;
- 3 – Visão sobre a gestão;
- 4 – Princípios de formação/capacitação.

Na primeira categoria, buscou-se compreender, a partir das declarações das próprias entidades, as suas perspectivas e alcances de atuação. Na segunda, o objetivo era perceber o sentido de empreendedorismo implicado nas expressões das instituições, ou seja, se está ligado à ideologia capitalista ou contesta seus pilares. Já na terceira, procurou-se vestígios que indicassem a manutenção ou não das concepções de gestão tradicionais, hierarquizadas, próprias da empresa capitalista, em contraposição a uma visão mais democrática e participativa de gestão, a qual tem potencialidade para a capacitação à participação política e exercício da cidadania. E, por último, na categoria princípios de Formação/capacitação, analisou-se os objetivos de formação, tendo em vista a concepção explícita da literatura, de que a formação materializa os objetivos da instituição. Dessa forma, se a filiação ideológica da instituição é neoliberal, sua formação focará apenas no desenvolvimento de habilidades profissionais. Por outro lado, se a perspectiva é de contestação à ideologia capitalista, a formação abrangerá conteúdos políticos e sociais.

Estas categorias foram evidenciadas em quadros-sínteses, nos quais aparecem fragmentos de textos, destacados por serem representativos da concepção ou ideia analisada. Acompanham os quadros-sínteses as suas respectivas análises.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

A partir da compreensão dos pressupostos da AD, procedeu-se à análise, tomando como unidades de pesquisa os seguintes agentes selecionados: Sebrae, Senaes, Cáritas Brasileira, Anteag e Unitrabalho. Seguindo as recomendações da literatura de referência, iniciou-se o trabalho obtendo o *corpus* da análise, o qual consiste nos textos inscritos nos respectivos *sites* das entidades. Dessa forma, obteve-se o objeto do discurso. Em seguida, seguiram-se os demais passos até a implementação da análise propriamente dita. Os resultados são apresentados a seguir, com o auxílio de quadros de sistematização, nos quais aparecem fragmentos de textos, destacados por serem representativos da concepção ou ideia acerca do tema em questão.

O primeiro quadro apresenta a missão das instituições, por elas declarada.

QUADRO 1 – Missão da instituição

Instituição	Descrição
Sebrae	“Promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo.”
Senaes	“Viabilizar e coordenar atividades de apoio à Economia Solidária em todo o território nacional, visando à geração de trabalho e renda, à inclusão social e à promoção do desenvolvimento justo e solidário.”
Cáritas Brasileira	“Testemunhar e anunciar o Evangelho de Jesus Cristo, defendendo e promovendo a vida e participando da construção solidária de uma sociedade justa, igualitária e plural, junto com as pessoas em situação de exclusão social.”
Anteag	“Fomentar a construção do comércio justo e solidário, como instrumento de uma economia inclusiva, solidária e sustentável.”
Unitrabalho	“Estimular o conhecimento sobre o mundo do trabalho e democratizar o acesso ao conhecimento produzido na universidade.”

FONTE: Elaborado pela autora, a partir de dados coletados nos *sites* das instituições.

Como recomendado pela literatura, buscou-se atravessar os textos sobre as missões das instituições em tela, o que permitiu extrair algumas conclusões. Percebe-se que cada uma delas as aspirações diferem no que tange ao alcance de sua atuação. Entretanto, embora os objetivos se diferenciem no texto, é possível perceber lastros ideológicos nos discursos. Assim, os discursos do Sebrae denotam a filiação ao sistema vigente, ao mostrar a preocupação com a competitividade e manutenção no mesmo. Entretanto, percebe-se a sobreposição de alguns discursos, como antecipado na literatura sobre AD (ORLANDI, 2005). As teias de formações discursivas – interdiscurso – podem gerar novas significações. Assim, reconhece-se o termo “desenvolvimento sustentável” – formação ideológica paradoxal ao capitalismo – que, no contexto, aparece reforçando os seus princípios.

Por outro lado, o discurso das instituições Senaes, Cáritas e Anteag estabelece uma aproximação entre si, uma vez que suas missões extrapolam a atuação de fomento. Embora o discurso não seja claramente de negação do sistema, deixa de reforçar a ideologia capitalista, na medida em que transparece um sentido de descontentamento com ela, ao vislumbrar uma “sociedade mais justa e solidária” – formação discursiva da esquerda.

O quadro 2, por sua vez, sistematiza as concepções de empreendedorismo das instituições, o qual proporciona outras impressões. Embora as instituições Senaes, Cáritas Brasileira, Anteag e Unitrabalho atuem apoiando o empreendedorismo na configuração do movimento de Economia Solidária, há certa distância de significados de seus discursos. O discurso da Cáritas Brasileira enseja um claro sentido de antagonismo à ideologia capitalista, ao evocar a palavra “emancipação” – formação discursiva própria de militantes marxistas e sinônimo de crítica ao sistema capitalista, símbolo do desejo de libertação dos trabalhadores da condição de exploração de sua força de trabalho.

Esta tese também é sustentada por outro fragmento de texto:

Um dos objetivos da Cáritas é fortalecer a sociedade para intervir na democratização do Estado, ampliando a participação social na conquista e controle das políticas públicas e, conseqüentemente, na garantia da cidadania ativa. Essa orientação está presente em todas as iniciativas da entidade. (CÁRITAS, 2014).

Já no discurso do Sebrae percebe-se o reforço da ideologia capitalista, em virtude do uso da expressão “eficiência” e pelo estímulo ao empreendedorismo como panaceia para os problemas de desemprego e Renda no Brasil.

QUADRO 2 – Concepção de empreendedorismo

Instituição	Descrição
Sebrae	“E seremos cada vez mais eficientes (...) para gerar resultado para os nossos empresários, que é a forma de gerar emprego, renda e oportunidade para o povo brasileiro”.
Senaes	“Economia Solidária é um jeito diferente de produzir, vender, comprar e trocar o que é preciso para viver. Sem explorar os outros, sem querer levar vantagem, sem destruir o ambiente. Cooperando, fortalecendo o grupo, cada um pensando no bem de todos e no próprio bem”.
Cáritas Brasileira	“Há mais de 30 anos a Cáritas apoia grupos de Economia Popular Solidária voltados à emancipação social, política e econômica de comunidades em situação de pobreza.”
Anteag	“Atua na construção de novas relações de trabalho, com valores e formas de interação coletiva marcada pela política de não exploração e gestão democrática, tanto nas unidades produtivas quanto nas redes de produção e serviços e nas cadeias produtivas.”
Unitrabalho	“apoia os trabalhadores na sua luta por melhores condições de vida e trabalho, realizando projetos de ensino, pesquisa e extensão, que integram o conhecimento acadêmico ao saber elaborado na prática social”.

FONTE: Elaborado pela autora, a partir de dados coletados nos sites das instituições.

Em relação às visões de gestão das entidades (quadro 3), percebe-se no discurso do Sebrae a preocupação com uma gestão eficiente nos moldes capitalistas e antenado à concorrência global. Em outro trecho de texto – “quem tem conhecimento vai pra frente” (SEBRAE, 2014) –, a instituição reproduz o discurso capitalista de mitificação do empreendedorismo (LIMA, 2008), uma vez que simplifica uma situação complexa – afinal, não é tão simples conseguir conhecimento, que requer acesso às políticas públicas de formação/capacitação –, e será que somente conhecimento basta para alavancar um empreendimento? Esse discurso reforça o mito “herói de massa”, aquele dono de sua própria sorte e que vence todos os obstáculos (BORGES, 2012). Por outro lado, não se percebe nenhuma contestação ou variação da gestão hierarquizada e tradicional da empresa nos moldes de gestão capitalista.

No que se refere às outras instituições, fica clara a opção pela autogestão e organização do trabalho coletivo. Neste contexto, destaca-se o discurso do Senaes, o qual dá ênfase ao “protagonismo” dos trabalhadores – formação discursiva de esquerda, o que pode significar uma compreensão da necessidade de autonomia dos empreendimentos e desenvolvimento de habilidades políticas mais amplas, a fim de que também possam exercer o protagonismo na sociedade. Assim, percebe-se o distanciamento do discurso do Sebrae em relação às demais instituições.

QUADRO 3 – Visão sobre a gestão

Instituição	Descrição
Sebrae	“O Sebrae reforça a importância da gestão ao oferecer produtos e serviços de excelência, presencial e a distância, que atendam às necessidades das MPE e dos empreendedores, para que possam alcançar padrões mundiais de competitividade. E atua sempre para disseminar informações sobre gestão de negócios em todas as áreas do conhecimento que sejam alavancadoras do desenvolvimento empresarial”.
Senaes	“os/as participantes das organizações exercitam as práticas participativas de autogestão dos processos de trabalho, das definições estratégicas e cotidianas dos empreendimentos, da direção e coordenação das ações nos seus diversos graus e interesses, etc. Os apoios externos, de assistência técnica e gerencial, de capacitação e assessoria, não devem substituir nem impedir o protagonismo dos verdadeiros sujeitos da ação”.
Cáritas Brasileira	“A Economia Popular Solidária (EPS) é uma estratégia de desenvolvimento sustentável e solidário fundamentada na organização coletiva de trabalhadores e trabalhadoras com interesse de melhorar a qualidade de vida por meio do trabalho associado, cooperativado ou mesmo em grupos informais”.
Anteag	“Autogestão é uma forma de organização coletiva cujo elemento essencial é a democracia. Ela se realiza na comunidade, escola, empresa, etc. Podemos dizer que a autogestão é a radicalização da democracia, no sentido de envolver a participação integral dos membros do grupo, acesso total às informações, conhecimento dos processos e, sobretudo, autonomia e autodeterminação”.
Unitrabalho	“Apoiar, por meio do processo de incubação, a criação e viabilização de empreendimentos econômicos solidários autogestionários, oferecendo suporte organizacional e de autogestão”.

FONTE: Elaborado pela autora, a partir de dados coletados nos sites das instituições.

Na análise dos discursos dos quadros anteriores foi possível compreender os sentidos dos objetivos de atuação das instituições e suas concepções de empreendedorismo e de gestão. No que se refere às suas plataformas de formação, espera-se que estas sejam coerentes com a ideologia presente nas demais concepções já vistas.

Dessa forma, em consonância com seu discurso ideológico capitalista, o Sebrae reflete uma formação pautada no desenvolvimento de habilidades profissionais, sem questionar a estrutura social do sistema ou o desenvolvimento de capacidades políticas humanas e sociais.

Há um distanciamento do discurso do Sebrae em relação às demais instituições, uma vez que a formação explicitada pelos outros agentes visa ao desenvolvimento de outras capacidades, além das profissionais. Entretanto, a formação enunciada pelo Senaes e Cáritas Brasileira busca atingir um patamar mais elevado. Depreende-se, a partir do discurso dessas instituições, que o sentido da formação da entidade permeia o desenvolvimento de capacidades políticas e profissionais, habilitando para a “emancipação” e “transformação social”. Dessa forma, distancia-se da ideologia do sistema vigente.

No discurso da Anteag também aparecem preocupações com o desenvolvimento humano e socioambiental. Em outro fragmento de texto, a instituição deixa claro o sentido de sua formação, que extrapola a gestão dos empreendimentos.

Falar de autogestão em empresas não se limita às atividades e às formas de relacionamento no interior da empresa, se estende à participação em grupos de moradores, atividades políticas e sociais da cidade, se estende ao relacionamento entre empresas dentro da Economia Solidária. Dentro da empresa, promove conhecimento na área de administração do negócio e requer conhecimento e participação das diversas áreas que compreendem uma unidade produtiva, desde o faturamento e dos custos até os aspectos mais subjetivos no tocante à política organizacional (ANTEAG, 2014).

QUADRO 4 – Como as instituições se descrevem

Instituição	Descrição
Sebrae	“A instituição promove cursos e consultorias para ampliar o conhecimento e trabalha com metodologias de integração cooperativa. O objetivo é qualificar, modernizar e ampliar a competitividade de polos e redes de pequenos empreendimentos comerciais com interesses comuns”.
Senaes	“Faz-se fundamental combinar processos educativos integrados com as oportunidades de elevação de escolaridade e outras iniciativas que contribuam para a formação política cidadã. Igualmente é necessário que a educação contribua para o fortalecimento da economia solidária enquanto uma prática social transformadora e emancipatória”.
Cáritas Brasileira	“A Cáritas e os/as catadores/as discutem a erradicação dos lixões, a estruturação do trabalho e a política de coleta seletiva como atuação de desenvolvimento socioambiental, garantindo a autonomia de organização dos grupos. Essa perspectiva é adotada nos cursos de formação, com destaque para a abordagem da defesa e garantia de seus direitos. Catadores/as passam a se reconhecer e ser reconhecidos como cidadãos de direitos e passam a reivindicar o acesso aos serviços públicos de saúde, educação e moradia, dentre outros direitos”.
Anteag	“Buscamos promover uma cultura de trabalho e relações sociais que, além de promover a ideia de participação em todas as decisões da empresa, tenha também a humanidade e o planeta como centro de suas atenções. Uma cultura que combata a discriminação e encare as diferenças étnicas, religiosas, culturais e de gênero não como desigualdade e sim em complementaridade. Uma cultura de trabalho e produção que não promova endividamento ambiental, mas mantenha a solidariedade às futuras gerações”.
Unitrabalho	“O programa contribui para a criação da consciência empreendedora e para a transformação social, com impacto na melhoria na qualidade de vida da população”.

FONTE: Elaborado pela autora, a partir de dados coletados nos sites das instituições.

5. CONCLUSÕES

Percepções críticas sobre o fomento ao empreendedorismo no Brasil, especialmente a partir da década 90, apontam para uma intrínseca relação entre o discurso empreendedor e a ideologia neoliberal capitalista (LIMA, 2008; FORTETE, 2012; BORGES, 2012). Conforme Fortete (2012), o estímulo à cultura empreendedora esconde a ausência do estado na regulação da relação com o capital e mascara a ideologia neoliberal. Dessa forma, os diversos agentes difusores do empreendedorismo – o estado, organismos internacionais, organizações sociais, corporações empresariais e gestores – cumprem seu papel de garantir a mutação do sistema que, para sua sobrevivência, necessita de um patamar mínimo de qualidade de vida dos trabalhadores, ou seja, precisa da reprodução da força de trabalho e consumo. Portanto, o discurso do empreendedorismo visa à manutenção da estrutura social vigente, apenas com novas formas de atuação do governo e de reprodução da classe trabalhadora. Assim, o discurso utilizado para atrair os trabalhadores mitifica o empreendedorismo, criando o “herói de massa” (LIMA, 2008; BORGES, 2012), aquele que vence os obstáculos pelos seus próprios esforços.

Buscando a confrontação com essa tese, este artigo objetivou analisar a ideologia dos discursos de diversos agentes difusores da cultura empreendedora, buscando compreender os sentidos de sua atuação. Tendo como instrumento o método da Análise do Discurso (AD), evidenciou-se que os discursos diferenciam-se em suas significações. O discurso de algumas entidades se aproxima da ideologia capitalista (Sebrae), uma vez que deixa transparecer princípios peculiares do capitalismo, tais como a “eficiência”, a “competitividade”, etc.

Por outro lado, os sentidos contidos no discurso do Senaes, Cáritas Brasileira e Anteag encontram-se próximos entre si e se distanciam da ideologia neoliberal, na medida em que advogam pela causa da “autogestão” dos empreendimentos, pela “emancipação” dos trabalhadores e pela construção de uma “sociedade justa e solidária”. Ou seja, há formações discursivas com traços de contestação à ideologia capitalista. Em consequência, as pautas de formação materializam essa plataforma de superação do sistema, uma vez que promovem formações – além daquelas necessárias para gerir o negócio – propícias ao desenvolvimento de capacidades humanísticas e políticas.

Portanto, o sentido que subjaz no discurso e atuação de algumas instituições é de questionamento à ideologia capitalista e não de seu reforço. Isso nos leva a ponderar acerca do posicionamento crítico de alguns autores da literatura consultada, o qual afirma a subserviência dos agentes de fomento à ideologia capitalista. Ou seja, há evidências para a conclusão de que nem todas as entidades de fomento ao empreendedorismo prestam serviços à manutenção da ideologia capitalista. Algumas entidades pautam sua atuação no estímulo ao trabalho coletivo, à capacitação/formação política e prática da democracia e autogestão, ou seja, o sentido de sua atuação é de contestação a alguns princípios da ideologia capitalista.

Entretanto, para uma análise mais conclusiva, seriam necessárias pesquisas mais aprofundadas e com maior fundamentação teórica multidisciplinar – envolvendo, especialmente, a sociologia, ciência

política, economia e administração. Por fim, registram-se as impressões de que o empreendedorismo é um tema multidisciplinar, controverso e que ainda enseja muitas pesquisas e dedicação dos estudiosos críticos da administração.

REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS TRABALHADORES E EMPRESAS DE AUTOGESTÃO E PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA – ANTEAG. **A autogestão e economia solidária**: uma nova metodologia. São Paulo: ANTEAG, 2005. v. 2.
- ANDRADE, Edinaldo Costa de. **Uma travessia aprendente**: trajetórias e desafios que marcaram a transformação do trabalho político-pedagógico da Cáritas Brasileira em uma pedagogia da participação popular. São Paulo, 2010. Dissertação [Mestrado em Educação] – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo.
- BORGES, Jacqueline Florindo. **Quando o empreendedorismo gera o empreendedor**: as microfundações da carreira empreendedora. São Paulo, 2012. Tese [Doutorado em Administração] – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo.
- BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Secretaria Nacional de Economia Solidária. **Diretrizes Políticas Metodológicas para Educação em Economia Solidária**: Recomendação nº 08, de 04 de julho de 2012. Brasília, 2012. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/data/files/8A7C812D3CB58904013CB5B92EB23D11/RECOMENDACOES%208%20WEB.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2014.
- _____. **O que é economia solidária**. Disponível em: <<http://portal.mte.gov.br/ecosolidaria/o-que-e-economia-solidaria.htm>>. Acesso em: 15 fev. 2014.
- BUENO, Marcilene R. P. **Análise do discurso da linha francesa** [2010]. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/36173843/ANALISE-DO-DISCURSO-DE-LINHA-FRANCESA>>. Acesso em: 10 fev. 2014.
- CÁRITAS BRASILEIRA. **Economia popular solidária**. Disponível em: <<http://caritas.org.br/projetos/programas-caritas/economia-popular-solidaria>>. Acesso em: 14 fev. 2014.
- _____. **Catadores e catadoras de recicláveis**. Disponível em: <<http://caritas.org.br/projetos/programas-caritas/catadores-e-catadoras-de-reciclaveis>>. Acesso em: 14 fev. 2014.
- _____. **Políticas públicas**. Disponível em: <<http://caritas.org.br/projetos/programas-caritas/politicas-publica>>. Acesso em: 14 fev. 2014.
- DEES, J. Gregory. **The meaning of “Social Entrepreneurship”**. Disponível em: <http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf>. Acesso em: 24 set. 2014.
- FLUL, Carlos A. M. Gouveia. **Análise crítica do discurso**: enquadramento histórico. 2008. Disponível em: <<http://pt.scribd.com/doc/7171104/Analise-Critica-Do-Discurso>>. Acesso em 10 fev. 2014.
- FORTETE, Karina. **De trabalhador a empreendedor**: uma análise das formas de produção e reprodução da força de trabalho no Brasil e no Equador. São Paulo, 2012. Dissertação [Mestrado] – Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina, Universidade de São Paulo.
- LIMA, Aguinaldo Luiz. **Os riscos do empreendedorismo**: a proposta de educação e formação empreendedora. São Paulo, 2008. Dissertação [Mestrado em Educação] – Faculdade de Educação, Universidade de São Paulo.
- MATTOSO, Jorge. **O Brasil desempregado**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 1999.
- MELLO, Sylvia Leser de (org.). **Economia solidária e autogestão**: encontros internacionais. São Paulo: NESOL-USP, ITCP-USP, PW, 2005.
- OLIVEIRA, Édson Marques. Empreendedorismo social no Brasil: atual configuração, perspectivas e desafios – notas introdutórias. **Revista FAE**, v. 7, n. 2, p. 9-18, jul.-dez. 2004. Disponível em: <http://cac.php.unioeste.br/projetos/casulo/docs/art_fae.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2014.
- ORLANDI, Eni P. **Análise do discurso**: princípios e procedimentos. 6. ed. Campinas: Pontes, 2005.
- POCHMANN, Márcio. **O trabalho sob fogo cruzado**: exclusão, desemprego e precarização no final do século. São Paulo: Contexto, 1999.
- RATTNER, Henrique. Economia solidária: por quê? **Espaço Acadêmico**, n. 44, jan. 2005.
- RAZETO, Luiz. O papel central do trabalho e a economia solidária. **Proposta Rio de Janeiro**, n. 75, p. 91-99, dez.-fev. 1997.
- SAMPAIO, Mara Elaine de Castro. **Empreendedores e qualidade de vida no trabalho**: um estudo sobre comportamento alimentar. São Paulo, 2010. Dissertação [Mestrado] – Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Universidade de São Paulo.

SEBRAE. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/quem-somos/sebrae-um-agente-de-desenvolvimento>>. Acesso em: 11 fev. 2014.

SINGER, Paul; SOUZA, André Ricardo de (orgs.). **A economia solidária no Brasil**: a autogestão como resposta ao desemprego. São Paulo: Contexto, 2000.

_____. **Globalização e desemprego**: diagnóstico e alternativas. 4. ed. São Paulo: Contexto, 2001.

UNITRABALHO. **Sobre a Unitrabalho**. Disponível em: <<http://www.unitrabalho.org.br/spip.php?article3>>. Acesso em: 17 fev. 2014.

_____. **Economia solidária e desenvolvimento sustentável**. Disponível em: <<http://www.unitrabalho.org.br/spip.php?article56>>. Acesso em: 17 jan. 2014.

