

# **Percursos da formação para o trabalho na sociedade brasileira.**

Antonia de Lourdes Colbari.

Cita:

Antonia de Lourdes Colbari (2007). *Percursos da formação para o trabalho na sociedade brasileira*. XXVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Asociación Latinoamericana de Sociología, Guadalajara.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-066/1324>

**ALAS - XXVI CONGRESO**  
**ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA**  
**Universidad de Guadalajara, México**  
**13 a 18 de agosto de 2007**

**GT. Reestructuración Productiva, Trabajo y Dominación**

**Percursos de formação para o trabalho na sociedade brasileira**

**Introdução**

Nas duas últimas décadas, farta literatura tem destacado os impactos das recentes mudanças técnicas e organizacionais no universo do trabalho, nos percursos de qualificação profissional e na organização coletiva dos trabalhadores. Este processo veio acompanhado de uma nova retórica que expressa alterações no referencial ideológico-valorativo, no repertório de representações legítimas que modelam as concepções e o *status* da empresa e do trabalho, bem como as formulações de alternativas de desenvolvimento local.

Neste contexto, novos desafios se impõem aos programas de formação profissional, tema obrigatório nas agendas dos governos, nos debates acadêmicos e na opinião pública em geral. São significativas as indicações de que formação para o trabalho parece transitar da profissionalidade em direção a empresarialidade, ou para um modelo híbrido que articula as duas matrizes. Além da ênfase nas competências necessárias para se manter no mercado formal de trabalho, verifica-se a disseminação de um discurso que ressalta a importância do auto-emprego e do micro e pequeno negócio, um indicativo da emergência de outros arranjos ocupacionais e de alternativas de desenvolvimento local, o que tem projetado o Sebrae (Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa) como centro de apoio logístico e de afirmação de um referencial ético para o pequeno empreendimento. Em suma: as recentes mudanças na dinâmica do mercado de trabalho e nas qualificações profissionais têm favorecido a disseminação de um discurso que enfatiza a importância da educação empreendedora nas diversas modalidades do ensino formal — básico, superior e profissionalizante.

O fato de o empreendedorismo estar se tornando matéria curricular nos diferentes níveis de ensino (fundamental, médio e superior) é mais um dos sinais das mudanças no cenário econômico que repercutem na socialização para a atividade profissional. Reflete as alterações na qualificação, atualmente focada no desenvolvimento de conteúdos objetivos e

disposições subjetivas utilizáveis em uma pluralidade de situações — emprego, desemprego e auto-emprego. (Machado da Silva, 2002)

Nessa trilha, cabe menção às iniciativas do Sebrae no sentido de oferecer soluções educacionais planejadas tendo em vista o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, no setor formal e informal. Este estudo<sup>1</sup> se propôs a investigar as ações educativas do Sebrae, tendo como principal eixo analítico a compreensão dos conteúdos e do *modus operandi* da “pedagogia empreendedora”, implementada pela referida instituição, e o desvendamento de suas referências teóricas e ideológicas. Trata-se de uma estratégia educacional, expressa no binômio empreendedorismo e cooperação, e modelada pelo discurso normativo-prescritivo e ufanista presente nos debates atuais que abordam as mudanças na dinâmica das organizações e do mercado de trabalho, bem como nos modelos de desenvolvimento.

A exposição, a seguir, comporta três seções: inicialmente, aborda os aspectos da trajetória e da atuação e proposta pedagógica do Sebrae; em seguida delimita o enquadramento teórico e ideológico no qual se inserem os discursos e as práticas da entidade; e, por fim, procura delinear um quadro explicativo-compreensivo destes fenômenos na atual configuração da sociedade brasileira.

## **1. Trajetória e Atuação Pedagógica do Sebrae**

A trajetória do Sebrae se confunde com o movimento em torno da “institucionalização” da pequena empresa, um processo, segundo Cypriano (2004), alicerçado na matriz liberal individualista, o que justifica a presença da noção de competição regulada pelo mercado e o protagonismo do pequeno empresário capitalista. O ideário da instituição incorpora a crença de que o desenvolvimento dos pequenos negócios e a propagação da cultura empreendedora possibilitam a superação dos desafios do desenvolvimento brasileiro. (Sebrae, 2002)

Principal disseminador da prática e da cultura do empreendedorismo no Brasil, o Sebrae, pela extensa capilaridade de suas ações, tornou-se uma agência privilegiada na modelagem de uma cultura do trabalho para além do assalariamento. Com mais de 450 pontos de atendimento espalhados pelo país, caracteriza-se pela diversidade na atuação, sempre em sintonia com as particularidades locais e com o tipo de demanda por elas gerado.<sup>2</sup> Presença

---

<sup>1</sup> Este artigo condensa resultados de pesquisa vinculada à Bolsa de Produtividade do CNPq. A primeira versão foi apresentada no GT26 - Trabalho e sindicato na sociedade contemporânea, 30º Encontro Anual da ANPOCS (Associação Nacional de Pós-Graduação), Caxambu (MG) - 24 a 28 de outubro de 2006.

<sup>2</sup> Documentos institucionais, [www.sebrae.org.br](http://www.sebrae.org.br).

forte no discurso empresarial, dos governos e do terceiro setor, a instituição tem participado ativamente da discussão e da elaboração de políticas públicas destinadas à geração de emprego e renda, à qualificação profissional e capacitação social e tecnológica dos agentes econômicos e ao fomento de estratégias de desenvolvimento local.

Um breve relato do processo histórico que culminou com a criação do Sebrae reporta à 1972 quando foi criado o CEBRAE (Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa), destinado a ser instrumento de uma política econômica voltada à valorização e ao fortalecimento da empresa privada nacional, em um cenário dominado pelas grandes empresas, estatais e multinacionais. Buscava-se, na época, oferecer assistência técnica, apoio ao crédito e incentivar a capacitação gerencial, a competitividade e a reestruturação setorial do segmento das pequenas e médias empresas nacionais. (Sebrae, 2002)

Observa-se que, no Brasil do início dos anos 70, não havia um espaço institucional para o pequeno empreendedor e era débil o reconhecimento da importância social e econômica dos pequenos negócios.(idem). Na década de 80, ao longo dos debates em torno da elaboração da nova Constituição, o Sebrae promoveu uma intensa campanha visando garantir constitucionalmente o tratamento diferenciado a micro e pequena empresa. (Addis & Gomes, 2001)

Este percurso histórico culmina, em outubro de 1999, com a criação do Sebrae com S - uma “instituição nacional voltada ao desenvolvimento dos pequenos negócios e ao empreendedorismo”. (Sebrae, 2002:15). A instituição se desvinculou da estrutura governamental e se organizou como um sistema de entidades que atua de forma “aberta, autônoma, descentralizada e diversificada”. O fato de integrar um sistema corporativista tem favorecido a sua atuação pró-ativa em âmbito nacional, pois as organizações corporativas do *Sistema S* são federais e mantêm “conexões horizontais” com suas congêneres, além de transitarem nos setores público e privado e refletirem, em suas políticas, uma ampla gama de interesses. (Addis & Gomes, 2001:349-350)

### **1.1. O matriz de ações do Sebrae**

O Sebrae atua em várias frentes de promoção das médias, pequenas e micro empresas, no entanto, aos propósitos deste artigo interessa focalizar as ações de capacitação, que, de alguma forma, são transversais a quase todo escopo de atuação da referida instituição, tendo em vista ser um de seus princípios norteadores a associação entre o desenvolvimento dos

agentes econômicos e a capacidade de manipular informações e de transformá-las em conhecimento e tecnologia. A educação é, portanto, o fator fundamental para a inovação e para a mudança tanto dos processos econômico quanto dos atores nela envolvidos.

O eixo da atuação do Sebrae na área educativa é o programa denominado *Educação Empreendedora e Cultura da Cooperação*, a saber: as ações educativas devem desenvolver condutas empreendedoras, mas amalgamadas a uma cultura de cooperação. O público atingido, conforme relatórios da instituição, é bastante diversificado incluindo crianças, jovens e adultos em todas as faixas de escolaridade. Quanto à atividade econômica, atende produtores rurais e empreendedores e empresários da agroindústria; profissionais liberais e donos de negócios da economia formal e informal, abrangendo os setores da indústria, comércio e serviços; gerentes e autônomos; prestadores de serviços, pequenos empreendimentos familiares e comunitários existentes ou em fase de implantação; e ambulantes, donas de casa, assalariados de baixa renda e desempregados. Em suma: atua em espaços de contornos difíceis de serem demarcados com precisão, pois abrangem o formal e o informal; negócios e auto-emprego; atividades de indivíduos e atividades coletivas.<sup>3</sup>

No campo da educação, a estratégia do Sebrae é colocar à disposição de atuais e futuros empreendedores uma “matriz de soluções educacionais”. São diversas as técnicas didáticas e os meios utilizados (incluindo o rádio e a Internet) para se garantir aos interessados o acesso aos cursos que têm como foco o desenvolvimento de competências em gestão com vistas à “abertura e administração de pequenos negócios”. Apesar de elaborada na perspectiva da educação continuada, a grade de cursos permite a construção de percursos de formação em torno de temas independentes, mas interligados, de acordo com os interesses e as necessidades de cada um. Os eixos temáticos da “Matriz das Soluções Educacionais” são os seguintes: Gestão, Finanças, Recursos Humanos, Mercado, Produção, Liderança e Empreendedorismo, distribuídos em três níveis (básico, intermediário e avançado), segundo o grau de complexidade dos conhecimentos.<sup>4</sup>

O fomento da cultura da cooperação é um processo adaptado às peculiaridades regionais e se faz mediante alianças estratégicas com as comunidades e com as lideranças municipais com vistas a disseminar as iniciativas do empreendedorismo coletivo.. Tanto na vertente do DLIS (Desenvolvimento Local Integrado e Sustentável) quanto dos arranjos

---

<sup>3</sup> Informações extraídas dos Relatórios de Gestão do Sebrae, no período de 2000 a 2005.

<sup>4</sup> Informações extraídas de [www.sebrae.org.br](http://www.sebrae.org.br)

produtivos locais”, alguns requisitos devem ser cumpridos, a saber: de um lado o “protagonismo local” que delega à própria comunidade a responsabilidade e a iniciativa de mobilizar seus integrantes, construir parcerias e promover o desenvolvimento, bem como de transformar as demandas privadas em demandas públicas e de se capacitar para a gestão local; de outro, o compromisso das autoridades públicas municipais com a qualidade de vida da população.<sup>5</sup>

Com foco as pequenas empresas vinculadas às “especializações regionais”, a metodologia de ação do Sebrae busca construir “interações coletivas” e desenvolver o capital social da coletividade envolvida no arranjo produtivo, a saber, promover a participação, a inclusão e construção de um projeto coletivo de desenvolvimento. (Caporali & Volker, 2004) Apesar das referências ao coletivo, na concepção de arranjo produtivo são mais explícitos os vínculos focados na geração de competitividade e nas estratégias de aprendizado que visam “transformar hábitos e atitudes empresariais e institucionais” no sentido de “alterar o padrão de evolução histórica de uma comunidade”. As possibilidades de sucesso da estratégia centrada nos APLs parecem bem mais promissoras, tendo em vista o consenso, gradativamente produzido ao seu redor, que culminou com sua acolhida no Plano Plurianual de Ações 2004–2007 do governo federal e, por conta disto, ministérios e agentes públicos já implantam ações em diversos arranjos localizados em todo o território nacional. (Idem)

## **1.2. A proposta pedagógica do Sebrae**

A proposta pedagógica do Sebrae não se desenvolve alheia ao elenco de comportamentos e competências destacados no discurso de caráter prescritivo-normativo associado ao perfil empreendedor, em que se destacam os seguintes atributos: visão clara e objetiva da realidade; perseverança; percepção e confiança nas probabilidades de êxito; e capacidade de inovar, de cavar oportunidades e de construir estratégias para aproveitar as situações favoráveis.<sup>6</sup>

Como é possível observar, essas dimensões prescritivo-normativas alinham-se à ação estratégica, pautada na racionalidade dos fins e dos meios, e os empreendedores apresentam-se como portadores de habilidades comunicativas e interativas que favorecem o exercício da liderança e o trabalho em equipe. Mesmo reconhecendo o peso das idiosincrasias individuais,

---

<sup>5</sup> Informações extraídas de [www.sebrae.org.br](http://www.sebrae.org.br).

<sup>6</sup> Ver Portal do Empreendedor, apud Gestão Empresarial n° 6, suplemento de *A Gazeta*, 14/12/2003, p. 5.

acionam qualidades que podem ser ensinadas e desenvolvidas, justamente porque estão firmadas em conteúdos e posturas já sistematizadas e racionalizadas.

Na sociedade brasileira, onde a propensão para empreender é considerada alta, a proliferação de cursos de empreendedorismo parece um contra-senso.<sup>7</sup> No entanto, a inclusão desta matéria no currículo de diversas modalidades de ensino tem como alvo capacitar as pessoas para as oportunidades de negócios atraentes, desenhando um círculo virtuoso: o impulso para empreender geraria novas ocupações reduzindo o desemprego; por sua vez, a redução do desemprego desencorajaria o empreendedorismo por necessidade (característica dos países mais pobres) e, ao aumentar a renda da população, poderia também estimular o empreendedorismo de oportunidade (característica de países desenvolvidos).

Como ensinar empreendedorismo ou como formar empreendedores tem sido outro desafio para os autores que debatem essa questão, tanto no ângulo das abordagens mais pragmáticas dirigidas para a ação quanto naquelas mais teóricas de cunho analítico e/ou compreensivo. A rigor, pode-se afirmar que, como disciplina de conhecimento, o empreendedorismo ainda carece de base teórica autônoma, e a polissemia que o envolve compromete o seu *status* de conceito fundamentado em uma base teórica e científica e em proposições metodológicas mais precisas e consistentes. Afirma-se mais como saber prático que remete a comportamentos, posturas e atitudes, desenvolvimento de aptidões técnicas e emocionais e não a uma base cognitiva disciplinar específica. Sua base seria interdisciplinar ou multidisciplinar e seu objetivo é conhecimento por meio de ações, e pela motivação.

Apesar do pragmatismo observado na definição dos conteúdos das ações educativas do Sebrae, a retórica institucional associa estas ações a uma proposta pedagógica de caráter humanista, crítico e transformador das condições sociais. Os projetos educacionais têm como base uma “concepção holística ou integrada, que visa à educação do ser humano em todas as suas dimensões”, objetivando a “formação de indivíduos conscientes, críticos, autônomos, criativos e agentes da história”. Ou seja: “sujeitos inseridos em seu grupo social e comprometidos com seu tempo e seus semelhantes, cientes de seu papel na construção de si mesmos, do mundo e da sociedade” (Sebrae, 2001:45).

Se, na retórica, a “pedagogia empreendedora”, tal como formulada em Sebrae (2001), fundamenta-se em concepções e diretrizes educacionais que incorporam a contribuição do

---

<sup>7</sup> Na classificação geral dos países quanto à iniciativa de empreendedorismo, os relatórios publicados pela ONG americana – Global Entrepreneurship Monitor (GEM) – têm apontado o Brasil entre os dez primeiros.

pensamento crítico, na prática é difícil avaliar a fidelidade a estes postulados em ações educativas tão pontuais e de curta duração. Também não fica claro a conciliação entre a incorporação das contribuições da pedagogia cognitivista com a defesa da abordagem comportamental.

Ainda no terreno discursivo, a “pedagogia empreendedora” se afirma na crença de que o empreendedor é alguém capaz de gerar novos conhecimentos a partir de uma dada plataforma, constituída por “saberes” acumulados no decorrer de sua história pessoal. Seus propósitos incluem a construção dos “quatro saberes” (saber conhecer, saber fazer, saber conviver, saber ser) que, por sua vez, se inspiram nos “quatro pilares da educação” propostos nos documentos da Unesco (2001): aprender a conhecer, a ser, a fazer e a conviver. Em conjunto, estes pilares sustentam um processo de aprendizagem complexo e abrangente, pois incluem a aquisição de saberes codificados e a construção de conhecimento integrado e reflexivo; a aplicação do conhecimento e o desenvolvimento de competências técnicas; e por fim, o desenvolvimento humano e a construção da identidade individual e do “ser social”. (Sebrae. 2001; Dolabela, 2003) O aprender ser/conviver seria o pilar da aprendizagem que sustenta o empreendedor coletivo; facilita a formação de associações e de cooperativas, pois ativa o desenvolvimento de atitudes de cooperação, de solidariedade, de respeito e reconhecimento do outro – a construção de objetivos comuns.

Os alicerces dos quatro “pilares” fundamentam-se no aporte teórico das três principais teorias da aprendizagem – “cognitivista, humanista e sociocrítica” –, cujos focos recaem, respectivamente, nos princípios norteadores dos processos cognitivos (pensar reflexivo e crítico); nos princípios da aprendizagem significativa e do auto-conhecimento e desenvolvimento da criatividade (pensar criativo); e na visão do conhecimento como processo sócio-econômico e político fundado em valores e direcionado para a transformação social. (Sebrae, 2001)

Por outro lado, é forte no ideário do Sebrae “a pedagogia da exemplaridade” que, ao impregnar os conteúdos pedagógicos da ideologia do êxito (o que os críticos denominam de liberalismo de auto-ajuda), acaba gerando reações desfavoráveis.<sup>8</sup> Apesar da positividade de se incorporar experiências e vivências ao processo de aprendizagem, a ênfase na face do

---

<sup>8</sup> Uma das grandes atuações do Sebrae é a divulgação de histórias exemplares, os casos de sucesso. A instituição coloca-se em busca de histórias de sucesso empreendedor em todo país, selecionando as mais significativas, para que, mediante o exemplo, possam ser reproduzidas e multiplicadas, num mecanismo de partilha de experiências empreendedoras. (Sebrae, 2002)

sucesso atua de forma a sustentar um discurso edificante e normativo pontuado de exortações e encorajamento para a superação das adversidades.

Cypriano (2004) critica esta tendência ao voluntarismo subjetivo que ofusca os condicionamentos sociais e macroeconômicos nas explicações a respeito das dificuldades do empreendedor e da pequena empresa no Brasil. Na explicação dos insucessos da pequena empresa, a base macroeconômica e seus componentes estruturais tendem a ser menosprezados em detrimento da ação individual racional utilitária, considerada a chave analítica para o entendimento dos comportamentos sociais no interior das organizações e no conjunto da sociedade. Paira a idéia de uma suposta vocação empreendedora independente das condições de trabalho, das relações de poder e das variáveis socioeconômicas, e que pode ser acionada em contextos variados: no mundo dos negócios, no trabalho cooperativo e na comunidade, nos quadros diretivos e no setor operacional.

## **2. O discurso do Sebrae: Empreendedorismo, Cooperação e Desenvolvimento Local**

A análise de documentos, relatórios e material de divulgação do Sebrae forneceram indicações significativas a respeito do referencial ideológico-valorativo que modela as construções discursivas da instituição. Em geral, um dos elementos mais presentes nestes discursos sinaliza a orientação pragmática associada à sua vocação política: ser uma agência de fomento da pequena empresa, atuando de “forma estratégica, inovadora e pragmática”, tendo em vista a “evolução sustentável” micro e pequeno negócio, sendo este considerado um “instrumento eficaz para expandir o emprego, gerar e distribuir renda e promover a inclusão social.” A insistência na defesa da pequena empresa inclui os aspectos legais, bem como as ações pontuais com foco nos arranjos produtivos locais, no intuito de estimular a articulação de redes e de ações coletivas. (Sebrae 2001)

Quando se trata de ações educativas, a ênfase empresarial no perfil da instituição cede espaço a um discurso recheado de elementos extraídos da crítica social. As construções retóricas projetam um horizonte utópico sustentado na afirmação do Sebrae como “instrumento efetivamente transformador da realidade brasileira”. Se os programas de renda mínima têm um alcance assistencialista e redistributivo, o fomento e o apoio ao pequeno negócio “libertam”, emancipam o público atingido ao capacitá-lo para gerar a seu próprio trabalho e renda, além de reduzir as desigualdades sociais e os desequilíbrios regionais. (Sebrae, 2001:21-22)

O documento Sebrae (2001:9) define como empreendedor “o indivíduo que possui uma atitude de inquietação, ousadia e proatividade na relação com o mundo”. Define a cultura empreendedora como "o complexo de crenças, valores, conhecimentos, articulação de idéias e padrões de comportamento, condicionado por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, caracterizando a interferência criativa e realizadora do meio, em busca de ganhos econômicos e sociais."<sup>9</sup>

A definição não é inovadora, mas condensa elementos extraídos de várias abordagens do fenômeno empreendedorismo, o que certamente acarreta desdobramentos de ordem conceitual.<sup>10</sup> Fica patente o tributo à acepção clássica, quando o termo empreendedorismo tinha um sentido mais preciso, imerso em uma cultura eminentemente capitalista. Mas se vai além ao associá-lo a múltiplas modalidades de inserção nas práticas econômicas e sociais.

Nesta aproximação teórica com o registro clássico percebe-se a presença de Weber (1967): o empreendedor como tipo ideal se refere a um tipo social, caracterizado pelo caráter, obstinação ao trabalho e capacidade de ação, mas, sobretudo por encarnar uma ética e a resistência às instituições tradicionais. Também Schumpeter (1982) se faz presente na concepção de empreendedorismo como fenômeno cultural que expressa hábitos, práticas e valores, referindo-se inicialmente a um indivíduo, mas depois se deslocando para um sujeito coletivo, ou uma forma cooperativa, como o Estado ou outras organizações. (López-Ruiz, 2004)

Outros estudiosos exploraram esta vertente de que a “essência do espírito empreendedor” não se realiza necessariamente no ato de criar uma nova empresa, no exercício da função de proprietário-gerente ou de empregador; ela reside na postura e comportamentos assumidos diante da mudança, da novidade e do incerto. Torna-se necessário, portanto, demarcar a diferença entre empreendedor e pequeno proprietário, entre ações empreendedoras e pequenos negócios (Stevenson e Jarillo, 1991; Carland et alii, 1984; Dornelas, 2003), associações, no entanto, cada vez mais presentes no debate atual em torno das alternativas de geração de emprego e renda fora das relações salariais.

A concepção do Sebrae também não refuta a estreita relação entre atributos psicológicos e a performance empreendedora, tal como explicitada por McClelland (1961),

---

<sup>9</sup> Fonte: [www.sebrae.org.br](http://www.sebrae.org.br).

<sup>10</sup> São vários os autores considerados emblemáticos na compreensão do fenômeno empreendedorismo, a partir de diversos campos disciplinares. Low & MacMillan (1988) e Carland et al. (1984) sintetizam várias dessas contribuições teóricas das quais emerge um elenco de características normativas ou empíricas associadas ao empreendedor.

mas não ignora o ambiente macro-econômico e institucional e os arranjos estruturais e sócio-culturais que interferem no impulso a empreender, tal como identificados por Gershenkron (2000), Martinelli (1994) e Kanter (2000). Ilustram a presença dessas duas vertentes – a psicológica e a sociológica – o programa EMPRETEC, fundamentado na metodologia de base comportamental proposta por McClelland (1961) e os programas e ações dirigidos aos arranjos produtivos, nos quais os condicionantes sócio-culturais são vistos como decisivos para estimular ou atravancar as iniciativas de empreendedorismo coletivo.

Na vertente do Sebrae, a ação empreendedora pode estar presente em atividades lucrativas e não lucrativas, e o empreendedorismo é um movimento mais amplo que não se vincula a uma atividade específica; é uma forma de ser, ligada a estilo de vida, visão de mundo, inovação, protagonismo, capacidade de produzir mudanças, meios e formas de buscar a auto-realização, incluindo as formas de lidar com a incerteza e as ambigüidades. A percepção de que a geração do espírito empreendedor tem origem em valores, visão de mundo, práticas e relações sociais originárias na comunidade, no sentido de vida coletiva, permitiu o transbordamento conceitual que abriga diversas situações e espécimes de empreendedor, muitas vezes sem contornos bem definidos ou precisos: empreendedor coletivo, empreendedorismo compartilhado, prefeito empreendedor, empreendedor político, comunidade empreendedora e empreendedorismo urbano. Uma demonstração da elasticidade de um conceito que, certamente, corre o risco de perder substância e potencial heurístico.

O Sebrae se propõe a ser um “núcleo de inteligência orientador da disseminação do princípio da cooperação”, buscando ampliar as articulações entre os pequenos empresários dos diversos setores, tendo em vista a “a formação de uma massa crítica de lideranças voltadas à cooperação”. (Sebrae, 2002:21-22).

A abordagem do empreendedor coletivo é marcada pela ambigüidade, pois ora parece apelar às características de um líder, ora ao caráter energizante da coletividade. (Lindholm, 1993). No primeiro caso, trata-se de um indivíduo carismático portador do sonho de promover o bem-estar coletivo e capaz de fomentar o diálogo, a capacidade de conversação entre os membros da coletividade, ampliando ou gerando conectividade entre seus diversos setores. Por meio das redes de cooperação internas e externas surgem as mudanças e as possibilidades de sustentabilidade e de auto-suficiência. (Sachs, 2003)

Em outras palavras: o empreendedorismo coletivo significa “protagonismo social, ruptura dos laços de dependência” e crença na capacidade de construir conhecimentos, projetos e práticas coletivas oriundos de um pacto comunitário. Ao partilharem problemas e experiências, os indivíduos constroem laços de identidade, solidariedade e cooperação - redes de cooperação internas e externas, gerando capital social e fortalecendo o *ethos* comunitário que pode ser decisivo para o desenvolvimento local. (Sebrae, 2001; Dolabela, 2003) Apesar do *status* da comunidade nesta linha de argumentação, o empreendedor coletivo é um indivíduo - catalisador dos sonhos coletivos - e não a comunidade; a fonte de energia estaria no indivíduo, um ator socialmente contextualizado, mas individualmente motivado, portanto mais próximo do aporte teórico weberiano.

É possível identificar, nessa concepção, a matriz de racionalidade subjacente às motivações humanas no ato de empreender: a ação racional, os esforços metódicos e calculados tendo em vista determinados objetivos expressos em termos de valores (ação racional com relação a valores) ou em termos de uma ação econômico instrumental ou de estruturas legais burocráticas (ação racional com relação a fins). Mas, ao sublinhar a importância do sonho como propulsor do empreendimento tanto individual quanto coletivo (Dolabela, 2003), descortinam-se outras motivações oriundas de estados emocionais intensos incompatíveis com as rotinas.

Como subversão das rotinas, energia que desencadeia mudanças, o sonho individual ou coletivo permite tecer novas redes de significados. Além da racionalidade instrumental vinculada aos interesses econômicos, evidencia outra racionalidade que surge da cooperação, das relações de confiança associadas ao compartilhamento de interesses materiais e de valores. Aqui o carisma do indivíduo parece ceder espaço ao carisma do coletivo gerado nos estados de efervescência social em que a participação conjunta provoca estados emocionais mais intensos e despersonalizados, reforçando os laços sociais. (Lindholm, 1993)

Nas construções discursivas que embasam as estratégias de ação dirigidas ao fomento da cooperação, observa-se a presença de referências históricas nas quais se destaca a importância das relações cooperativas, solidárias e de confiança mútua, sobretudo naquelas sociedades que, em decorrência de guerras e catástrofes naturais, enfrentaram o desafio da reconstrução. Neste outro vetor de atuação – o empreendedorismo coletivo – o Sebrae aposta na cultura da cooperação como forma de sustentar estratégias coletivas com vistas à geração

de emprego e renda. Argumenta que a importância do capital social na promoção do “desenvolvimento econômico e social sustentável é amplamente reconhecida na moderna literatura teórica e aplicada das ciências sociais” (Caporali & Volker, 2004).

O Sebrae assim define a cultura da cooperação: “uma filosofia baseada em conceitos e valores humanísticos como solidariedade, confiança e organização funcional de grupos. Tem como propósito substituir o individualismo pela ação coletiva”. É apresentada como uma ferramenta para assegurar o êxito dos pequenos negócios diante dos desafios impostos pela economia globalizada. A confiança é vista no ângulo do empreendedorismo, pois permite transformar “problemas em oportunidades, de modo criativo, construtivo e cooperativo” e assegurar níveis de produtividade, qualidade e, principalmente, a flexibilidade, esta indispensável em um cenário marcado por instabilidade e incertezas. A difusão da cultura da cooperação nas comunidades, sobretudo nas mais carentes, visa estimular a criação de conexões virtuosas mediante a formação de “associações, cooperativas, consórcios e outros tipos de enlces organizacionais” formais e informais.<sup>11</sup>

Os esforços de análise desta linha de atuação exigem a incursão nas abordagens acerca do capital social que, nas últimas décadas, seja como realidade substantiva (estoque de interesses e valores compartilhados) seja como variável conceitual, tornou-se um tema presente na literatura acadêmica, transversal a vários campos de conhecimento, e nos relatórios das agências internacionais e de organismos promotores de políticas públicas voltadas à promoção de emprego e renda, bem como à criação de condições propícias à competitividade e ao desenvolvimento local. A difusão do conceito, a partir da década de 1990, expressa um movimento teórico de reconhecimento e valorização de recursos não econômicos embutidos nas estruturas econômicas e nas redes sociais ainda distantes do *status* de capital, ou que não eram assim reconhecidos pelas demais formas de capital, apesar de seu potencial em gerar ambientes favoráveis aos processos interativos e cooperativos de aprendizagem e de inovação. (Granovetter, 1973 e 1985; Albagli & Maciel, 2003)

Sem consenso quanto à sua definição, o capital social é mais uma expressão polissêmica, com significados abertos, constituindo um terreno em disputa que serve a interesses díspares e a agendas diversas. Segundo Reis (2003), apesar do mérito de ter aberto uma agenda promissora de pesquisa, a carência de especificações analíticas mais maduras

---

<sup>11</sup> Extraídos de [www.sebrae.org.br](http://www.sebrae.org.br).

dificulta a operacionalização empírica do conceito de capital social e limita o seu alcance explicativo. No que tange às explicações a respeito de sua geração, é possível identificar tanto variáveis histórico-culturais (Putnam, 1996) colocando-se em destaque as instâncias socializadoras e os consensos normativos, quanto as variáveis estruturais e relacionais (Coleman, 1990), sublinhando-se a relevância dos papéis das instituições e do contexto econômico.

Trata-se de capital porque gera riqueza, é social porque surge no processo interativo e se refere ao conjunto das relações sociais (tanto formais, registradas em estatutos e contratos quanto as informais, tacitamente reconhecidas, mas sem registro escrito); é sempre relacional e visto como fonte de recursos ou como os próprios recursos; é um conjunto de normas ou instituições e organizações (Coleman, 1990; Milani, 2004); pode ser intencionalmente estimulado ou surge como conseqüências não intencionais das interações. Parece inequívoco, neste cenário conceitual incerto, que o capital social não se desvincula de seu contexto e se refere ao “conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas”, expressando recursos diferenciais de poder, e pode ser patrimônio do indivíduo ou do grupo (Bourdieu,1980:2) ou mesmo da coletividade (Putnam, 1996). Em Coleman (1990), a definição tem como ponto de partida as relações entre ambiente familiar, formas de organização social e as desigualdades sociais expressas no desempenho escolar e no alcance educacional.

Mas nem sempre o capital social gera efeitos virtuosos ou positivos (Grannovetter, 1985), pois ao se referir às vantagens possíveis, “relações ou conexões proveitosas”, extraídas da pertença a determinadas redes (grupos de status ou círculos de relações pessoais), pode alimentar traços culturais “viciosos”, como o nepotismo, o acesso a favores, informações, profissões, benefícios institucionais e políticos, ou afirmação de posições hierárquicas que justifiquem privilégios e deferências, em detrimento da igualdade e das virtudes cívicas.

Na versão de Putnam (1996), a dimensão política do capital social se sobressai na exaltação das virtudes que desabrocham em uma comunidade ou sociedade herdeiras de um “bom estoque de capital social sob forma de regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica”. (Idem, p.177) Os compromissos cívicos brotam no processo interativo, na intensidade da vida associativa, produzida por práticas sociais que incluem associações horizontais, confrarias, guildas, cooperativas e outras atividades grupais. Essa densidade social produz um

tipo de riqueza, pois, ao incitar a prática da reciprocidade, favorece a coordenação e a cooperação em benefício coletivo, além de fomentar a confiança mútua que, por sua vez, atua dirimindo conflitos e evitando comportamentos oportunistas. Um tributo a Durkheim (1977), que visualizava propriedades integradoras nas associações profissionais, pois sua atuação suprimia a distância entre a força moral da sociedade, expressa no sistema de crença e de valores, e a individualização crescente gerada pela divisão do trabalho. Mas também a Tocqueville (1968), que vislumbra no associativismo a possibilidade de um ajuste adequado entre o igualitarismo dos cidadãos e a preservação das liberdades individuais, um antídoto contra o risco da tirania das maiorias. O compromisso cívico e a participação política ativa dos cidadãos em suas comunidades garantem a prosperidade econômica e o bom governo, pois além de serem fatores relevantes ao impulso de empreender, fortalecem as entidades da sociedade civil, portanto, atuam no processo de construção da democracia.

Assim, se é válida a leitura de que a cultura da cooperação, fundada em valores como a solidariedade, a confiança, a reciprocidade e a organização funcional dos grupos, pode ser vista como um contraponto ao crescente individualismo e ao despotismo do mercado, também é correto o argumento de que a mobilização do capital social não se afirma contra o mercado, mas define formas alternativas de nele se inserir. Até porque as ações econômicas dos agentes estão imersas em redes de relações sociais que, por esta razão, se tornam fatores de estruturação dos comportamentos no mercado. As redes contribuem para gerar o capital social ao estimular relações de confiança mútua entre os atores, inclusive reduzindo os efeitos das contingências e também os comportamentos oportunistas, gerando benefícios tanto para a vida privada quanto para a vida pública. (Granovetter, 1985).

Como visto, nas construções discursivas do Sebrae, cooperação, solidariedade, confiança e capital social não aparecem em uma relação de oposição ao mercado, ao capital humano e ao contrato. Abramovay (2004) chama atenção para o fato de que os mercados não são “abstratos, neutros e impessoais”, sempre situados em “oposição à tradição ética”, mas sim constituídos por relações vivas, concretas, nas quais também se busca o reconhecimento mútuo. (p. 47) Do ponto de vista conceitual, os mercados não são exteriores às esferas públicas da vida social e podem atuar expandindo a “dimensão pública”, ao assegurar acesso a determinados bens, como créditos bancários, aos que antes tinham que recorrer aos usurários. (idem, p.49) Reitera-se, por esta trilha teórica, a concepção de Sen (2000), para quem a luta

pelo desenvolvimento consiste em ampliar o alcance dos mercados para que a eles tenham acesso os mais pobres. Ou seja, garantir a todos o acesso a capacidades, qualificações e prerrogativas de participar do mercado tendo em vista as possibilidades de uma existência mais digna e humanamente mais significativa.

Tal arquitetura conceitual contribui para iluminar a prática do Sebrae, na qual confiança, cooperação e participação são significadas como formas de “transformar problemas em oportunidades de geração de emprego e renda”, facilitando o acesso ao mercado de contingentes populacionais que se inserem na atividade produtiva fora do regime salarial. Na atuação do Sebrae, o associativismo não se distancia totalmente do sentido toquevilleano, pois é também um mecanismo autônomo de viabilizar a resolução dos problemas, a realização dos interesses de um grupo, independente dos organismos estatais, mas que pode atuar como mecanismo de pressão junto às autoridades políticas.

Apesar da referência constante à experiência italiana, tal como analisada por Putnam, a concepção de capital social presente nos discursos do Sebrae parece ignorar o viés culturalista do autor aproximando-se da vertente neo-institucionalista, na qual o papel das elites políticas ou das agências públicas pode ser decisivo na formação de capital social. Em contextos destituídos de uma herança prévia de confiança, redes e cultura de cooperação, a atuação institucional pode favorecer a configuração de ambientes dinâmicos em aprendizagem coletiva, geração e socialização de conhecimentos e de inovações. (Albagli & Maciel, 2003)

Outro aspecto digno de nota na compreensão deste discurso refere-se à presença do modelo de associações voluntárias que incorpora o cálculo racional e estratégico em torno da importância recíproca da cooperação, dos interesses comuns. Trata-se de arranjos coletivos movidos por razões pragmáticas e instrumentais e com foco no mercado, sendo menor o peso dos possíveis sentimentos altruístas, dos artefatos culturais como a presença de uma ética social ou de uma visão orgânica da sociedade. (Geertz citado por Putnam, 1996) No entanto, o reconhecimento da instrumentalidade da ação coletiva não significa a submissão a uma concepção de indivíduo subsocializado. (Wanderley, 1999:31). A inserção em redes interativas não é aleatória, mas tem objetivos definidos: a obtenção de ganhos ou acesso a recursos escassos não retira da concepção de capital social a propriedade de ser um “ativo resultante ao pertencimento a uma dada coletividade, um investimento em relações sociais com retornos esperados.” (Albagli & Maciel, 2003:426). Neste caminho, cabe situar as ações

voltadas para a constituição de arranjos produtivos, uma aglomeração de empresas que gera “ambiente propício para o aparecimento de outros negócios que passam a atuar e algum ponto da cadeia produtiva.”(Sebrae, 2002:25).

A associação entre empreendedorismo e cooperação não é estranha à articulação entre dois conceitos centrais nas ciências sociais contemporâneas – desenvolvimento e cultura – proposta por Sachs (1998), inspirador da abordagem do desenvolvimento incorporada pelo Sebrae. Alguns termos deste quadro analítico-valorativo/normativo envolvem, portanto, a crítica da concepção economicista de desenvolvimento que o toma como sinônimo de crescimento econômico. A proposta é repensá-lo à luz das interações que envolvem um complexo de fatores sociais, culturais e políticos.

Constata-se a heteronomia do sistema de mercado na produção do desenvolvimento econômico e social e na regulação de suas tendências em escala local, nacional ou global. O desenvolvimento não é consequência automática do crescimento econômico e nem pode ser avaliado apenas por indicadores econômicos sociais e políticos. Assim como a promoção social não pode ignorar a “ética das capacidades” que não se efetiva por meio de políticas compensatórias ou de complementação de rendas. Por envolver a qualidade de vida, a ampliação das possibilidades de escolhas diferenciadas dos indivíduos e o crescimento pessoal, torna-se necessária a presença de outros indicadores de avaliação – como as redes de segurança social e as liberdades civis e políticas –, apreendidos como valores constitutivos da liberdade humana, independentes das razões instrumentais. (Sen, 2000)

Se competição e cooperação são fundamentais na definição de sustentabilidade do desenvolvimento, as insuficiências do mercado são apontadas tanto no campo conceitual (sua incapacidade de explicar uma dinâmica que incorpora outras dimensões para além das relações econômico-mercantis), quanto na ótica de suas falhas como agência reguladora, por exemplo, a sua incapacidade de gerar efeitos sociais equilibrados. O capital social pode contribuir para a ampliação da cidadania e aperfeiçoamento da ordem democrática, uma vez que favorece a articulação de alternativas de desenvolvimento, a redefinição das relações entre a sociedade e o poder público, bem como a intervenção em espaços e grupos sociais marginalizados (Albagli e Maciel, 2003) tendo em vista a redução das desigualdades econômicas, regionais e sociais.

Sachs (2005) rastreia o processo histórico que culmina com a afirmação do desenvolvimento como idéia-força. Impondo-se na década de 40, ganhou musculatura até a

década de 60, acompanhando a trajetória do capitalismo reformado do pós-guerra e a afirmação de certas tendências como o pleno emprego, o *welfare state* e o planejamento. Nas décadas seguintes, a questão ambiental ganharia espaço e se impôs na agenda das Nações Unidas, que incorporaram o conceito de eco-desenvolvimento, mais tarde rebatizado de desenvolvimento sustentável, ancorado no tripé: objetivos sociais, condicionalidade ambiental e viabilidade econômica. (Sachs, 2005) Relativizava-se, desta forma, a influência do viés economicista que impregnava os receituários dos organismos multilaterais, nos quais o crescimento econômico e o PIB eram indicadores privilegiados na avaliação do desenvolvimento. Nos anos 90 o conceito de desenvolvimento se redefine e se torna pluridimensional, integral, “socialmente incluyente, ambientalmente sustentável e economicamente sustentado” (Idem, p.155-156), convertendo-se na principal referência normativa do progresso humano na contemporaneidade.

A renovação da agenda internacional, sobretudo no que tange a cooperação multilateral, incorpora novos temas como IDH (índice de desenvolvimento humano), governança local, descentralização, participação, emergência da sociedade civil e capital social. O local é tomado como contraponto ao global e apresentado como um foco emancipatório, fonte de novas utopias e de “potencial transformador” (Milani, 2004), portanto o projeto de desenvolvimento local deve ser pensado como projeto de transformação social. (Sen, 2000)

Uma das questões envolvidas na operação teórica que reposiciona o local articulado com o global reporta ao risco de se converter o desenvolvimento local em panacéia das crises macro-econômicas e das crises fiscais e reguladoras do Estado-Nação. Milani (2004) contraria este cenário virtuoso em torno do localismo, ao apontar os riscos embutidos nas dinâmicas locais autonomizadas e autocentradas, desconectadas de outras escalas de poder e das estratégias de desenvolvimento nacional e internacional.

Em suma: a retórica que alinhava empreendedorismo, cooperação e desenvolvimento local, aprisionada em uma visão essencialmente pragmática, pode comportar outras ilusões. Uma delas é a visão idealizada do pequeno negócio, da ação empreendedora, negligenciando-se o contexto histórico e as condições estruturais e conjunturais que impõem o contrapropismo e o pequeno negócio como alternativas à escassez de relações salariais associadas à proteção social e perspectiva de carreira profissional.

### 3. O Sebrae e a cultura do trabalho contemporânea

O Sebrae, no curso de uma trajetória iniciada na década de 70, tornou-se uma instituição *sui generis*, pois atua transversalmente no espaço do mercado, da sociedade e das instituições públicas. Destacou-se, nos últimos anos, ao articular entidades de classe empresariais, parlamentares e setores da tecnocracia governamental no movimento em defesa de um marco legal e institucional diferenciado para a pequena empresa. Dois momentos marcaram este processo de mobilização e pressão para aprovar no Congresso Nacional: em 1999, o Estatuto das Micro e Pequenas Empresas, ocasião em que foi lançado o Programa Brasil Empreendedor (Sebrae, 2002:141) e, atualmente, a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa.

A esta função política de defensora e organizadora do pequeno negócio associa-se a de agência de fomento e de formação de empreendedores individuais e coletivos. Esta é a missão do Sebrae: “desenvolver e consolidar a força empreendedora nacional voltada para o segmento dos pequenos negócios, contribuindo para o desenvolvimento econômico e social do país.”<sup>12</sup> Neste aspecto, a instituição redefine o seu papel de prestadora de serviços e assume funções de um “aparato ideológico” portador de uma visão de mundo e de um projeto de sociedade em que a condição de micro e pequeno empreendedor é o suporte de um modelo de desenvolvimento, bem como a garantia da ampliação de possibilidades de inserção na ordem econômica e de afirmação de identidades sociais legítimas.

Ao transitar em espaços pautados por lógicas diferenciadas, o Sebrae se orienta por uma matriz de idéias e valores na qual aparecem conteúdos do discurso gerencial e da agenda política contemporâneos: inovação, aprendizagem, cultura empreendedora, cooperação, participação, eficiência coletiva, competitividade sistêmica e desenvolvimento sustentável. Três eixos de atuação delimitam este campo de interesses e de valores: a difusão do empreendedorismo, a mobilização e organização do capital social e a promoção do desenvolvimento local. Em conjunto, tais eixos desenham um percurso para a inserção competitiva de indivíduos e empresas no mundo globalizado.

A ressignificação do discurso de empreendedorismo permite o descolamento da ação centrada no indivíduo ou na organização e a aproximação com os estratégias e valores cooperativos e comunitários, tendo em vista a articulação de um sistema social fundado em

---

<sup>12</sup> Sebrae, “Desenvolvimento Estratégico”, em Resolução do Conselho Deliberativo do Sebrae, 24 de abril de 1997, p. 3.

vínculos horizontais de solidariedade mútua ou de uma comunidade cívica. Por esta razão, justifica-se, por meio de ações de ensino/aprendizagem, estimular a cultura da cooperação associada ao empreendedorismo. Este é o cerne da proposta educacional do Sebrae: criar ou mobilizar o capital social (que não se situa na empresa, mas nas interações) que venha a suportar atividades empreendedoras.

A introdução da cooperação remodela a estrutura discursiva do empreendedorismo. Se na ótica estrita das relações de mercado e das ações centradas na organização, as capacidades empreendedoras são formas de garantir demandas imediatistas e pragmáticas (a inserção bem sucedida no universo do trabalho formal ou no da empresarialidade), na ótica do empreendedorismo social, um discurso alternativo se estrutura centrado na lógica relacional, na idéia de solidariedade, parceria e cooperação e na noção de “coletivo”. A ação cooperativa e a mobilização cívica sustentam o protagonismo do agente/sujeito empreendedor, modeladas por um projeto político que pode levar ao “empoderamento” das comunidades locais, exercendo uma atuação transformadora nas condições de vida e nas relações de poder. (Cordeiro & Mello, 2006)

Ainda são muitas as lacunas na delimitação de um marco conceitual dotado de recursos analíticos mais apropriados à compreensão de fenômenos sociais que envolvem posturas e comportamentos distintos e uma matriz de representações, idéias e valores, à primeira vista, pouco afinados entre si: empreendedorismo e cooperação, *ethos* individualista e *ethos* coletivista, orientação para o mercado e revalorização da comunidade, dos valores solidários e das motivações coletivas.

Apesar das imprecisões semânticas e do enquadramento teórico inconsistente do discurso atual do empreendedorismo e da cooperação, seus conteúdos simbólicos e culturais inserem-se em universo de representações mentais ou realidades conceituais que, na acepção clássica, reportam a matrizes teórico-culturais distintas, a padrões diferentes de solidariedade social e a conteúdos específicos de socialização.

Porém, a plasticidade fenomenal e conceitual que, atualmente, reveste o empreendedorismo e a cooperação favorece o alargamento de seu escopo, atingindo as diversas esferas da vida social, ou mesmo fundindo a ação empreendedora e a ação cooperativa na concepção do empreendedor coletivo, responsável pela recente propagação do associativismo e do cooperativismo. Ao transbordar da área dos negócios e se espalhar no

tecido social mais amplo, o empreendedorismo descola-se gradativamente da matriz teórica e ideológica e da teia de significados de cunho liberal e se apropria de conteúdos mais próximos das vertentes comunitaristas, como cooperação, solidariedade, reciprocidade e confiança.

A tensão entre empreendedorismo e cooperação, no campo conceitual, se esmorece quando ambos perdem características originárias para se converterem em híbridos: o empreendedorismo ressignificado se despoja da dimensão individualista e do economicismo; por sua vez, a cooperação é também uma ação instrumental em torno de interesses e de objetivos estratégicos, direcionada para o mercado, portanto, distante de um padrão de relações sociais, fundado na lógica afetiva, familiar e comunitária. Não se trata da cooperação sustentada pelo compartilhamento de significados e de valores típicos de “estruturas comunitárias”, mas sim pelo compartilhamento de interesses típicos das “estruturas coletivas”. (Giddens, 1997; Lash, 1997) Se a rede de relações pode ser instrumentalizada por indivíduos ou permanecerá como patrimônio da coletividade é uma questão aberta, pois depende da mobilização e da eficiência dos atores.

A genealogia das idéias ou dos conceitos que nutrem o discurso contemporâneo sobre o empreendedorismo, desenvolvimento e capital humano remete a diversos registros teóricos e se apresenta fortemente marcada pelo repertório analítico oriundo dos modelos econômicos e das ciências da organização. Outras idéias e conceitos presentes neste discurso, como cooperação e capital social, integram o patrimônio conceitual das Ciências Sociais, sobretudo da Sociologia, tais como: solidariedade (Durkheim); associação (Weber e Tocqueville); e capital social (Coleman e Bourdieu). O aparente dualismo ou ambigüidade entre empreendedorismo e cooperação se desfaz na concepção do mercado como construção social, tal como emerge da tradição sociológica.

Se à luz da teoria da escolha racional, a chave explicativa tanto para a ação empreendedora quanto para a ação cooperativa está na racionalidade nelas embutida, tendo em vista a maximização dos interesses individuais (a lógica do *homo economicus*), o repertório conceitual de representantes da Sociologia Clássica, em particular Durkheim e Weber, permite esforços interpretativos que vão além da racionalidade dos fins e transcendem as paixões e volições individuais, repondo a lógica do *homo sociologicus*. (Reis, 1989). Nos registros mais recentes do empreendedorismo, o *ethos* individualista pode conviver com o *ethos* coletivista; a individualização e os imperativos inerentes ao funcionamento do mercado não excluem a

revalorização da comunidade, dos valores solidários e das motivações coletivas. Apesar da força das tendências individualistas nas motivações para empreender, no terreno ideológico verifica-se a precedência lógica e moral da dimensão coletiva e solidária e o empreendedorismo aparece como movimento de mudança cultural, incluindo a transformação do sistema educativo.

Ainda sob o ângulo da ação estratégica é possível identificar a presença da racionalidade individual na produção de bens coletivos e da racionalidade coletiva na produção de bens individuais. É possível também associar a racionalidade instrumental à racionalidade comunicativa em uma operação na qual Estado e mercado acionam a esfera das interações cotidianas, o mundo da vida (Habermas, 1987) no sentido de fomentar novos arranjos produtivos. Por sua vez, o universo interativo, a vida associativa e a auto-organização — fontes de capital social -, podem vir a ser a porta de entrada ao mercado, principalmente para os segmentos excluídos do mercado de trabalho.

Por último, cabe explorar esses conteúdos no ângulo da perene necessidade de legitimação da ordem social. Não é excessivo recordar que o triunfo do industrialismo, sob a égide das relações sociais capitalistas, como afirmam vários autores (entre eles: Weber, Perrot, Bendix e Thompson) resultou de um empreendimento que transcendeu à esfera das relações de mercado. Exigiu uma nova ordem, uma nova racionalidade, uma nova visão de mundo, um alicerce valorativo que não fosse exclusivo de um segmento da sociedade, mas sim compartilhado pela maioria, expressando a “cultura capitalista” e modelando um tipo específico de sociedade.

Boltanski & Chiapello (1999) retomam essa questão e enfatizam a sua perenidade do recurso a uma base ideológica legitimadora das formas produtivas e organizativas — o espírito do capitalismo de cada época —, apaziguando as inquietações suscitadas pelas indagações a respeito dos possíveis ganhos individuais em troca da adesão ao trabalho, seja como assalariado ou não, e justificar, em termos do bem comum, o sentido deste engajamento. Trata-se, portanto, de questões que continuam demandando respostas atualizadas, em sintonia com o momento histórico-cultural — uma demonstração de que a organização da produção permanece dependente de uma estrutura de crenças, valores e representações que facilitem a adesão ao trabalho e a legitimidade das práticas e das relações sociais.

Na configuração da sociedade contemporânea, o espírito do capitalismo — indispensável à reprodução do capital e à legitimação da organização social capitalista — se expressa em uma nova representação da empresa, do processo econômico, e do *status* do trabalho tanto no ângulo da criação da riqueza material quanto no da preservação dos processos integrativos e normativos que cimentam a vida social. Observa-se a continuidade ou a reatualização da dependência das formas de organização da produção de um “cosmo” capitalista, portanto dos processos socializadores desencadeados em diferentes esferas da vida social. E os processos de qualificação profissional e de capacitação social são componentes deste esforço socializador.

A trilha aberta por autores como Weber, Bendix, Bauman e Boltanski & Chiapello, cujas análises iluminaram e problematizaram os referentes morais legitimadores do trabalho na produção capitalista, em diferentes momentos, permitiu compreender os fundamentos teóricos e ideológicos subjacentes a uma proposta educativa que, ao destacar o empreendedorismo e a cooperação, pavimenta a construção de um novo referencial ético para o trabalho fundado em sistema de crenças, valores e hábitos condizentes com os padrões organizativos impostos pela produção flexível e com a necessidade de criar novos arranjos sociais fora das relações salariais. Assim sendo confere legitimidade às novas formas de trabalho, novos atores coletivos, novas modalidades de articulação e organização de interesses, além de modelos alternativos de desenvolvimento local.

O resgate do espírito empreendedor e a apologia do trabalhador flexível, adaptável, multifuncional adquirem sentido no contexto em que a racionalidade do mercado impõe um padrão de qualificação que, ao exaltar as competências, contribui para minar as demarcações materiais e simbólicas do antigo modelo de funções e profissões e, conseqüentemente, da matriz cultural da ética do trabalho a ele associada. As tendências de flexibilidade e a ênfase na liberdade, na criatividade e na inovação social redefinem os conteúdos do trabalho e os padrões contratuais e regulatórios que moldam as relações de trabalho. O ideal de uma sociedade do trabalho vai cedendo espaço para o ideal de uma sociedade moldada segundo o *ethos* do empreendedorismo. Ou, sob outro ângulo: inovação, mudança, criatividade e empreendedorismo despontam como a solução ao desafio da sociedade de empregados de recuperar sua “energia econômica”, compõem o novo “evangelho do trabalho”, os “valores

constitutivos do *ethos* econômico do sistema capitalista atual”. (López-Ruiz, 2004:47; Boltanski & Chiapello, 1999)

As virtudes clássicas do empreendedor atravessam transversalmente um cenário marcado por mudanças velozes; competição acirrada; insegurança do emprego e da condição de *status* sócio-profissional; necessidade de reciclagem permanente; e fragilidade dos mecanismos reguladores e protetores. Em suas múltiplas acepções, o apelo ao empreendedorismo ora se apresenta como recurso ideológico, uma peça importante na reconstrução de uma cultura do trabalho resignada diante do desemprego e adaptada ao risco, à insegurança e à incerteza, enfim, dissociada do paradigma do mercado de trabalho formal e do complexo de significados articulados em torno dele. (Machado da Silva, 2002)

No âmbito macrossocial, a ênfase nas possibilidades de empreender contribui para preservar os componentes normativos da ética do trabalho, um contraponto à erosão dos valores institucionalizados e dos significados associados ao padrão formal de emprego assalariado — o sustentáculo de um tipo de solidariedade social e a substância para a configuração de identidades sociais legítimas. Revela o esforço da sociedade para sustentar, pela via do trabalho, a integridade social, ao manter vivos o sonho de realização de um projeto profissional e as expectativas de ascensão social. Isso porque, enquanto o desemprego permaneceu como um fato ocasional e involuntário, o *status* moral do indivíduo privado de seu emprego foi preservado. (Guimarães, 2002).

O ensino do empreendedorismo como estratégia de formação técnica e moral — componente da socialização de crianças, jovens e adultos — reflete as alterações na formação para o trabalho, atualmente mais focada em desenvolver conteúdos objetivos e disposições subjetivas utilizáveis em uma pluralidade de situações — emprego, desemprego, auto-emprego, empresalidade. Esse tipo de formação, ao ampliar seu espaço de atuação incorporando projetos comunitários, culturais e de gestão pública, apresenta-se como uma ferramenta de capacitação social vinculada a um referencial ético-político que permeia um arsenal ampliado de possibilidades de trabalho e de ação social, inseridos ou não na esfera mercantil e incorporados à vida privada e à vida pública.

Assim, parece resgatar com nova retórica o velho ideal do fordismo: o empreendedorismo como movimento e estratégia organizadora da sociedade, capaz de desencadear mudanças sociais que transcendem os limites do universo produtivo, abrangendo

tanto a vida privada quanto a vida pública; transformar as condições de vida pessoal e as condições sociais, e, assim, fundar as bases para novos padrões de sociabilidade, de uma existência mais civilizada. Reproduz um tipo de mobilização semelhante àquela ocorrida em torno dos programas de qualidade total: a crença na possibilidade de sua universalização, mediante a irradiação de seus princípios e de suas práticas para outras esferas da existência social. — a comunidade, a gestão pública.

Por fim: as ações educativas do Sebrae integram uma estratégia de desenvolvimento local e de políticas públicas destinadas ao enfrentamento da exclusão social. Assim sendo, além de capacitação para as atividades econômicas, confere legitimidade, dignidade ao pequeno negócio e às formas de trabalho não assalariadas. A construção discursiva que reveste esta proposta insere-se em uma matriz de ideais e valores que sustenta uma estratégia político-argumentativa destinada a viabilizar um projeto político de organização e de intervenção modernizadora na sociedade que associa racionalidade estratégica, governança, protagonismo local e responsabilidade social empresarial.

Define um horizonte utópico que substitui os ideários de uma sociedade para além do capitalismo. A renovação dos modelos de retórica se nutre inclusive de elementos da crítica do capitalismo que, gradativamente, foram sendo incorporados a uma construção ideológica que valoriza participação, polivalência, educação contínua, educação humanística e não apenas técnica, desenvolvimento local, descentralização, preservação ambiental, valorização da cultura local, das competências e dos recursos locais. Prevalece a visão empresarial, mas ressignificada pela incorporação de outras referências simbólicas — a cidadania, a organização coletiva, o empreendimento solidário.

Um dos componentes desta retórica é justamente, conceber o empreendedorismo como movimento social, o que significa dissociá-lo da figura do capitalista, do empresário, mas não de uma cultura capitalista. Nesta ótica, destaca-se a associação entre empreendedorismo e educação, e entre educação e conhecimento que, no pensamento da elite empresarial brasileira, aparecem como os “pilares críticos” e determinantes para o aumento da capacidade de inovação e de competitividade das empresas. Mas seriam também ferramentas de uma intervenção social capaz de alterar a qualidade de vida da população.

## Referências Bibliográficas

- ABRAMOVAY, R. “Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais”. *Tempo Social. Revista de Sociologia da USP*, vol 16, nº 2, novembro de 2004.p. 35-64.
- ADDIS, C. & GOMES, E. R. “Um outro lado da liberalização: impactos sociais transformadores do apoio ao Sebrae às micro e pequenas empresas”. In: GUIMARÃES, N. A. & MARTIN, S. *Competitividade e Desenvolvimento: atores e instituições locais*. São Paulo: Editora do Senac São Paulo, 2001.
- ALBAGLI, S. e MACIEL, M. L. “Capital social e desenvolvimento local”. In: LASTRES, M. H.; CASSIOLATO, J. E.; e MACIEL, M. L. *Pequena Empresa: Cooperação e Desenvolvimento Local*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2003.
- BENDIX, R. *Trabajo y Autoridad en la Industria*. Buenos Aires: Espaço Universitário de Buenos Aires, 1966.
- BOLTANSKI, L. & CHIAPELLO, E. *Le Nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Éditions Gallimard, 1999.
- BOURDIEU, P. “Le capital social – notes privisoires”, *Actes de la recherche em sciences sociales*, Paris, nº 31, janeiro de 1980, p. 2-3.
- CAPORALI, R. & VOLKER, P. (org). Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais : Projeto Promos - Sebrae - BID : versão 2.0, Brasília: Sebrae, 2004. (www.sebrae.org.br)
- CARLAND, J.; HOY, F.; BOULTON, W. & CARLAND, J.A. “Differentiating Entrepreneurs from Small Business Owners: a conceptualization”. *The Academy Management Review*, Abril de 1984, p.354-359.
- COLBARI, A. “A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira”, VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, Universidade de Coimbra, 16 a 18 de setembro de 2004. (www.indiciarismo.com.br)
- COLBARI, A. “Trabalho, auto-emprego e pequenos negócios: reconfigurando as estratégias de capacitação profissional e de desenvolvimento local”. 30º Encontro Anual da Anpocs, Caxambu (MG), 24 a 28 de outubro de 2006.
- COLEMAN, J. *Foudations of Social Theory*, Cambridge, Harvard University, 1990.
- CORDEIRO, A. T. e MELLO, S. B. de. Rupturas, Permanências e Resignificações na Estrutura Discursiva do Empreendedorismo. *Anais do Enampad 2006*, Salvador, CD Rom.. 2006.
- CYPRIANO, C. A. Pequena empresa, desenvolvimento social e ação institucionalizadora do Sebrae. Tese de Doutorado, Escola de Administração, UFBA, 2004.
- DELORS, J. et. al. *Educação: um tesouro a descobrir. (Relatório para a Unesco da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI)*. 10ª ed. São Paulo: Cortez; Brasília: MEC/UNESCO, 2006.
- DOLABELA, F. *Pedagogia Empreendedora*. São Paulo:Editora da Cultura, 2003.

DURKHEIM, E. *As formas elementares da vida religiosa*. São Paulo: Edições Paulinas, 1989.

DURKHEIM, E. *Da divisão do trabalho social*. São Paulo: Martins Fontes, 2ª ed. 1977.

GERSHENKRON, A. "The Modernization of Entrepreneurship". In: Swedberg, R. (Ed.) *Entrepreneurship: the social science view*. Oxford: Oxford University Press, 2000.

GIDDENS, A. "A vida em uma sociedade tradicional". In: BECK, U; GIDDENS, A.; e LASH, S. *Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social*. São Paulo: Editora da UNESP, 1997.

GRAMSCI, A., "Americanismo e Fordismo", em *Maquiavel, a Política e o Estado Moderno*, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1984.

GRANOVETTER, M. "Economics Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness". *American Journal of Sociology*, vol. 91, nº 3, nov/1985, p 481-510. Chicago.

GRANOVETTER, M. "The Strength of Weak Ties". *American Journal of Sociology*, vol. 78, nº 6, 1973, p. 1360-1380.

GUIMARÃES, N. A. Por uma sociologia do desemprego. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.17, nº 50, 2002.

HARVEY, D. *A Condição Pós-Moderna*, São Paulo: Loyola, 1992.

KANTER, E. M. "When a Thousand Flowers Bloom" In: Swedberg, R. (Ed.) *Entrepreneurship: the social science view*. Oxford: Oxford University Press, 2000.

LASH, S. "A reflexividade e seus duplos: estrutura, estética e comunidade". In: BECK, U; Giddens, A.; e LASH, S. *Modernização Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social*. São Paulo: Editora da UNESP, 1997.

LINDHOLM, C. *Carisma: êxtase e perda de identidade na veneração do líder*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

LÓPEZ-RUIZ, O. J. *O 'ethos' dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo*. Tese de Doutorado. Departamento de Sociologia do IFCH-Unicamp, 2004.

MACHADO DA SILVA, L. A. Da informalidade à empregabilidade (reorganizando a dominação no mundo do trabalho). In: *Caderno CRH*, Salvador, nº 37, p. 81-109, 2002.

MALVESTITI, M et al. "IPGN: uma experiência brasileira de ensino de empreendedorismo via Internet" In: [www.sebrae.org.br](http://www.sebrae.org.br), acessado em 23/08/2006.

MARTINELLI, A. *Entrepreneurship and Management*. In Smelser, N; Swedberg, R (EDs) *The Handbook of Economics Sociology*, Princeton: Princeton University Press, 1994.

MCCLELLAND, D. *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand, 1961.

MILANI, C. Teorias do Capital Social e Desenvolvimento Local: Lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil). *Organizações & Sociedade*, vol 11, Edição Especial, 2004, p. 95-113.

OGBOR, J. Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies. In: *Journal of Management Studies* 37:5, p. 605-35, 2000.

- PUTNAM, R. *Comunidade e Democracia: a experiência da Itália Moderna*. Rio de Janeiro: Ed. da Fundação Getúlio Vargas, 1996.
- REIS, B. P. W. “Capital social e confiança: questões de teoria e método”. *Revista de Sociologia e Política*, Nº 21: 35-49, nov. 2003.
- REIS, E. “Reflexões sobre o HOMO SOCIOLOGICUS”. In: *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, nº 11, vol. 4, outubro de 1989, p.23-33.
- SACHS, I. “Desenvolvimento e cultura. Desenvolvimento da Cultura. Cultura do Desenvolvimento”. *Organização & Sociedade*, v. 12, nº 33, abr/jun. 2005, p. 151-165.
- SACHS, I. O desenvolvimento enquanto apropriação de direitos humanos. *Estudos Avançados*, 12 (33), 1998, p. 149-156.
- SACHS, Ignacy. *Inclusão social pelo trabalho: desenvolvimento humano, trabalho decente e o futuro dos empreendedores de pequeno porte*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.
- SCHUMPETER, Joseph A. *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SEBRAE. *Referenciais para uma Nova Práxis Educacional*. Série Documentos, Brasília, Edições Sebrae, 2ª ed. 2001.
- SEBRAE. *SEBRAE 30 Anos. Parceiro dos Brasileiros*. Edições Sebrae, 2002.
- SEBRAE. Relatório de Gestão Estratégica do Sistema SEBRAE, 2005.
- SEN, A. K. *Desenvolvimento com liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- STEVENSON, H; JARILLO, J. “A new entrepreneurial paradigm”. In: ETIZIONI, A; LAWRENCE, P. (Eds) *Socio-Economics: toward a New Synthesis*, New York: M. E. Sharp, 1991.
- SWEDBERG, R. “The social science view of entrepreneurship: introduction and practical applications”. In: SWEDBERG, R.(org.) *Entrepreneurship: the social science view*. New York: The Oxford University Press, 2000.
- THOMPSON, E.P. Economia Moral Revisitada. In: THOMPSON, E.P. *Costumes em Comum: estudos sobre a cultura popular tradicional*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- TOCQUEVILLE, A. *Democracia na América*.(edição condensada para o leitor moderno,por Richard Heffner) São Paulo: Companhia Editora Nacional e Editora do Universidade de São Paulo, 1969.
- UNESCO. “Os quatro pilares da educação” (Relatório para a UNESCO da Comissão Internacional sobre Educação para o século XXI). In: SEBRAE. *Referenciais para uma Nova Práxis Educacional*. Série Documentos, Brasília, Edições Sebrae, 2ª ed. 2001.
- WANDERLEY, F. “Pequenos Negócios, Industrialização Local e Rede de Relações Econômicas: Uma revisão bibliográfica em Sociologia Econômica”. *BIB – Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais*, nº 48, 2º semestre de 1999, p. 15-49.
- WEBER, M. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*, São Paulo: Pioneira, 1967.
- WEBER, Max. *Economia e Sociedade: Fundamentos da Sociologia Compreensiva*, vol. 1. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1991.