

## CONDENADOS A VENCER: A ATUAÇÃO DO SEBRAE NA PRODUÇÃO DISCURSIVA DO INDIVÍDUO EMPREENDEDOR DE SI MESMO

LARISSA FERREIRA TAVARES<sup>1</sup>;  
ATILA MAGNO E SILVA BARBOSA<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal de Pelotas – [larissaftavares@gmail.com](mailto:larissaftavares@gmail.com)

<sup>2</sup> Universidade Federal de Pelotas – [barbosaattila@uol.com.br](mailto:barbosaattila@uol.com.br)

### 1. INTRODUÇÃO

Derivadas não apenas da reestruturação produtiva, como também das reformas sociais e econômicas de inspiração neoliberal, o dismantelamento do Estado de Bem-Estar Social promoveu profundas transformações nas relações entre o Estado, sociedade e organizações (PAES DE PAULA, 2001), fazendo com que atualmente não só o Estado como também as empresas não garantam uma integração sólida para a grande massa de trabalhadores.

Considerando as condições de insegurança e de instabilidade apresentadas por tal cenário e tendo como base as pesquisas de BENDASSOLLI (2000), EHRENBURG (2010) e BARBOSA (2011) percebe-se a existência de um discurso que convoca o indivíduo a responsabilizar-se pela sua condição de empregabilidade, fazendo de “si mesmo seu melhor patrimônio” (BENDASSOLLI, 2000, p. 217). O que estamos testemunhando seria segundo Barbosa (2011, p. 138), a tentativa de uma “construção da imagem do empreendedor de si mesmo como o indivíduo capaz de vencer as incertezas e inseguranças da vida social dentro do contexto do capitalismo flexível”. Logo, o espírito empreendedor é disseminado como forma de salvação em todos os sentidos: seja para montar um negócio próprio e “garantir” seu emprego, ou como característica pessoal, na busca constante por qualificação e atualização, isto é, como propôs Ehrenberg (2010), o empreendedorismo é possível para todos.

Visto como movimento social mundial, desde a década de 1980, o empreendedorismo trata-se, de uma força social responsável por desencadear “comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação, à mudança, potencializando a geração de riqueza e a ação transformadora das condições sociais e políticas” (COLBARI, 2007, p. 76). Desse modo, nota-se, atualmente um estímulo, por parte do Estado, para a emergência de organizações responsáveis por garantir ou fornecer instrução necessária para que o indivíduo possa vencer por si mesmo: dentre estes agentes o SEBRAE (Serviço de apoio às Micro e Pequenas empresas) e suas ações merecem destaque.

Refletindo acerca de tais questões o objetivo geral deste estudo é analisar o papel do SEBRAE na disseminação e reprodução do empreendedorismo no contexto de desregulação da economia e flexibilização das relações de trabalho.

### 2. METODOLOGIA

Debruçada sobre as pesquisas de BENDASSOLLI (2000), EHRENBURG (2010) e BARBOSA (2011), esta pesquisa de caráter predominantemente qualitativo, de natureza descritivo-interpretativa, utilizou-se da técnica de estudo de caso, tendo como unidade de análise o SEBRAE. A coleta de dados se deu de duas maneiras: primeiramente de forma secundária a partir do *site* do SEBRAE e do relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2012, e logo, de forma

primária a partir de observação direta dos cursos de ensino à distância promovidos pelo SEBRAE no perfil “Quero empreender”, a saber: MEI- Microempreendedor Individual (carga horária de 5 horas); AE- Aprender a empreender e IPGN- Iniciando um Pequeno e Grande Negócio, ambos com carga horária de 30 horas. A análise de dados do material coletado foi tratada mediante análise documental, a qual se vale de documentos “originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor” (SÁ-SILVA *et al*, 2009).

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Existente como instituição desde 1972, o SEBRAE, por meio de parcerias públicas e privadas, define-se como instituição privada, sem fins lucrativos e de utilidade pública que promove programas de capacitação, estímulo ao associativismo, desenvolvimento territorial e acesso a mercados. Tal instituição trabalha ainda, pela redução da carga tributária e da burocracia, facilitando a abertura de mercados e ampliação de acesso ao crédito, à tecnologia e à inovação das micro e pequenas empresas (SEBRAE 2013).

Atendendo às micro e pequenas empresas, em todo o território nacional, além da sede nacional, em Brasília, a instituição conta com escritório nas 27 unidades da Federação, com quase 700 pontos de atendimento e conforme o sítio do SEBRAE, parte deste esforço ganhou visibilidade com a aprovação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/06), a qual estabeleceu um ambiente favorável ao crescimento dos pequenos negócios. A legislação contabiliza avanços especialmente no Simples Nacional (Supersimples) e no incentivo à formalização do Empreendedor Individual (Lei Complementar 128/08).

Utilizando-se de diversos produtos para disseminar o espírito empreendedor tal instituição promove cursos, consultorias, treinamentos, palestras, seminários, eventos e publicações, entre outros, fazendo atendimento de forma individual ou coletiva e de modo presencial ou à distância. O objetivo, segundo o sítio da instituição é prestar um atendimento de primeira qualidade e continuado, possibilitando um relacionamento duradouro e assistido entre o SEBRAE e o empreendedor.

Desde o ano 2000, o Brasil participa de uma pesquisa realizada sobre o tema empreendedorismo intitulada Global Entrepreneurship Monitor (GEM) que conta atualmente com a parceria técnica e financeira do SEBRAE. Tendo como foco o empreendedor e não o empreendimento em si, a pesquisa GEM 2012 no Brasil contou com a participação de 10.000 entrevistados, entre 18 e 64 anos, residentes nas cinco regiões do país e ainda 87 especialistas de diversos segmentos da sociedade brasileira<sup>1</sup>.

Analisando os dados da pesquisa, constatou-se que 33,7% conhecem pessoas que abriram um negócio novo nos últimos dois anos; 50,2% percebem boas oportunidades para os próximos seis meses para iniciar um novo negócio; 35,5% dos entrevistados relataram ter medo de fracassar; 80% vêem “novo negócio como uma opção desejável de carreira” e “*status* e respeito perante a

---

<sup>1</sup>Para o relatório GEM 2012 considerou-se o conceito de empreendedorismo como sendo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, ou seja, uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente.

sociedade”; 43,5% sonham ter um negócio próprio, superando o desejo de ter uma carreira em uma empresa (24,7%) e ficando entre os três primeiros sonhos nas cinco regiões pesquisadas, juntamente com o de viajar pelo Brasil e ter uma casa própria. Ainda assim, a Taxa Total de Empreendedorismo passou de 20,9% em 2002 para 30,2% em 2012; 69,2% são empreendedores por oportunidade e os empreendimentos são considerados poucos inovadores. Dos entrevistados, 82,2% não procuram apoio e 13% citam o SEBRAE para esse tipo de ajuda.

De porte desses dados pensou-se para essa pesquisa analisar ainda os cursos disponibilizados pelo SEBRAE no ensino à distância do sítio da organização que estivessem em consonância com o objetivo desse trabalho. Tais cursos foram realizados no mês de setembro 2013, mas ainda não foram analisados. Mesmo assim, a partir das leituras e da realização dos cursos, algumas questões já podem ser destacadas, como por exemplo, 1) o perfil de empreendedor de hoje não parece ser aquele indivíduo inovador proposto por Schumpeter, mas talvez um indivíduo reativo e adaptativo às questões colocadas no mundo empresarial que vê a oportunidade do empreendedorismo como sobrevivência; 2) o discurso do SEBRAE é voltado para a idéia de que o empreendedorismo é sim uma aventura possível para todos conforme propôs Ehrenberg (2010) e 3) a fim de consolidar-se como instituição capaz de contribuir para a produção de respostas sociais adequadas à atual configuração da economia brasileira, o atual discurso do SEBRAE contribui para disseminar a ideia de que “estimular, apoiar e educar para o empreendedorismo deve estar no topo das prioridades de um governo” (SEBRAE, 2013) considerando que a influência do empreendedor é marcante tanto no desenvolvimento econômico, como no desenvolvimento humano e social, já que conforme afirma Escarlata (2010) nas apostilas do SEBRAE, as realizações do empreendedor amplia “o potencial de uma comunidade, gerando empregos, recursos e novos valores” (SEBRAE, 2013).

Refletindo acerca de tais afirmações é preciso destacar que ao provocar a escassez de emprego e a precarização das relações de trabalho, a crise estrutural do capitalismo iniciada no final dos anos 60 fez emergir uma ideologia formulada e difundida, a qual estabelecia a “ética” do trabalho sob a égide do empreendedorismo (DIAS e WETZEL, 2010). É nesse cenário que o empreendedorismo é muitas vezes apresentado como um “bálsamo para todas as dores, a solução para todos os problemas” conforme propõe Dantas (2011, p. 2).

É notável que atualmente o conceito de empreendedorismo venha sendo crescentemente valorizado tanto pelos governos, através de políticas públicas, como também por organizações empresariais e da sociedade civil organizada como alternativa para o crescimento da economia e para a falta de emprego, caracterizando assim, tal contexto, conforme propõem alguns autores como a era do empreendedorismo (DORNELAS, 2008).

#### 4. CONCLUSÕES

Contribuindo para a idéia de que o Estado e as empresas já não garantem aos indivíduos o pleno emprego, o discurso voltado para o empreendedorismo vem para ressocializar os excluídos do mundo empresarial e do emprego formal (MELO, 2008, p. 21). A mídia, a literatura atual juntamente com o SEBRAE, aponta que o empreendedor não nasce empreendedor, mas pode ser influenciado pelo ambiente, disseminando o espírito do empreendedorismo como uma aventura possível para todos. Sendo este estudo uma das primeiras

aproximações ao tema, não pretendemos esgotar aqui as discussões, mas sim, atendendo o objetivo desse trabalho, trazer uma reflexão ao leitor sobre como é preciso estar atento a esse discurso atual que responsabiliza os indivíduos pela sua sobrevivência e é reificado por instituições como o SEBRAE, bem como, refletir sobre os impactos disso nos indivíduos e sociedade em geral.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BARBOSA, Attila Magno e Silva. **O empreendedor de si mesmo e a flexibilização no mundo do trabalho**. Rev. Sociol. Polit. [online]. 2011, vol.19, n.38, pp. 121-140.
- BENDASSOLLI, P. F. Público, privado e o indivíduo no novo capitalismo. **Tempo Social**; Rev. Sociol. USP, S. Paulo, 12(2): 203-236, novembro de 2000.
- COLBARI, A. A educação corporativa e as dimensões culturais das organizações O mundo empresarial e a questão social. **V Workshop empresa, empresários e sociedade**. Porto Alegre, 2 a 5 de maio de 2006 – PUCRS.
- DANTAS, Edmundo Brandão. **Empreendedorismo e Intra-Empreendedorismo**. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt).
- DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008. xii, 166 p.
- EHRENBERG, A. **Culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Aparecida, SP. Ideias e Letras, 2010.
- MELO, Natália Maximo e. **Sebrae e Empreendedorismo: origem e desenvolvimento**. 32º Encontro Anual da Anpocs. Caxambu/MG- 2008.
- PAES DE PAULA, A. P. Administração pública gerencial e construção democrática no Brasil: uma abordagem crítica. In: XXV Encontro Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração. Campinas e Rio de Janeiro, **Anais do ENANPAD**, 2001.
- SÁ-SILVA, Jackson R., ALMEIDA, Cristóvão D., GUINDANI, Joel Felipe. **Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas**. Revista brasileira de História & Ciências Sociais, São Leopoldo, ano I, n. 1, jul. 2009.
- Site SEBRAE: <http://www.sebrae.com.br/>