



## **Novas Utopias do Capital: gestão do conhecimento, inovação e trabalho<sup>1</sup>**

William Dias Braga<sup>2</sup>

Escola de Comunicação da UFRJ

**RESUMO:** O autor analisa as estratégias do capital para a apropriação produtiva do conhecimento científico e tecnológico na mídia eletrônica, diante dos imperativos para a constituição de uma nova identidade operária, sob as relações entre empreendedorismo e inovação. O acirramento da divisão social e técnica do trabalho e a subsunção do indivíduo ao privado e ao mercantil, a presunção de que o esforço empreendedor leva à mobilidade e à emancipação social, têm restringido as necessidades sociais aos interesses das classes e frações dominantes, afastando a possibilidade de engendramento de uma hegemonia emancipadora. A superação das adversidades vivenciadas pelo trabalhador pressupõe um investimento ativo para buscar a formação requerida pelo mercado, para dele participar como um vencedor nos processos competitivos, cujo êxito só depende de empenho pessoal e de capacidades cognitivas e emocionais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Economia Política; Gestão do Conhecimento; Inovação; Trabalho; Empreendedorismo

---

### **1. NOVA ERA DE INOVAÇÃO EMPREENDEDORA**

A passagem do século XX para o XXI encorajou a avaliação crítica dos acontecimentos abrigados pelos últimos cem anos. A compreensão escorreita dos usos sociais, políticos e econômicos da difusão do incremento tecnológico e da racionalidade técnica – sob as novas demandas e significados da reestruturação produtiva e sua proclamação como sendo universais e inquestionáveis – possibilita conhecer um novo ângulo da luta pela hegemonia de grupos sociais representantes dos interesses econômicos estabelecidos, que pretendem canonizar e secularizar os valores morais que abençoam, sempre incorporando aos seus propósitos os justos anseios de uma maioria pela mudança e emancipação, ainda mais em momentos de crise, quando são convolados esforços para a reprodução e interiorização das mais-valias, tão caras à manutenção do capitalismo.

No caso particular, destacam-se as transformações nos processos de produção, os avanços tecnológicos, as conquistas científicas, e as profundas mutações no interior do mundo do trabalho, que à revelia da materialidade empírica e da comprovação factual – em tempos de

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor-Adjunto da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ. E-mail: db.william@gmail.com



cólera e de crise, em que as corporações se amiúdam e se amesquinham, na benfeiteira e constante reprodução das condições de alienação e subsunção do trabalhador ao capital, e de acirramento da divisão social e técnica do trabalho –, acolhem o código fraternal dos acumuladores de capital no mundo, pretensamente legitimado por uma “igualdade de oportunidades” nas relações entre Empreendedorismo, Ciência e Inovação, código esse que toma a boca de cena do teatro de operações discursivas e sociais para a retroalimentação de um capitalismo turbinado tardio que agora se apresenta sob as vestes da inclusão e da solidariedade.

O cenário é complexo e desolador: fuga de capitais, minimização dos lucros, suspensão de investimentos no setor produtivo, férias coletivas, demissões, desaquecimento da demanda, promoções e liquidações de toda ordem no comércio, acordos com sindicatos para suspender demissões em troca de redução de salário e de jornada de trabalho, redução dos níveis de emprego e renda em todo o mundo, riscos de recessão generalizada e deflação. Estas são as expressões mais visíveis da face nada humana de uma economia vulnerável aos humores do mercado e à hegemonia do capital financeiro, cujos signatários buscam deslançar ações emergenciais para evitar o agravamento da primeira crise verdadeiramente global e, não obstante, para o conseqüente redesenho da estrutura de poder mundial.

O tombo nos investimentos, os empreendimentos parados e os investimentos adiados ou cancelados – para além do aumento da inadimplência –, contrastam com o clima de fantasiosa euforia dos defensores da idéia do empreendedorismo como solução final. Em detrimento do quadro recessivo, que faz com que as corporações em todo o mundo suspendam os investimentos previstos antes da deflagração da crise e seu aprofundamento, continuamos a ouvir a ladainha sobre empreendedorismo e inovação, em especial no Brasil, com o apoio de amplos setores da mídia, da CNI – Confederação Nacional da Indústria; do Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; da Fiesp – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo; da Firjan – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro; do IBPQ – Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade; e de organizações não governamentais e entidades do Terceiro Setor que se dedicam à difusão da cultura do empreendedorismo, que virou coqueluche no mundo todo.

Assim, as relações entre inovação e empreendedorismo são assumidas, por imitação, como um fim em si mesmas, e o Estado não se exime da responsabilidade e do compromisso de incrementar esse processo. Organizado comercialmente, privilegia o capitalismo industrial, a propriedade privada, a divisão do trabalho e a livre concorrência, através de políticas



públicas de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (P,D&I) para a regulação social e a acumulação de riqueza, com a manipulação cognitiva do conceito de inovação técnica e das políticas necessárias à sua consecução, processos considerados vitais para a produtividade e a competitividade, com o conseqüente reforço *a priori* do valor ciência, da teoria do capital humano e da necessidade de obtenção de vantagem competitiva pela inovação.

Com o argumento de que Ciência, Tecnologia e Inovação (C,T&I) são considerados, no cenário mundial contemporâneo, instrumentos fundamentais para o desenvolvimento, o crescimento econômico, a geração de emprego e renda e a democratização de oportunidades, e que C,T&I são hoje elementos estratégicos fundamentais para as empresas superarem a complexidade e a incerteza decorrentes da crescente globalização da economia, os setores que se dedicam à difusão da cultura do empreendedorismo esperam enfatizar a racionalidade da atividade científica, mascarando a irracionalidade da acumulação incessante, e desta forma convencer a todo custo acerca da necessidade de constituição de um cenário econômico marcado pelo êxito empresarial de novos atores, que assumam para si a responsabilidade e a capacidade de empreender e inovar, revigorando o processo produtivo e atendendo simultaneamente a demandas por eficiência, preço, qualidade, flexibilidade e diferenciação.

Essa capacidade empreendedora, aliada à inovação e à tecnologia, seria a base sólida para o desenvolvimento e o crescimento econômico, bem como para o aumento da competitividade empresarial. Em face de um contexto marcado por mudanças rápidas e descontínuas, seria a forma segura, confiável e mais adequada de enfrentar a crise aberta pela transição da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento, em que sobrevivem não os mais fortes, mas os mais rápidos e criativos.

## **2. EMPREENDEDORISMO E MANIPULAÇÃO COGNITIVA**

Em todo o mundo, a partir da década de 1980, o conceito de empreendedorismo passa a ser difundido em larga escala, diante da retração no nível de emprego e do aumento dos níveis de pobreza, como alternativa de organização social da produção, como alternativa ao *Welfare State*, esvaziado nas últimas décadas pelo neoliberalismo, para o desenvolvimento de “novas formas de inclusão social”, para a aceitação do conceito de “flexibilização” (das relações de trabalho e das leis), e para a difusão de novos conceitos de empregabilidade (trabalhador autônomo, cooperado, terceirizado, precarizado).



Como resultantes, nos anos 1990, duas expressões tinham se tornado mágicas no que se refere ao trabalho: “capacidade de empregabilidade” e “espírito empreendedor”. As pessoas estavam convencidas de que, se estavam sem emprego, era porque não tinham estudado o suficiente, não tinham as qualificações necessárias. Na virada do século, os argumentos utilizados são tautológicos, baseados na repetição exaustiva de que empreendedorismo é bom e basta, relegando-se a segundo plano o fato de que investe-se no trabalho, e não no trabalhador, e que é preciso capacitar as habilidades dos trabalhadores, em vez da habilidade do trabalho.

A equação é simples e do primeiro grau: **[Empreendedorismo + Inovação] = Prosperidade**

Deixando de lado os processos históricos, sociais e econômicos que constituíram o quadro de degradação do trabalho e do trabalhador, o setor produtivo argumenta que, com as mudanças no mercado, é preciso mudar os *processos e objetivos educacionais*. As mudanças têm por objetivo priorizar o aprendizado contínuo, promover a criatividade e a multidisciplinaridade, investir no desenvolvimento de atitudes, habilidades e capacidades.

Esses argumentos estão colonizando não só o espaço midiático; muitos de nossos pares asseveram que estamos “produzindo” um “indivíduo” para um mercado que já está ultrapassado, e que o atual mercado de trabalho pertence ao profissional empreendedor. Há décadas o empresariado industrial preocupa-se com a formação da força de trabalho, e nos últimos 15 anos tem participado intensamente da elaboração e difusão de um projeto hegemônico-pedagógico para a sociedade brasileira.<sup>3</sup>

O Empreendedorismo, assim, num estalo, em nome da democracia mercantil e das novas demandas do padrão de acumulação flexível, é elevado a tema importantíssimo para o empresário e para as empresas. Em primeiro lugar, a formação de novos profissionais tem sido considerada de suma importância para o seu sucesso, principalmente se as escolas conceberem o seu projeto pedagógico com base em novos paradigmas educacionais e no desenvolvimento das novas competências para o trabalho, considerando todas as peculiaridades e incertezas atuais da sociedade. O empreendedorismo se estabelece como um fenômeno cultural, fortemente relacionado e embasado no processo educacional, capaz, portanto, de impulsionar a criação de pequenas e médias empresas inovadoras, e de integrar de modo eficiente a “mão invisível” do mercado.

---

<sup>3</sup> Esse *télos* pedagógico tem o apoio da CNI – Confederação Nacional da Indústria, do Senai – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial, do Ministério da Educação, do Ministério de Ciência e Tecnologia e de amplos setores de mídia, em especial das Organizações Globo, que promovem ações integradas para o empreendedorismo.



O direito ao trabalho e ao emprego cede lugar à “empregabilidade”, à capacidade de estar apto a se integrar e a se incluir pelos próprios méritos em um mercado de trabalho cada vez mais precário, agora com fortes vernizes de empreendedor e empresário. Do trabalhador são cobrados, ainda, iniciativa para criar e inovar; paixão pelo que faz; utilização dos recursos disponíveis de forma criativa, para transformar o ambiente social e econômico onde vive (liderança e dinamismo); aceitar assumir riscos e a possibilidade de fracassar (otimismo e perseverança).

Os verdadeiros empreendedores – ensinam especialistas e líderes empresariais –, são visionários, sabem tomar decisões, sabem identificar e explorar ao máximo as oportunidades; são organizados, determinados e dinâmicos; são dedicados, otimistas e apaixonados pelo que fazem; são independentes e constroem seu próprio destino; são líderes e formadores de equipes; são bem relacionados, são organizados, possuem conhecimento, assumem riscos calculados e criam valor para a sociedade. Os empreendedores são comprometidos com o desenvolvimento local, e estão abertos à diversidade, a novas idéias, ao risco e à inovação.

As iniciativas para a difusão em larga escala desse ideário são importantes para a valorização da capacidade empreendedora dos brasileiros e para a solução dos problemas apontados já em 2001 pelo relatório *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) – Monitor Global do Empreendedorismo, organizado pela *Babson College*, Wellesley, Massachusetts – EUA, e *London Business School*, Inglaterra, um dos maiores estudos no mundo sobre a atividade empreendedora, cobrindo mais de 50 países consorciados, que representam 95% do PIB e dois terços da população mundial.

No Brasil, o GEM vem se consolidando desde 2000 como uma importante referência nacional para as iniciativas relacionadas ao tema. Com apoio do MCT, o projeto nacional é liderado pelo IBQP, em parceria com o Sebrae, a Federação das Indústrias do Estado do Paraná, Pontifícia Universidade Católica do Paraná e Centro Universitário Positivo. De acordo com o GEM de 2001 (Apud BRITTO; WEVER, 2003, pp. 20-21), o Brasil possui um nível relativamente alto de atividade empreendedora (5<sup>o</sup>. lugar no mundo), sendo que em cada 100 adultos, 14,2 são empreendedores, no entanto, 41% deles estão envolvidos por necessidade e não por oportunidade; as mulheres brasileiras são bastante empreendedoras – a produção é de 38%, a maior entre os 29 países participantes do levantamento; a intervenção governamental tem diminuído, mas ainda se manifesta como um fardo burocrático; a



disponibilidade de capital no Brasil se ampliou, mas muitos empreendedores brasileiros ainda percebem o capital como algo difícil e custoso de se obter; a falta de tradição e o difícil acesso aos investimentos continuam a ser os principais impedimentos à atividade empreendedora, pois o brasileiro não tem o hábito de fazer planos a longo prazo, devido à conjuntura econômica do país; o tamanho do país e suas diversidades regionais exigem programas descentralizados, e as diferenças regionais de cultura e infraestrutura também exigem uma abordagem localizada do capital de investimento e dos programas de treinamento; infraestrutura precária e pouca disponibilidade de mão-de-obra qualificada têm impedido a proliferação de programas de incubação de novos negócios fora dos centros urbanos; o ambiente político e econômico tem aumentado o nível de risco e incerteza sobre a estabilidade e o crescimento; existe uma necessidade de aprimoramento no sistema educacional como um todo, o que estimulará a cultura empreendedora entre os jovens adultos; não há proteção legal dos direitos de propriedade intelectual, altos custos para registros de patentes no país e fora dele e poucos mecanismos de transferência tecnológica, e as universidades ainda estão isoladas da comunidade de empreendedores.

De 2001 para cá, pouca coisa mudou, e grande parte dos problemas apontados há oito anos ainda são verdadeiros nos dias atuais, alguns deles até mais intensificados, em face da crise financeira. Há um preocupante paradoxo entre as duas motivações que levam à abertura de um novo negócio no Brasil: a oportunidade, quando os indivíduos realmente identificam um novo nicho de mercado, e a necessidade, relacionada à falta de opções de trabalho, à pobreza e à sobrevivência dos indivíduos. Para efeitos de tabulação dos dados da pesquisa, um trabalhador ambulante também é considerado um empreendedor. “Ele compra sua mercadoria em outra empresa e a revende. Trata-se de uma atividade empresarial, precária, sem dúvida. Sua relação de parentesco é a de um primo pobre de outros empreendedores mais bem-sucedidos”, afirmou Marcelo Néri, chefe do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV), que participou da elaboração dos dados da pesquisa.

Na luta discursiva para a instauração da cultura empreendedora, há manipulação da palavra (Breton, 1999) de toda ordem. Manipulam-se os afetos, com apelo aos sentimentos, por recurso ao medo:

- a) peculiaridades e incertezas atuais da sociedade – suspensão de investimentos no setor produtivo, redução dos níveis de emprego e renda em todo o mundo,



riscos de recessão generalizada (utilização do efeito fusional; o recurso à autoridade aniquila a capacidade de reflexão e de crítica);

- b) sem capacitação e qualificação, o destino do trabalhador é a exclusão do mercado de trabalho (utilização do “amálgama afetivo”, ao tornar aceitável uma opinião, sem questionamento de seu conteúdo, e sem relação imediata com essa opinião).

Manipulam-se os afetos, em busca de efeito difusional, pela repetição da mensagem:

- a) empreendedorismo, capacidade de empreender, inovação: a repetição cria, de forma artificial, um sentimento de evidência inquestionável. O que é estranho e sem fundamento, porque sem argumentos convincentes e claros, acaba por parecer aceitável – passa, pois, a ser normal – e depois vira norma. A repetição funciona com base no esquecimento de que nunca se explicou aquilo que se repete.

A manipulação cognitiva é realizada com enquadramento manipulatório, distorcendo fatos e reorganizando-os de modo a conseguir a adesão e o consentimento da audiência, com recurso a pelo menos três tipos de enquadramento:

- a) enquadramento mentiroso: os discursos sociais em circulação dão sentido contrário ao que é verdadeiro e cristalino – empreendedorismo não é para todos; empreender é uma atividade de risco; é necessário muito estudo e preparo para criar uma nova empresa de sucesso, que sobreviva aos três primeiros anos;

- b) enquadramento abusivo: estratégia consciente de manipulação que consiste em ordenar os fatos sob falsas premissas – o empreendedorismo é para pessoas simples, mas lutadoras, como você, que pensam em abrir o seu próprio negócio;

- c) enquadramento restritivo: consiste em obter do público assentimento a uma opinião, ou a adoção de um comportamento, que não apresenta nenhum problema de aceitação (por exemplo, a de que é preciso estudar e se preparar para o mercado de trabalho). Mas a aceitação dessa opinião servirá de ponto de apoio eficaz para fazer aceitar uma segunda opinião, aquela que de fato importa ao manipulador (com um mercado de trabalho cada vez mais restritivo, é preciso buscar alternativas ao emprego, e você pode ser dono do seu próprio negócio, um verdadeiro empreendedor, que faz a diferença!).

Os responsáveis pela difusão midiática do empreendedorismo e da inovação utilizam, também, a técnica do amálgama cognitivo, com o estabelecimento de vínculo de causalidade não-fundamentado entre uma opinião, já aceita pelo público, e um elemento exterior, sem relação imediata com essa opinião.





### 3. SEMANA GLOBAL DO EMPREENDEDORISMO

Sob a luz intensa dos holofotes, às vésperas do recrudescimento da crise, entre 17 e 23 de novembro de 2008, foi realizada em todo o mundo a “Semana Global do Empreendedorismo”, com 78 países participantes, nos cinco continentes<sup>4</sup>. O prenúncio do aprofundamento da crise já havia sido propalado, mas a ação global dessa estratégia do (e pelo) empreendedorismo já estava em curso, e não mais poderia ser interceptada.

À parte toda e qualquer coincidência, o Parlamento Europeu e o Conselho da União Européia<sup>5</sup> apresentaram, em março do ano passado, proposta aprovada no final de 2008 para estabelecer o ano de 2009 como o “Ano Europeu da Criatividade e Inovação”, com o objetivo geral de apoiar os esforços dos Estados-Membros para promover a criatividade por meio do aprendizado permanente, como motor da inovação e como fator-chave do desenvolvimento de competências pessoais, laborais, empresariais e sociais de todos os indivíduos da sociedade, assim como de seu bem-estar social.<sup>6</sup>

No Brasil, sob a carga simbólica do selo<sup>7</sup> “Faça e Aconteça” (tomado de empréstimo da campanha pelo empreendedorismo do Sebrae), o Jornal Nacional, exibido pela Rede Globo de Televisão, o jornal O Globo e o Portal G1 não mediram – e como a campanha é contínua e permanente não vêm medindo – esforços para difundir a idéia das relações entre empreendedorismo e inovação para o desenvolvimento do país e a competitividade em nível internacional.

Para ficarmos adstritos ao período de realização da Semana Global do Empreendedorismo, realizada anualmente<sup>8</sup>, apresentamos um breve resumo analítico da Série “Faça e Aconteça”, exibida pelo Jornal Nacional, que bem demonstra os esforços de manipulação cognitiva para a aceitação do ideário empresarial e para o consentimento operário aos ditames das relações assimétricas entre Capital e Trabalho.

---

<sup>4</sup> **África:** África do Sul, Botswana, Burkina Faso, Camarões, Egito, Gana, Madagascar, Mali, Marrocos, Moçambique, Nigéria, Quênia, Ruanda, Uganda, Zâmbia. **Américas:** Argentina, Bahamas, Barbados, Bermudas, Bolívia, Brasil, Canadá, Chile, Colômbia, Estados Unidos, Honduras, México, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai, Venezuela. **Ásia:** Arábia Saudita, Bahrein, China, Emirados Árabes Unidos, Filipinas, Índia, Indonésia, Japão, Líbano, Malásia, Nepal, Paquistão, Quirguistão, Singapura, Sri Lanka, Vietnam. **Europa:** Alemanha, Bélgica, Bulgária, Croácia, Dinamarca, Eslováquia, Espanha, Finlândia, França, Grécia, Holanda, Hungria, Irlanda, Itália, Letônia, Lituânia, Macedônia, Malta, Noruega, Polónia, Portugal, Reino Unido, República Tcheca, Romênia, Rússia, Sérvia, Suécia, Turquia. **Oceania:** Austrália, Nova Zelândia.

<sup>5</sup> O Parlamento Europeu é uma das três principais instituições da União Européia, ao lado do Conselho da União Européia, que representa os governos dos 27 países-membros e é a principal instância de tomada de decisão, e da Comissão Européia, braço executivo, responsável pela aplicação das políticas.

<sup>6</sup> A decisão nº. 1350/2008/CE foi publicada no Diário Oficial da União Européia em 24/12/2008.

<sup>7</sup> Selo é a ilustração que se usa para identificar um assunto ou uma notícia, produzida pela editoria de arte.

<sup>8</sup> A próxima Semana Global do Empreendedorismo será realizada de 16 a 22 de novembro de 2009.





As retrancas<sup>9</sup> da série:

*Empreender é realizar*

*Planejamento é fundamental para empreendedor*

*Burocracia dificulta a vida de empreendedores*

*Empreendedorismo também se aprende na escola*

Na primeira reportagem da série, o JN afirma categórico logo na sua abertura: “Empreender é realizar”. O apresentador, com a voz grave, conclama a audiência:

O Jornal Nacional desta segunda vai começar de um jeito diferente. O assunto de abertura é importante, como sempre, mas não um acontecimento marcante do dia. É que esta é a Semana Nacional do Empreendedorismo. A semana dedicada a pessoas que realizam, que fazem as coisas acontecerem, que não se acomodam nem se intimidam com as dificuldades. Pessoas que transformam idéias em negócios e transformam a própria vida, e as vidas de outras pessoas.

Alheio ao calor dos acontecimentos, o repórter apresenta a história de “jovens que são empreendedoras típicas”, que “montaram um negócio inovador que deu certo”. Além da idéia de que “empreender é realizar”, a certeza de que “inovação dá certo”, que criatividade é importante, que juventude, determinação e garra são fundamentais para vencer as dificuldades e a crise.

Um gancho comum para as reportagens daquela semana: a apresentação de mulheres empreendedoras. Coincidências à parte, o fato é que o nível de empreendedorismo entre as mulheres ultrapassou o dos homens: em 2007 as brasileiras representavam 52% dos empreendedores adultos, entre 18 e 64 anos, contra 29% em 2001. De acordo com os pesquisadores que apresentaram o estudo do GEM em São Paulo<sup>10</sup>, esses dados confirmam a tendência apresentada pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad 2006) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) que indica que as mulheres buscam novos negócios para complementar a renda familiar e por estarem cada vez mais assumindo, nos últimos anos, o sustento do lar como chefe de família.

A reportagem dá voz a um especialista em inovação empresarial: “Empreendedores são pessoas que têm frio na barriga, que precisa fazer coisa diferente, deixar uma marca por menor que seja. E não tem nada a ver com dinheiro, com tamanho de empresa, poder, e sim com realização. É gente que busca realização”. Jorge

---

<sup>9</sup> Retranca é a identificação clara e precisa da matéria em todos os momentos de elaboração do telejornal, desde a saída para a reportagem, a edição, no espelho e quando ela vai ao ar; não significa o título da matéria.

<sup>10</sup> Pesquisa anual realizada pelo GEM – Global Entrepreneurship Monitor.



Gerdau, apresentado como “um dos mais bem sucedidos empresários brasileiros”, afirma que o empreendedor por natureza é um ser curioso. “Quando ele anda na rua, com seu carro, ele está sempre procurando oportunidades. É quase um comportamento de um animal de caça. Ele anda e está procurando oportunidades”. O repórter continua: “É esse faro que ajudou o Brasil a ter cinco milhões de pequenos negócios, responsáveis por 20% de todos os bens e serviços produzidos no país. Pequenos empreendimentos hoje, grandes empresas amanhã”.

O mundo da economia estava no olho do furacão, e as principais reportagens daquele mesmo dia estavam presentes na escalada<sup>11</sup> do telejornal: “Aumenta o número de pedidos de falência nos EUA”, “Japão anuncia que está em recessão”, “Sobram milhares de vagas no mercado de trabalho”. Essa última matéria, em particular, enfatizava a necessidade de capacitação dos trabalhadores: “De mais de um 1,9 milhão vagas oferecidas de outubro do ano passado a setembro deste ano, cerca de 1,2 milhão não foram preenchidas. O desafio para os trabalhadores é ter capacitação”.

Na segunda reportagem da série, o JN afirma que “Planejamento é fundamental para o empreendedor”. Um empreendedor aconselha: “Você precisa ter pessoas competentes ao lado, estudar o mercado, fazer um plano de negócio e ter persistência para enfrentar momentos de felicidade e de maior turbulência”.

Na escalada do JN daquele dia, as manchetes: “Inaugurado serviço que ajuda devedores”, “Americanos estão usando menos cartão de crédito”, “Mercado financeiro: Bovespa cai e dólar sobe”.

Na terceira reportagem, o JN entra mais uma vez na briga contra a burocracia, em defesa dos empresários, e assevera: “Burocracia dificulta a vida de empreendedores”. O apresentador, em estúdio: “Na terceira reportagem da série que o Jornal Nacional apresenta nesta semana, o repórter Tonico Ferreira mostra as dificuldades no caminho de um empreendedor brasileiro”.

Em ritmo de Brasil Grande, o repórter anuncia: “A empresária Andréa Mesquita foi à feira de empreendedores de Caruaru, Pernambuco, em busca de idéias para um novo negócio. Todas as sugestões são bem-vindas. Só um negócio ela não quer de jeito nenhum”.

---

<sup>11</sup> Escalada é o conjunto de manchetes no início de um telejornal, mostrando o que de melhor será apresentado.



- “Não quero voltar à padaria nunca mais. Perdi tudo”, lembra Andréa.
- “Temos máquina para churrasquinho, de churros, de sorvete industrializado, de caldo de cana”, conta o vendedor José Alberto Guilherme.

No mundo da precarização do trabalho, a reportagem prossegue, afirmando que ao montar uma empresa, o brasileiro enfrenta uma dificuldade: a burocracia. No Brasil, 27% das empresas fecham no primeiro ano de funcionamento, uma média de um fracasso entre quatro novos negócios. E o índice já foi pior: 35% há nove anos atrás.

Para o Sebrae, o empreendedor não deve se amedrontar frente à possibilidade de um eventual fracasso. “Ele tem que ter sempre a coragem, a responsabilidade de enxergar, conhecer, receber informações e nunca desistir. Perseverança, isso é o que recomendamos como característica muito fiel daqueles que queiram ter sucesso”, ensina um diretor.

Na escalada do JN daquele dia, duas em especial contrastam com a matéria sobre o estímulo ao espírito empreendedor: “Montadoras americanas querem a ajuda do governo”, e “Empresários aprovam reforma tributária”. Nesta última, o apoio e as loas de todas as entidades empresariais à proposta, que “estabelece bases modernas de tributação, tornando o país competitivo”, e “estimula a geração de empregos”. Coincidências a parte, uma conexão perfeita entre a crítica a burocracia para o êxito de qualquer empreendedor, e a aprovação da reforma tributária, parte integrante do “fardo burocrático” criticado pelo telejornal e pelo empresariado brasileiro.

Na quarta e última reportagem da série, o JN apresenta, sob o título – “Empreendedorismo também se aprende na escola” –, a experiência de uma escola que oferece aulas de empreendedorismo nos currículos dos ensinos fundamental e médio.

A matéria relata o caso do empresário que começou aos 18 anos, sem estudo e sem ajuda de ninguém, e comanda uma rede de pastelarias, um negócio altamente lucrativo. Hoje, aos 54 anos, tem 100 funcionários e vende cinco mil pastéis por dia. Jorge não leu livros de administração. Compensou com força de vontade. – “As coisas estão todas ao nosso alcance. É só querer. E querer é poder”.

A reportagem continua, e o repórter afirma que muitos empresários montaram seus negócios na base da intuição, errando aqui, acertando ali, até encontrar o caminho certo, mas que é possível aprender a ser empresário na escola. “É o que alguns jovens estão fazendo num colégio. As aulas de empreendedorismo fazem parte do currículo



normal do curso fundamental ao médio. Muitos alunos já estão de olho num negócio futuro”, diz o repórter.

No quarto dia da série especial, as manchetes do JN eram “Efeitos da crise financeira chegam ao campo”, “Agricultores pedem ajuda ao governo para combater efeitos da crise”, e “Bolsas caem nos Estados Unidos, Ásia e Europa”.

A cobertura jornalística do jornal O Globo também enfatiza as discussões acerca das barreiras ao empreendedorismo, em especial os altos encargos trabalhistas e previdenciários – que no início de 2009 seriam parte integrante das negociações entre trabalhadores e empresários para a manutenção do emprego em troca de alívio fiscal –, a insegurança jurídica, o protecionismo, a competitividade. Na abertura da Semana Global, especialistas criticam as legislações tributária e trabalhista, e diante do cenário de crise internacional, propõem a flexibilização das leis para o estímulo ao empreendedorismo.

A tônica das reportagens é o exemplo de atitudes empreendedoras, de jovens que abriram seu próprio negócio e obtiveram sucesso (com iniciativa, conhecimento, talento, planejamento e perseverança), além da divulgação do programa da Finep para projetos inovadores e a difusão do conceito de empreendedorismo social.

Na cobertura jornalística da Semana Global do Empreendedorismo, em sua edição brasileira, a relação capacitação-empendedorismo-ciência-inovação pressupõe e/ou desvela:

a) o acirramento da divisão social e técnica do trabalho e a subsunção do indivíduo ao privado e ao mercantil, com a presunção de que a naturalização da economia e do esforço empreendedor levam à mobilidade social e à emancipação social;

b) a nova face da intensificação da produtividade do trabalho e a constituição de um novo contrato social, somados à tentativa de constituição de uma nova (e precária) identidade da classe operária;

c) a reificação das atividades sociais e das representações do progresso no mundo moderno, conjugando criatividade-progresso com o desenvolvimento tecnocientífico;

d) a reprodução das condições de alienação e um novo processo de constituição das desigualdades necessárias ao desenvolvimento capitalista;

e) uma política de acumulação incessante de capital e luta pelo lucro e pelo resultado (crença no capitalismo como solução para os problemas humanos).



Com a consciência crítica do espaço doméstico, quem já não se viu assentindo, mesmo que tenuamente, num breve lapso de tempo, com as afirmações acerca do mundo do trabalho, do empreendedorismo, da inovação e da produtividade da Ciência e Tecnologia (C&T), sob os véus de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação (P,D&I).

Diuturnamente, somos assolados pelo ideário da inovação, e de seus corolários preditos pela articulação entre corporações, mídias, governos e o mundo da publicidade e propaganda, que de mãos dadas com o campo jornalístico assumiram o propósito de levar a todos os lares, mentes e corações o ideário do empreendedorismo, da livre concorrência, da competência, da eficiência, da iniciativa cidadã.

Se a vida do trabalhador (agora travestido de empreendedor) não dará ou não deu certo, é porque lhe faltaram iniciativa, dedicação, perseverança, qualificação, capacitação e coragem. Se o mundo do trabalho é precário, isso se deve pela acomodação e falta de visão do cidadão-trabalhador, que não enxergou as oportunidades quando elas se apresentaram, seja para abrir o seu próprio negócio, já seja para expandir o mercado para a oferta mais ampliada de seus produtos e serviços.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

No cenário atual, de luta por uma hegemonia consolidada e de ofensiva capitalista sobre o trabalho, os setores empresariais e de mídias não estão poupando esforços para a validação permanente da economia política do capital sobre o estatuto de democratização da vida social, solapando a economia política do trabalho e diminuindo o fôlego histórico do projeto de cidadania, com um novo projeto identificatório para o trabalhador brasileiro.

Através dos aparelhos privados de hegemonia – em especial as TVs – esse conjunto de proposições da racionalidade pragmática e instrumental da acumulação de capital, em escala mundial, se apresenta como modelo único de entendimento da vida contemporânea, com o qual é necessário identificar-se para assegurar – segundo a concepção de seus formuladores – a inserção com êxito, individual e/ou coletiva, nesse novo momento histórico.

Ao difundir seu projeto pela mídia eletrônica (no caso, a TV), o sistema metabólico do capital antecipa, para o trabalhador, a articulação e a hipervalorização das aspirações mais íntimas, como um pano de fundo para o colapso das utopias e das esperanças trazidas para a vida social moderna.



A naturalização da economia capitalista – nesse novo estágio tecnológico e gerencial da produção – afasta a possibilidade de engendramento de uma hegemonia emancipadora, e se a realidade ainda parece adversa, isso decorre do fato de que as condições para viabilizar o futuro anunciado ainda não foram atingidas. Destaque para o discurso que desloca para as questões educacionais a superação das adversidades vivenciadas, atualmente, pela classe trabalhadora, que ainda carece de solução efetiva e pressupõe um investimento ativo de cada um no sentido de buscar aquela formação requerida pelo mercado, para participar dele como empregado ou empreendedor, um indivíduo potencialmente vencedor nos processos competitivos, portador intrínseco do êxito, que só depende de seu empenho pessoal e de sua capacidade cognitiva e emocional.

Essa integração com êxito (e sem ressalvas) ao sistema constitui uma suposta e raramente alcançável premiação para os trabalhadores que aderirem, integralmente, à proposta de conciliação – para o definitivo apagamento da luta de classes e a constituição de uma nova morfologia das lutas sociais no mundo do trabalho, em que parece fazer sentido a assertiva de que a prosperidade (só) se alcança com empreendedorismo e inovação.

Ao tempo em que as possibilidades contra-hegemônicas parecem rarefeitas, diante do momento de crise econômica e irracionalidade global, ao concentrar a riqueza produzida e ampliar o contingente de pessoas na condição de pobreza, de privação de emprego, privação de consumo, privação de bem-estar, privação de direitos, privação de liberdade e de esperança, parece fazer sentido – para aliviar os efeitos da profunda ruptura que vem se processando com a modificação da natureza do trabalho contemporâneo – a apresentação pela Organização Internacional do Trabalho (OIT), na sua 98<sup>a</sup>. Conferência Internacional do Trabalho (CIT), realizada em Genebra entre 3 e 19 de junho de 2009, de um pacto mundial pelo emprego, com sugestões a serem adotadas a partir de negociações entre Estados, empresas e sindicatos, para que se alcancem novos sentidos e valores mais positivos para o trabalho (precário) no capitalismo moderno.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ANTUNES, Ricardo. *O Caracol e sua Concha*; ensaios sobre a nova morfologia do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2005.
- ANTUNES, Ricardo. *Os Sentidos do Trabalho*; ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 3<sup>a</sup>. ed. São Paulo: Boitempo, 2000.
- ANTUNES, Ricardo (org.). *Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil*. São Paulo: Boitempo, 2006.



- BRAGA, William Dias. “*Meditaciones sobre las Paradojas del Capitalismo Moderno*”. In: Escribanía – Revista semestral publicada por el Centro de Investigaciones de la Comunicación de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales – Colombia. Nº. 17, Julio-Diciembre de 2006. p. 36-50.
- BRAGA, William Dias. *Rumo a economia política da incerteza*; mudança social discursiva sobre o valor trabalho nas sociedades contemporâneas. Trabalho apresentado no GT Economia Política e Políticas de Comunicação. XVI Reunião Anual da Compós. Curitiba-PR, Universidade Tuiuti do Paraná, junho de 2007.
- BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. *Empreendedores brasileiros: vivendo e aprendendo com grandes nomes*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- BRETON, Philippe. *A Manipulação da Palavra*. São Paulo: Loyola, 1999.
- CASTILHOS, Clarisse Chiappini. “Inovação”. In: CATTANI, Antonio David (org.). *Trabalho e Tecnologia*; dicionário crítico. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000 (3ª. edição), p. 132-135.
- CGEE – Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. *Apoio Direto à Inovação*. Programação FVA 2002-2003. Secretaria Técnica do Fundo Verde-Amarelo. Programa de Estímulo à Interação Universidade-Empresa para Apoio à Inovação. Ministério de Ciência e Tecnologia. Disponível em: [http://www.finep.gov.br/fundos\\_setoriais/verde\\_amarelo/documentos/ct-fva01apoio\\_inovacao.pdf](http://www.finep.gov.br/fundos_setoriais/verde_amarelo/documentos/ct-fva01apoio_inovacao.pdf)
- CGEE – Centro de Gestão e Estudos Estratégicos. *Apoio Integrado ao Empreendedorismo*. Programação FVA 2002-2003. Secretaria Técnica do Fundo Verde-Amarelo. Programa de Estímulo à Interação Universidade-Empresa para Apoio à Inovação. Ministério de Ciência e Tecnologia. Disponível em: [http://www.finep.gov.br/fundos\\_setoriais/verde\\_amarelo/documentos/ct-fva02apoio\\_empreend.pdf](http://www.finep.gov.br/fundos_setoriais/verde_amarelo/documentos/ct-fva02apoio_empreend.pdf)
- DORNELAS, José Carlos Assis. *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Campus-Elsevier, 2001.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. Disponível em <http://www.gemconsortium.org>
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP WEEK. Disponível em <http://www.unleashingideas.org>
- HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P.; SHEPHER, Dean A. *Empreendedorismo*. 7ª. Ed. São Paulo: Bookman, 2008.
- MARX, Karl. *Para a Crítica da Economia Política – Do Capital – O Rendimento e suas Fontes*. São Paulo: Nova Cultural, 1999 (Col. Os Pensadores).
- MÉSZÁROS, István. *A Educação para Além do Capital*. São Paulo: Boitempo, 2005.
- MÉSZÁROS, István. *O Poder da Ideologia*. São Paulo: Boitempo, 2004.
- MINISTÉRIO DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA. *Ciência, Tecnologia e Inovação para o Desenvolvimento Nacional – Plano de Ação 2007-2010*. Disponível em [http://www.mct.gov.br/upd\\_blob/0021/21439.pdf](http://www.mct.gov.br/upd_blob/0021/21439.pdf)
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO – OIT. *Pacto Mundial pelo Emprego*. 98ª. Conferência Internacional do Trabalho (CIT), realizada em Genebra entre 3 e 19 de junho de 2009. Disponível em <http://www.oitbrasil.org.br> e <http://www.ilo.org>
- REDE GLOBO DE TELEVISÃO. Série “Faça e Aconteça”, exibida pelo Jornal Nacional, durante a Semana Global do Empreendedorismo, de 17 a 20 de novembro de 2008.
- RODRIGUES, José dos Santos. *Os empresários e a educação superior*. Coleção Polêmicas do Nosso Tempo. Campinas, SP: Autores Associados, 2007.