

Recebido em: 12/01/2018.

Aprovado condicionalmente em: 16/06/2018.

Aprovação final: 08/08/2018.

## A “MISÉRIA” DA EDUCAÇÃO: ANÁLISE DE UM MANUAL DE “EMPREENDEDORISMO” DO SEBRAE PARA PROFESSORES DO ENSINO FUNDAMENTAL.

*THE “POVERTY” OF EDUCATION: THE ANALYSIS OF AN ENTREPRENEURSHIP MANUAL FROM SEBRAE MADE FOR ELEMENTARY SCHOOL TEACHERS.*

*LA “MISÈRE” DE L’ÉDUCATION: ANALYSE D’UN MANUEL “D’ENTREPRENEURIAT” DU SEBRAE POUR LES ENSEIGNANTS DE L’ÉCOLE ÉLÉMENTAIRE ET DU COLLÈGE.*

*LA “MISERIA” DE LA EDUCACIÓN: ANÁLISIS DE UN MANUAL DE EMPRENDEDORISMO DEL SEBRAE PARA PROFESORES DE ENSEÑANZA PRIMARIA.*

Vanessa Tavares Dias\*

**RESUMO:** O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) tem sido a principal agência no Brasil a difundir o chamado “empreendedorismo”. Nas capitais e, especialmente, no interior do país, uma das ações da agência tem sido estabelecer convênios com prefeituras municipais, com vistas a vender projetos voltados para a formação de sujeitos empreendedores. Entre os projetos está o programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos, que consiste em um curso de “empreendedorismo” voltado para crianças e jovens de escolas públicas e privadas. Este trabalho analisa o conteúdo discursivo do manual do professor, elaborado por essa agência, destinado a educadores do primeiro ano do ensino fundamental. Na análise, consideramos o Sebrae *aparelho privado de hegemonia*, conceito do pensador italiano Antonio Gramsci, e buscamos compreender o manual tendo como base a concepção de ideologia concebida pelo mesmo autor. Nossa análise identificou aspectos que evidenciam recursos narrativos que visam enaltecer e naturalizar o ato de abrir uma empresa. Esses recursos buscam, entre outras coisas, atrelar ao mundo dos negócios aspectos que lhe são alheios, além de ocultar fatores importantes para a compreensão da realidade concreta. Ao fim, constatamos que o curso estimula a valorização do valor de troca, desconsidera o valor-trabalho e reproduz do fenômeno da alienação.

---

\* Doutora em Sociologia; Professora adjunta da Universidade Federal de Alfenas (Unifal), Alfenas, MG, Brasil; E-mail: tjdvanessa@hotmail.com

**Palavras-chave.** Sebrae, ideologia, alienação, empreendedorismo, escola.

**ABSTRACT:** *The Brazilian Support Service to Micro and Small Businesses (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae) has been the main agency in Brazil to spread what we call “entrepreneurship”. Especially in the country and its capitals, one of the agency actions has been to establish alliances with city halls to sell projects to shape entrepreneur individuals. Among the projects there’s one called “Jovens Empreendedores Primeiros Passos” (First Steps for Young Entrepreneurs) which consists in an “entrepreneurship” course for children and youngsters from public and private schools. This work aims to analyze the discursive content of the teacher manual, made by this agency and designed for teachers of the first year of elementary schools. During the analysis, it has been considered by the concept of an Italian thinker, Antonio Gramsci, that Sebrae is the hegemonic private apparatus and we seek to comprehend the manual through the same ideology as the author. Our analysis has identified aspects which highlight narrative resources which aim to praise and naturalize the act of opening an enterprise. Among other things these resources seek to link the business world, which is alien for them, besides omitting important factors for the physical reality comprehension. Lastly, it has been determined that this course stimulates the valuation of the exchange-value, not considering the labour value and reproductive the alienation phenomenon.*

**Keywords:** *Sebrae, ideology, alienation, entrepreneurship, school*

**RÉSUMÉ:** *Le Service brésilien de soutien aux micro et petites entreprises (Sebrae) a été la principale agence au Brésil ayant divulgué ce que l’on appelle «l’entrepreneuriat». Dans les capitales d’états et plus particulièrement en province, une des actions de l’agence a consisté à établir des accords avec les municipalités en vue de vendre des projets tournés vers la formation de sujets entreprenants. Parmi les projets, on trouve le programme Jeunes Entrepreneurs premiers pas, il s’agit d’un cours «d’entrepreneuriat» destiné aux enfants et aux jeunes des écoles publiques et privées. Ce travail analyse le contenu discursif du manuel du professeur, élaboré par cette agence et destiné à des éducateurs de CP. Dans cette analyse, nous considérons le Sebrae un appareil privé d’hégémonie, concept du penseur italien Antonio Gramsci, de plus nous cherchons à comprendre le manuel en nous fondant sur la conception d’idéologie conçue par le même auteur. Notre analyse a identifié des aspects qui mettent en évidence des ressources narratives qui visent à faire l’éloge et à naturaliser l’acte d’ouvrir une entreprise.*

*Ces ressources cherchent, entre autres, à rattacher au monde des affaires des aspects qui lui sont étrangers, outre de cacher des facteurs importants pour la compréhension de la réalité concrète. Finalement, nous constatons que le cours stimule la valorisation de la valeur d'échange, il laisse de côté la valeur-travail et reproduit le phénomène de l'aliénation.*

**Mots-clés:** *Sebrae, idéologie, aliénation, entrepreneuriat, école.*

**RESUMEN:** *El Servicio Brasileño de Apoyo a las Micro y Pequeñas Empresas (Sebrae) ha sido la más importante agencia, en Brasil, al difundir el llamado emprendedorismo. En las capitales y, en particular, en el interior del país, las acciones de la empresa han establecido los convenios con prefecturas municipales, con vistas a una inversión en proyectos dirigidos a la formación de emprendedores. Entre los proyectos está el programa Jovens Empreendedores Primeiros Passos, que consiste en un curso de emprendedorismo dirigido a niños y jóvenes de escuelas públicas y privadas. Este estudio analiza el contenido discursivo del manual del profesor, elaborado por esa agencia, destinado a educadores del primer año de la enseñanza fundamental. En el análisis, consideramos el Sebrae aparato privado de hegemonía, concepto del pensador italiano Antonio Gramsci, y buscamos comprender el manual teniendo como base la concepción de ideología concebida por el mismo autor. Nuestro análisis identificó aspectos que evidencian recursos narrativos que tienen por objetivo enaltecer y naturalizar el acto de crear una empresa. Estos recursos buscan, entre otras cosas, entrelazar al mundo de los negocios aspectos que le son ajenos, además de ocultar factores importantes para la comprensión de la realidad concreta. Al final, constatamos que el curso estimula la valoración del valor de cambio, desconsidera el valor-trabajo y reproduce el fenómeno de la alienación.*

**Palabras-clave:** *Sebrae, ideología, alienación, emprendedorismo, escuela.*

## 1 INTRODUÇÃO

O campo de conhecimento das ciências sociais tem a educação em geral, e a escola em particular, como importante objeto de investigação. Uma de suas tradições temáticas dedica-se à análise da relação orgânica entre educação e trabalho, ou seja, investiga o papel da escola na formação de sujeitos segundo as necessidades da reprodução capitalista. Nesse sentido, destacamos duas perspectivas divergentes

mencionadas por Apple (2006): 1) a primeira, em linhas gerais, trata a escola como epifenômeno da base econômica, cuja função seria tão somente formação ideológica e preparação dos corpos para a divisão do trabalho; 2) a segunda, também em linhas gerais, não nega o papel da escola na formação dos sujeitos para as relações de produção; mas discorda do fato de que estruturas sociais do mundo material determinem inteiramente a escola, o conhecimento e o próprio educador. Nesta segunda perspectiva, a “determinação” da estrutura sobre as consciências encontra-se mediatizada por formas de ação humana, atividades, contradições e relações sociais específicas.

Schlesener (2016), inspirada pela *filosofia da práxis* do pensador italiano Antonio Gramsci, reitera a ideia de que a educação formal é reconhecidamente a esfera onde o conhecimento burguês consegue se apresentar como conhecimento geral, sendo, portanto, onde o pensamento dominante se afirma como universal. No entanto, a mesma autora observa que, paradoxalmente, a escola constitui-se como terreno onde o elemento popular entra em contato com códigos de argumentação lógica, capazes de instrumentalizá-lo para duvidar de argumentos ilógicos ou positivistas. É também na escola que os indivíduos vivenciam experiências coletivas e conseguem alcançar uma individualidade crítica. A educação formal - continua a autora - assenta-se numa notável contradição (Schlesener, 2016, p.14):

por um lado, preparar [os sujeitos] para a vida nessa sociedade voltada para a acumulação do capital e inserção no mercado de trabalho; por outro, criar condições de emancipação política e cultural das classes trabalhadoras por meio da superação dos limites da alienação vigente, a fim de que tenham condições de lutar por uma nova ordem social.

Na sociedade capitalista neoliberal, o processo de dominação parece apresentar desdobramentos cada vez mais sofisticados no que diz respeito ao domínio ideológico. Nesse contexto, a escola torna-se campo privilegiado de sua materialização. No entanto, podemos considerar, partindo dos argumentos acima, que a escola não se constitui mero instrumento de reprodução. Sua disposição

é atravessada pela relação entre as forças internas e externas nos mais diferentes níveis, permitindo algum grau de tensão entre essas forças. Em vista disso, a classe dominante não pode descuidar-se dos conteúdos e das práticas presentes nas escolas. Isso se deve não apenas ao fato de que a escola fornece dirigentes e dirigidos ao sistema do capital, mas também porque a dominação ideológica, especialmente em momentos de instabilidade política e econômica, exige interditar qualquer pensamento autônomo que possa romper com as representações dominantes.

No Brasil, agências nacionais e internacionais têm se engajado, ao longo da história, para inscrever interesses particulares nos conteúdos escolares. Nos tempos neoliberais, podemos inferir, esse fenômeno parece ganhar novos enredamentos. Desde o início dos anos 2000, para citar um exemplo, vem se acentuando o interesse de grandes corporações pela gestão, currículo e conteúdos escolares. Fundações ligadas ao grande capital têm sido exitosas ao imprimir às políticas educacionais uma agenda “de mercado” (Saviani, 2007)<sup>1</sup>, fato que parece culminar, em 2017, com a aprovação da Reforma do Ensino Médio (Lei 13415/2017) que, entre outras medidas, torna opcional o ensino de ciências humanas em determinada etapa da formação dos jovens. Em meados da década de 2010, o projeto de lei 7180/2014, chamado “Escola sem Partido”, ensejado por setores da direita do país, ganha relevância no debate público. Os seus defensores, inicialmente, condenavam o que consideravam “doutrinação ideológica marxista” e “abuso de liberdade de ensinar” do professor. A apropriação por outros setores da sociedade, especialmente grupos religiosos, acabou por converter o projeto num movimento contra o que classificam “ideologia de gênero”, que, na prática, significa censura a todo e qualquer debate e acolhimento da diversidade no interior da escola, seja diversidade de gênero, sexual ou religiosa (Miguel, 2016).

No início dos anos 2000, paralelamente à interferência direta do capital no sistema educacional, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) passa a se dedicar, de maneira

<sup>1</sup> Em 2006, participaram do Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE), programa “Compromisso Todos pela Educação”, o Grupo Pão de Açúcar, Fundação Itaú-Social, Fundação Bradesco, Instituto Gerdau, Fundação Roberto Marinho, Fundação Educar DPaschoal, Instituto Itaú Cultural, Instituto Ayrton Senna, Banco ABN-Real, Banco Santander, Instituto Ethos, entre outros (Saviani, 2007).

regular, à elaboração e execução de projetos voltados para as escolas do país. Como organização semiprivada da sociedade civil, a agência tem como uma de suas principais atribuições propagar para o tecido social informações relativas ao chamado “empreendedorismo”. Afora a tarefa de ensinar trabalhadores a abrir micro e pequenos empreendimentos, que irão operar no perímetro das grandes empresas, a agência também cumpre a função de difundir um conjunto de ideias consoante as novas exigências da acumulação capitalista. Para tanto, documentos e discursos emitidos pelos seus agentes buscam, entre outros aspectos, generalizar padrões de comportamento, respaldados por determinados valores - tais como autonomização, inventividade e dinamismo -, tratados como indispensáveis ao trabalhador no atual contexto das relações laborais. Em síntese, as narrativas da agência, que defendem o “empreendedorismo”, parecem apregoar determinadas qualidades individuais que, supostamente, precisam ser incorporadas pelo sujeito moderno, cujo fim é moldá-lo às novas relações exigidas pela flexibilização das relações de trabalho (Dias, 2012; Lima, 2010).

Outra atividade do Sebrae é a celebração de contratos com prefeituras, com vistas a realizar consultorias ao executivo dos municípios. Agindo na universalização da ordem política, ou seja, como Estado ético no sentido hegeliano do conceito<sup>2</sup>, a agência objetiva informar agentes públicos sobre a promulgação de leis e programas recém-criados pelo governo federal, que tenham como fim o incentivo à abertura de pequenos negócios, ou outras políticas de estímulo ao “empreendedorismo”. Por meio desses convênios, a agência busca vender toda sorte de “produtos”, isto é, projetos elaborados por seus agentes, cujo conteúdo inclui receitas para os sujeitos se tornarem empreendedores (Dias, 2012).

Um desses projetos intitula-se Jovens Empreendedores Primeiros Passos. O programa é destinado ao ensino formal, desde o primeiro ao último ano do ensino fundamental, e inclui material didático destinado a professores e a estudantes de escolas públicas e

---

2 O Estado, segundo Hegel, teria a capacidade de transcender a sociedade e realizar a universalização dos indivíduos atomizados. Ou seja, o Estado seria, para o filósofo, a única instituição dotada de particular racionalidade, e cujo espírito objetivo conferiria objetividade, verdade e moralidade aos indivíduos, promovendo a sua incorporação numa vida coletiva, de acordo com “interesses gerais”. Desta feita, haveria uma relação particular entre vida civil e vida política, no que Hegel chamou de Estado Ético-político. (Hegel, F. *Princípios da Filosofia do Direito*. Guimarães Editores, Lisboa, s/d).

privadas. Cada série escolar conta com dois livros: um manual de instruções para os professores, cujo objetivo, segundo os seus autores, é formar educadores na arte de ensinar a empreender; e um livro didático para os estudantes, que, de acordo com a mesma fonte, objetiva a ambientação lúdica de educandos em aspectos relativos ao mundo dos negócios. O material é composto, portanto, por dezoito livros didáticos, a serem utilizados pelos professores tanto em aulas específicas de “empreendedorismo”, como nas disciplinas que fazem parte do currículo regular da educação básica.

Partindo do princípio de que a ideia do “empreendedorismo” está demarcada por significado não explícito, o qual procura expressar certa representação do mundo capitalista de forma a torná-lo irrefutável, este trabalho tem por objetivo investigar as formas de enunciar o termo no material didático elaborado pelo Sebrae. A realização da pesquisa contou com levantamento desse material, editado em 2012<sup>3</sup>, o qual tem sido distribuído e utilizado atualmente em escolas de várias cidades do país. A pesquisa está circunscrita à análise do conteúdo narrativo do livro do professor do primeiro ano do ensino fundamental, que tem como título **O mundo das ervas aromáticas**. O livro busca alcançar, além do próprio educador, crianças que têm entre seis e sete anos de idade, em média.

Essa análise considera o Sebrae *aparelho privado de hegemonia*, conforme conceito desenvolvido pelo pensador italiano Antonio Gramsci (2007). Segundo o marxista sardo, uma agência pode ser classificada como *aparelho privado de hegemonia* quando cumpre determinado papel na produção de hegemonia de uma classe ou fração de classe que detém ou pretende ascender ao poder. O processo de construção de hegemonia, segundo Williams (1979), refere-se à organização de um conjunto de práticas e expectativas, que estabelece para os sujeitos as bases para a autopercepção e para a compreensão da rea-

<sup>3</sup> Nos anos 2000, o conteúdo dos livros da agência tinha os seguintes títulos: 1ª série, “Doce Mundo das Balas”; 2ª série, “Mundo do Faz de Conta”; 3ª série, “Praticando a Natureza”; 4ª série, “Locadora de Gibis”; 5ª série, “Quem sabe faz a hora”; 6ª série, “Oficina de Estamparia”; 7ª série, “Show Room do Papel”; 8ª série, “Desenvolvendo Empreendedores”. No início dos anos de 2010, o conteúdo dos livros foi atualizado, e passou a versar sobre assuntos voltados para meio ambiente e responsabilidade social: 1º ano, “O mundo das ervas aromáticas”; 2º ano, “Temperos Naturais”; 3º anos, “Oficina de Brinquedos Ecológicos”; 4º ano, “Locadora de Produtos”; 5º ano “Sabores e cores”; 6º ano, “Ecopapelaria”; 7º ano, “Artesanato Sustentável”; 8º ano, “Empreendedorismo Social”; 9º ano, “Novas Ideias, Grandes Negócios”.

lidade social como um todo. Tratar-se-ia, portanto, da produção de um nível articulado e superior de ideologia, que consegue alcançar a esfera da totalidade. A agência em tela, por sua vez, não parece assumir qualquer direção política no processo de construção de hegemonia; no entanto, o seu papel – ainda que subalterno - não deixa de ser estratégico nas lutas em torno da produção de uma visão de mundo dominante.

Considerando a natureza da agência, como *aparelho*, e o seu papel orgânico na produção de valores morais e representações de mundo, analisaremos as narrativas do manual de instruções tendo como norte a noção gramsciana de *aparelho privado de hegemonia* e a noção de ideologia que lhe é conexas. Ao fim, propomos apreender instrumentos analíticos para identificação de contradições, associação de ideias e ambiguidades presentes no material didático, que contribuem para a inscrição de certa visão de mundo dominante. Como afirmamos acima, entendemos que a escola é espaço de reprodução, mas, também, de movimentos que estimulam a construção de subjetividades autênticas. Todavia, limitamo-nos aqui a analisar o papel do Sebrae e o panorama ideológico do livro didático elaborado pela agência, sem incluir, por ora, a apropriação, os usos e desusos do conteúdo do livro pelos educadores e estudantes no cotidiano escolar.

## **2 CRISE DO CAPITAL E “EMPREENDEDORISMO”**

O capitalismo entrou numa nova fase de sua história a partir do final dos anos 70 do século XX. Essa década marca a terceira grande crise do processo de expansão e de acumulação, e o esgotamento das soluções keynesianas usadas no passado. Os administradores de Estado e os intelectuais orgânicos da burguesia elaboraram novos métodos apropriados à reprodução do capital, que tinham como objetivo manter a competitividade transnacional, assim como conservar/restaurar o poder de classe. A solução neoliberal, elaborada no domínio dos países de capitalismo central, foi exportada para todo o mundo através de acordos econômicos e exigências políticas, mudando completamente a face das sociedades capitalistas em termos globais (Harvey, 2008).

Os países de capitalismo periférico, que haviam experimentado, na década anterior à crise, formas de desenvolvimento econômico pela via estatal, proporcionadas pela oferta estrangeira de crédito barato, tiveram que aceitar medidas drásticas para contornar a estagnação e retomar o crescimento, tais como ajustes fiscais, privatizações, abertura econômica e criação de ambientes favoráveis para investidores externos. (Velasco e Cruz, 2007). Todavia, as reformas não se constituíram de maneira uniforme. Podemos afirmar que os processos de mudanças e agendas políticas diferiram consideravelmente de um país para outro. Em alguns casos, as reformas foram postergadas; em outros, parcialmente adotadas; e, em outros, ignoradas. Ainda que tenha havido adesão universal à retórica do liberalismo econômico, o conteúdo das reformas não sucedeu de forma sincrônica, e dependeu da relação entre as condições externas e os movimentos endógenos nos diferentes Estados (Velasco e Cruz, 2007).

Os anos de 1990 marcam a chegada ao Brasil do processo econômico e político de neoliberalização. Malgrado algumas diferenças quanto à forma como fora desenvolvida em outros países, a fórmula neoliberal repetia os argumentos que circulavam na América Latina: o problema da crise econômica consistia no gigantismo do Estado e na sua ineficiência. Os agentes políticos e econômicos do bloco capitalista depreenderam a necessidade de implementar políticas voltadas para “diminuição do Estado”, através da extinção de agências públicas e da venda de empresas estatais. A elaboração da reforma do Estado, ocorrida no Brasil no governo Fernando Henrique Cardoso (1995-2003), recebeu a denominação de “nova administração pública”, tendo como principal intelectual e executor o ex-ministro Luiz Carlos Bresser-Pereira. Bresser-Pereira liderou a reforma seguindo a receita determinada pelas agências multilaterais, buscando, por meio dela, alcançar a “eficiência máxima” da administração do Estado. O projeto baseava-se em modelos de administração de negócios privados e sustentava a descentralização administrativa através das privatizações, diminuição do aparelho burocrático estatal e celebração de parcerias público-privadas, com vistas a acumular recursos públicos para responder às demandas do capital privado (cf. Bresser-Pereira, 2011, 2009, 2006).

Os Programas de Demissão Voluntária (PDV) de servidores públicos, que incentivavam trabalhadores a pedir demissão em troca de algumas vantagens financeiras, foi tão-somente a primeira etapa de um amplo e longo processo demissionário, ocorrido em empresas públicas e privadas, seguido por variadas formas de flexibilização das relações de trabalho. A empresa flexível, “lioofilizada”<sup>4</sup>, caracterizada por maquinário técnico-científico avançado, vai aos poucos substituindo o trabalho vivo pelo trabalho morto. No mesmo momento, a terceirização, a “pejotização”<sup>5</sup>, o trabalho por empreitada e em domicílio vão desenhando o cenário das transformações laborais na direção da deterioração das condições de vida de uma grande parcela dos trabalhadores (Antunes, 2007).

Em diferentes campos de conhecimento, analistas passaram a defender teses sobre o colapso da sociedade do trabalho, que teria dado lugar à abstrata “sociedade do conhecimento”, ou seja, haveria um processo interruptivo em curso, no qual o trabalho braçal estaria cedendo lugar em definitivo ao trabalho intelectual (Antunes, 2007). No campo da sociologia, o debate sobre o fim da centralidade do trabalho teve como um de seus principais expoentes o teórico alemão Claus Offe. Offe (1985) argumenta, em uma de suas obras de ruptura com a perspectiva marxista que o formara, que o tema do trabalho não deveria mais ser considerado paradigma dos estudos sociológicos. Em linhas gerais, o autor lembra que Marx, Weber e Durkheim relacionaram o trabalho à dinâmica da sociedade moderna, como fundamento de suas formas de integração e de conflito, estruturas sociais e transformações históricas. Para o autor, no entanto, a situação dos trabalhadores na formação social capitalista contemporânea não deveria ser mais compreendida como constituinte da estrutura ou da dinâmica social, porque as sociedades não mais se constitui-

4 O termo *lioofilização organizativa* foi tomada de Juan J. Castillo (Castillo, Juan J. *Sociologia del Trabajo*, CIS, Madri, 1996; Castillo, Juan J. *A la Búsqueda del Trabajo Perdido*. In: Perez-Agote, A. e Yucera, I., *Complejidad y Teoría Social*, CIS, Madri, 1996) por Ricardo Antunes, com vistas a explicitar a diminuição ou a eliminação de unidades produtivas nas empresas por meio de terceirização, ‘enxugamento’ ou transferência, de forma a “secar” o trabalho vivo, criando um tipo de empresa, cuja produção é preponderantemente realizada pelo trabalho morto.

5 Pejotização é um termo utilizado para designar a prática estabelecida por empresas de contratar força de trabalho numa transação disfarçada de contrato entre empresas. Neste sentido, o trabalhador precisa abrir uma empresa, tornando-se Pessoa Jurídica, para em seguida prestar algum serviço permanente ou temporário para o empregador.

riam pelos conflitos advindos da relação capital-trabalho. O autor chama a atenção para uma diversidade de estudos que aponta para a superação do paradigma econômico do trabalho, e a sobreposição de enfoques novos, relativos a outras dimensões sociais, tais como as religiosas, familiares, sexuais, etárias e étnicas (Offe, 1985).

Deste modo, Offe (1985), assim como outros autores do campo sociológico - André Gorz (2003) e Robert Kurz (1992), por exemplo -, coloca em xeque o trabalho como categoria-chave da teoria social, abandonando a ideia de que o trabalho estaria na base da produção e da reprodução da sociedade humana. O autor, por conseguinte, não reconhece que as mudanças nas formas de produção no capitalismo, ao invés de significarem o fim da dinâmica capital-trabalho, estabelecem outros níveis de exploração sobre a classe trabalhadora. Além disso, segundo Antunes (2007), malgrado tenha havido, concretamente, metamorfoses no mundo do trabalho, apostar no fim da sociedade do trabalho significa renunciar à dupla dimensão do trabalho, levando em consideração unicamente o trabalho útil, quando o trabalho abstrato nunca deixou de ser decisivo na produção de valores de troca.

Se no campo sociológico questionou-se a teoria do valor de Marx, a ideia do fim da sociedade do trabalho ganha diferentes adeptos no domínio do senso comum. Nesse mesmo contexto, podemos notar o esforço de diferentes atores, agências da sociedade civil, mídias corporativas, acadêmicos do campo da administração e parlamentares de diferentes matizes ideológicos em defender determinadas soluções para a crise econômica que deveriam partir dos indivíduos. Para esse conjunto de agências e agentes, o aprimoramento de talentos individuais para o “empreendedorismo” e o “auto-emprego”, assim como aperfeiçoamento dos conhecimentos práticos voltados para a empregabilidade, deveriam ser considerados o fim último a ser perseguido pelos trabalhadores (Dias, 2012).

Dessas narrativas, que visam a justificar e a naturalizar as reformas econômicas, destacamos a ideia do “empreendedorismo”. O termo foi elaborado na esteira das reformas neoliberais iniciadas na década de 80, na antessala das agências multilaterais, e espreado para

os países de capitalismo central e periférico. Na América Latina, diferentes instituições internacionais e locais assumiram uma agenda em defesa do “empreendedorismo”, entre as quais as Organizações das Nações Unidas para Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) (Coan, 2013). Uma das propostas da UNESCO, no contexto das reformas neoliberais, era incluir nas políticas educacionais do continente um programa chamado Aprender a Empreender como um dos pilares da educação formal. O conteúdo do programa deveria apresentar à juventude alternativas potenciais para o desemprego (Coan, 2013).

Todavia, até os anos de 1990, ainda que já houvesse aulas de “empreendedorismo” em alguns cursos superiores no país (Coan, 2013), o termo era desconhecido de ampla massa de trabalhadores, o que exigiu de agentes e agências estratégicos a adoção de métodos de difusão com vistas a generalizá-lo. Sob a homília do fim do trabalho, o termo passou a ser repetido em programas de TV e em revistas de negócios (Dias; Wetzel, 2010), além de tornar-se objeto de pesquisas acadêmicas, especialmente no campo dos estudos gerenciais.

### **3 “EMPREENDEDORISMO” E SEUS MÚLTIPLOS SIGNIFICADOS**

O termo “empreendedorismo” não contém substância conceitual. Quando comparamos textos jornalísticos, discursos de agentes e estudos acadêmicos, deparamo-nos com uma constelação difusa e intrincada de sentidos, difícil de classificar em termos objetivos (cf. Dias, 2012; Dias; Wetzel, 2010). Todavia, podemos verificar que os autores que estudam o termo – tanto aqueles que o acolhem, como alguns que se encontram no campo da crítica – empenham-se em descobrir a história de um conceito, como se houvesse sido constituído no âmbito dos fenômenos econômicos dos processos históricos. Nessa série de estudos, que busca “inventar uma tradição”, analistas costumam lançar mão dos mesmos pensadores da economia - Jean Batiste-Say, Richard Cantillon e Joseph Schumpeter -, tratando-os como pioneiros na construção de um significado científico para o “fenômeno” de empreender.

No entanto, se o termo empreendedor antecede no tempo o

contexto histórico atual, o termo “empreendedorismo” propriamente dito, como procuramos expor anteriormente, parece ser uma palavra nascida no último quarto do século XX (Santiago, 2009), atrelada à formação de sujeitos para uma nova ordem produtiva, no contexto da crise global do capital (Dardot; Laval, 2016; Vasapollo, 2005). Ainda que ela possa ser apropriada por intelectuais e grupos sociais que defendem “projetos emancipatórios” no interior do capitalismo, como as cooperativas populares e as empresas autogestionárias (Lima, 2010)<sup>6</sup>, seu conteúdo ideológico em termos mais gerais parece referendar outras roupagens para formas renovadas de controle e de exploração da força de trabalho. O processo de corrosão dos direitos do trabalhador e a consolidação de formas provisórias de trabalho exigiram a formação de uma nova “ética” capaz de tornar os sujeitos dispostos a atuar economicamente num novo contexto sócio-histórico. Para Dardot e Laval (2016, p. 329), a grande novidade da formação dos trabalhadores na reestruturação produtiva em relação à do sujeito da era industrial:

consiste em promover uma “reação em cadeia” produzindo “sujeitos empreendedores”, que, por sua vez, reproduzirão, ampliarão e reforçarão as relações de competição entre eles, o que exigirá, segundo a lógica do processo autorrealizador, que eles se adaptem subjetivamente às condições cada vez mais duras que eles mesmos produziram.

No mesmo sentido, Vasapollo (2005) afirma que a reestruturação produtiva, entre outros aspectos, provocou a substituição das formas de trabalho contratado e regulamentado pelo trabalho atípico, isto é, pelo cooperativismo, voluntariado e “empreendedorismo”. Desta forma, a ressignificação do sujeito empreendedor como um novo tipo de empresário apenas oculta a condição de trabalhador assalariado numa situação de instabilidade. Nas palavras do próprio autor (2005, p.10):

As novas figuras do mercado de trabalho, os novos fenômenos do

---

<sup>6</sup> Ainda que reconhecamos a existência de uma polissemia quanto ao uso do termo empreendedorismo, nos recentes estudos da sociologia do trabalho preponderam análises que incluem empreendedorismo na dimensão ideológica do contexto capitalista neoliberal. Nossa perspectiva deriva deste campo de estudos, o qual fornece o eixo teórico-conceitual para a análise de nosso objeto.

empreendedorismo, cada vez mais se configuram em formas ocultas de trabalho assalariado, subordinado, precarizado, instável, trabalho “autônomo” de última geração, que mascara a dura realidade da redução do ciclo produtivo. Na verdade, trata-se de uma nova marginalização social e não de um novo empresariado.

Entre os seus múltiplos significados, “empreendedorismo” pode servir para requalificar de forma positiva o trabalhador informal, dissimulando os aspectos que caracterizam a informalidade. Desta forma, na contramão dos estudos que visam desvendar novas formas de extração de mais-valor do trabalho informal, no campo de estudos gerenciais e nas mídias corporativas é possível encontrar narrativas que aprovam a insegurança de atividades informais, caracterizando-as como próprias de sujeitos criativos, que não temem os riscos de certas funções laborais. Como observa Lima (2010, p. 161), o termo empreendedor:

abrange consultores altamente qualificados, com contratos temporários e/ou por projetos, ou sem contrato algum, chegando até os trabalhadores em atividades precárias como ambulantes, camelôs e outros que sobrevivem na precariedade.

Outro significado conferido ao termo “empreendedorismo” identifica-o com a noção de trabalhador ativo, que é capaz de criar inovações dentro do seu espaço de trabalho. Esse sentido vem reforçar a interiorização da cultura empresarial, fazendo o trabalhador considerar positivos aspectos relativos à flexibilização do trabalho. Ou seja, a ideia de tornar-se um trabalhador com características empreendedoras incide positivamente sobre os sujeitos, que passam a considerar conveniente toda sorte de precarização do trabalho, como, por exemplo, o acúmulo de funções, o autocontrole da produção e os contratos flexíveis ou temporários (Lima, 2010).

Em outra investigação (Dias; Wetzel, 2010), ao analisarmos as narrativas sobre “empreendedorismo” em uma mídia de negócios, percebemos uma pluralidade de sentidos relacionados à exaltação de perso-

nalidades individuais. As matérias analisadas apresentam uma coleção de adjetivos para “sujeitos empreendedores”, tais como: inventividade, ousadia, bom caráter, força física, gosto pelo desafio da competitividade e pelo desejo de vencer, polivalência, competência, visão estratégica, obstinação, percepção de futuro, imaginação, cosmopolitismo. Da mesma forma, as narrativas exaltam o chamado “*feeling* pessoal”, que seria a forma com a qual alguns indivíduos “visionários” conseguem enxergar oportunidades de negócios onde ninguém mais havia percebido. Em contraste com o empreendedor “nato”, as matérias também ressaltam a existência de sujeitos “não vocacionados”, ou seja, sujeitos que não nasceram com talento para liderar, mas que conseguem alcançar o sucesso nos negócios quando seguem determinadas receitas de conduta, usam a racionalidade e planejam as ações.

Ao investigar os novos valores sociais que irão conduzir a vida dos indivíduos na atual conjuntura capitalista, López-Ruiz (2007) observa que o termo “empreendedorismo” adquiriu sentido inteiramente distinto do empreendedor-desbravador, característico do início da industrialização. O termo passou a ser utilizado de forma a manter nos trabalhadores a esperança de mobilidade, num contexto marcado pelo desemprego estrutural. Nessa fase, novas concepções e novos valores a respeito do indivíduo e do “humano” assumirão importância decisiva na definição do *ethos* dos sujeitos. O autor considera, por exemplo, que o afã de lucro, objetivado na empresa, passa a ser internalizado pelo indivíduo enquanto empresário de si mesmo. Ou seja, o sujeito é motivado a cuidar de si como se fosse uma empresa, de forma a estender a lógica da administração de um negócio para a sua vida privada. Como empresário de si, precisa submeter sua “propriedade” às normas estabelecidas pelo mercado, e deve pensar a si mesmo como um empreendimento.

É importante ressaltar que não houve somente mudança de valores, que passaram a permear as relações sociais no atual contexto capitalista. Não se trata puramente de uma ideologia renovada, destacada de mudanças materiais concretas. As transformações da sociabilidade, das identidades e dos valores sociais acompanham mudanças no sistema produtivo e nas próprias formas de trabalho.

Este fenômeno condiciona os trabalhadores a incorporarem novas estratégias e também novos valores relativos à experiência laboral. Em *A corrosão do caráter* (2012), por exemplo, Sennett observa que o trabalhador, no contexto da flexibilização das relações de trabalho, é moldado num mundo de instabilidade, que se justifica pelas alterações constantes das necessidades do capital. Nesse mundo incerto, com frequentes mudanças de empregos, de moradias e de vizinhança, os sujeitos encontram dificuldade para estabelecer laços sociais sólidos com a comunidade, alterando, inclusive seu sistema moral e sua visão de mundo. Num determinado campo das relações de trabalho, afirma o autor (Sennet, 2012, p. 21), “as qualidades de um bom trabalho não são as mesmas do bom caráter”.

Na transição de um ambiente laboral, mais ou menos estável, para um contexto onde prevalecem insegurança, instabilidade e incerteza sobre a própria reprodução dos trabalhadores como classe, o repertório de sentidos do “empreendedorismo” encontra veredas para se materializar em diferentes esferas sociais. As narrativas que se encontram em torno do termo, e que se apresentam como uma pedagogia voltada, supostamente, para futuros empresários ou trabalhadores com características meritórias, expressam como elemento comum a naturalização de uma moral, a qual inclui uma tipificação ideal dos sujeitos sociais. Essas narrativas, constituídas como elemento da ideologia capitalista mais ampla, anunciam um futuro bem sucedido aos sujeitos adaptados, mas “omitem os elementos materiais necessários à realização dos sonhos”, sendo apenas “uma proposta meramente idealista” (Coan, 2013, p.10).

#### **4 SEBRAE: APARELHO PRIVADO DE HEGEMONIA**

O Sebrae é uma agência da sociedade civil e maior referência do país sobre o tema do “empreendedorismo”. Sua história começa em 1972, quando foi instituído dentro do Ministério do Planejamento e Coordenação Geral (MPCG) do governo do ditador Garrastazu Médici. O processo que resultou na sua criação contou com a mobilização e a articulação de um conjunto de organizações vinculadas

a setores empresariais, principalmente da burguesia interna, que se sentiam subrepresentados nos projetos econômicos do governo empresarial-militar (Dias, 2017; 2012). No início dos anos de 1990, no governo Collor de Mello (1990-1992), a agência foi privatizada e tornou-se semiprivada, recebendo subsídios do Estado e, ao mesmo tempo, realizando toda sorte de atividades pagas por sujeitos privados. Vale ressaltar que a privatização da agência resolveu, à época, não apenas o problema de sua iminente extinção, mas a transformou numa das organizações mais importantes entre aquelas organicamente vinculadas ao projeto político-econômico adotado a partir de então. A sua transição do Estado em sentido restrito para o Estado em sentido ampliado<sup>7</sup> transformou-a em serviço social autônomo sem fins lucrativos, conferindo-lhe o direito de receber 0,3% sobre a folha de pagamentos das empresas (Botelho; Mendonça, 2002).

Se nas décadas de 1970 e 1980 a agência realizava assessoria a pequenos e a médios empresários, que serviam ao grande capital, após a privatização ela passou a ocupar papel estratégico no âmbito da reforma moral e intelectual do complexo social, na direção da consolidação da ordem neoliberal. No âmbito da sociedade civil, como *aparelho privado de hegemonia*, nos termos pontuados por Gramsci, passou a cumprir função formativa e educativa, ou seja, assumiu a tarefa de adequar os sujeitos à determinada moralidade condizente com as necessidades do contínuo desenvolvimento do aparelho econômico. Para cumprir essa função, formulou programas de TV, matérias jornalísticas em periódicos e campanhas de todo tipo, além de manter matrizes em todas as capitais, escritórios regionais e balcões de atendimento no interior dos estados em todo país (Dias, 2012). A capilarização por todo o território nacional correspondeu, igualmente, à propagação de uma tese: o desemprego - ou o fim da sociedade do trabalho, apresentado como irreversível - trouxe para os indivíduos a grande oportunidade para o desenvolvimento de talentos próprios e, portanto, para o “empreendedorismo”.

---

7 De acordo com o pensador italiano Antonio Gramsci, o Estado apresenta uma dupla dimensão, que ele denomina sociedade civil e sociedade política. Para ele, além dos aparelhos que se encontram no interior do Estado em seu sentido mais restrito - secretarias e ministérios, por exemplo -, o aparelho estatal constituiu-se por uma dimensão ampliada, que inclui o complexo de agências e agentes que forma a sociedade civil (cf. Gramsci, 2007).

A estrutura interna do Sebrae é organizada por diferentes áreas de atuação, e cada uma delas desenvolve um número determinado de projetos, envolvendo funcionários registrados, trabalhadores contratados por tempo determinado e trabalhadores terceirizados. Nos anos 2000, a área de educação da entidade mantinha uma carteira de mais ou menos sessenta “produtos”; parte deles incluía conteúdo específico para formação de crianças, jovens e adultos (Dias, 2012). Como dito acima, um desses “produtos” chama-se Jovens Empreendedores Primeiros Passos. De acordo com nossas análises, um dos seus objetivos é interferir no processo educativo de crianças e jovens, de forma a influenciar o desenvolvimento das subjetividades e motivar o interesse pelo mundo dos negócios (Dias, 2012). Desde que foi elaborado, o programa têm ampliado o seu alcance para séries cada vez mais iniciais e, portanto, para sujeitos cada vez mais jovens (Dias, 2006).

Faz parte da estratégia desses programas formar, primeiramente, o quadro de professores de maneira a ensiná-los a transmitir o “empreendedorismo” através das matérias da grade curricular. A própria agência considera que os programas alcançarão os resultados esperados se os professores conseguirem aplicar os conteúdos dos livros didáticos nas matérias regulares (Sebrae, 2012), como, por exemplo, português, matemática e história. Para tanto, ela mantém um curso preparatório para educadores, que conta com uma palestra de “sensibilização”, quando são transmitidos os objetivos e os seus princípios pedagógicos. Posteriormente, os educadores passam por um curso de capacitação de 64 horas (Dias, 2012).

Em resumo, desde os anos de 1990, contexto de renovação das formas de acumulação capitalista no Brasil, o Sebrae tem sido responsável por fazer circular um conjunto de ideias enredadas às necessidades do modo de produção e, conseqüentemente, ao processo mais amplo das relações de poder. Em outras palavras, a agência tem respondido de maneira mediata à produção de ideologia, de práticas e de expectativas apropriadas à ordem capitalista reestruturada (Dias, 2012). Nos anos 2000, a agência passou a atuar mais diretamente nas escolas, cumprindo a função formativa dos futuros tra-

balhadores. Logo, pareceu somar-se a outras agências, cujo objetivo consiste em reiterar a dimensão reprodutiva do sistema educacional formal. Por conta desses e outros aspectos, consideramos a agência *aparelho privado de hegemonia*.

Para compreendermos o que os autores do manual de instruções do professor, intitulado **O mundo das ervas aromáticas**, expressam ou ocultam quando constroem as narrativas sobre “empreendedorismo”, recorreremos ao instrumental teórico-científico do materialismo histórico e da filosofia da práxis, cujo recorte será apresentado a seguir.

## 5 FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

A concepção dialética marxiana parte do princípio de que todo modo de produção é sustentado por uma superestrutura jurídico-política e ideológica, a qual se relaciona organicamente com o funcionamento da produção material. Em outras palavras, todo sistema produtivo é acompanhado por um conjunto de ideias dominantes, que juntos formam uma totalidade estruturada. Em *A Ideologia Alemã* (2007, p.47), Marx e Engels afirmam:

As ideias da classe dominante são, em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que é a força *material* dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, sua força *espiritual* dominante. A classe que tem à sua disposição os meios de produção material dispõe também dos meios da produção espiritual, de modo que a ela estão submetidos aproximadamente ao mesmo tempo os pensamentos daqueles aos quais faltam os meios da produção espiritual. As ideias dominantes não são nada mais do que a expressão ideal das relações materiais dominantes, são as relações materiais dominantes apreendidas como ideias; portanto, são a expressão das relações que fazem de uma classe a classe dominante, são as ideias de sua dominação.

Nesse sentido, as ideias de uma época não apresentam o mundo segundo as suas contradições, mas expressam exclusivamente a

sua aparência. A ideologia, para Marx e Engels, estaria relacionada à distorção com que os sujeitos apreendem o mundo social, dominado pelas ideias da classe que detém o poder (Marx; Engels, 2007). Em síntese, para os dois pensadores, haveria uma forma invertida de consciência sobre a realidade, que seria distinta do mundo material concreto; forma essa que se expressa na distorção do pensamento que nasce das próprias contradições sociais (Bottomore, 1997).

Em sua obra madura, Marx põe a nu as contradições que estruturam as relações capitalistas de produção. Nela, é possível compreender que a natureza “libertária” do capitalismo, alardeada pela ideologia burguesa, é diametralmente contraditória às relações sociais ocultas que se apresentam na troca de mercadorias. No mercado, enquanto os indivíduos *alienados* se percebem como compradores de valores de uso, medindo a mercadoria pela sua aparência, estão, na realidade, estabelecendo relações sociais com outros trabalhadores, organizados em unidades produtivas autônomas. Colocando a questão de outro modo, quando um indivíduo troca dinheiro (valor equivalente geral) por mercadoria, ele está trocando trabalho social por trabalho social, e, assim, estabelecendo relações sociais com outros trabalhadores produtores de valores de troca. Nesse sentido, o mercado de trocas aparece n’**O Capital** (Marx, 2013) como terreno da ideologia burguesa, ou, como dito acima, como base para produção da forma invertida da consciência sobre o real – evidência que aponta para uma versão não mecânica da relação base-superestrutura.

A aparência da realidade é reconhecida como “a realidade”, segundo Marx e Engels (2007), na medida em que a subjetividade autêntica dos sujeitos é subsumida pela divisão social do trabalho. Em outros termos, a ideologia materializa-se no processo histórico de *alienação*; que consiste no alheamento dos sujeitos dos sentidos do trabalho, do objeto de trabalho e do processo de trabalho. A alienação, portanto, é o resultado de condições históricas específicas que resultaram na expropriação das massas dos meios de produção, enquanto, simultaneamente, uma classe com poder concentrava a riqueza material em suas mãos. O seu surgimento, segundo Novack (1970), não é exclusivo do capitalismo, estando presente em todos os sistemas de propriedade

privada, desde a escravidão. Para o mesmo autor, a alienação expressa o fato de que a criação, que é o resultado da transformação da natureza pelas mãos e mentes dos homens, se volta contra os seus criadores e passa a dominá-los, obstando a autodeterminação e comprometendo a condição que diferencia o homem do animal. Ainda para o autor, as formas de alienação são fruto da impotência do homem diante das forças da natureza e da sociedade, assim como representam o desconhecimento das leis que regem o seu funcionamento.

Assim sendo, podemos inferir, alienação não coincide com um esquema puramente econômico. Ela também diz respeito à formação, no capitalismo, de um sujeito de novo tipo, alienado de si mesmo, e cuja consciência, conforme Marx e Engels (2007), é liberada para admitir representações do mundo que não representam o mundo efetivamente.

A partir de Marx e Engels, outros autores do mesmo campo teórico passaram a desenvolver suas próprias concepções de ideologia, como, por exemplo, Gramsci, Lênin, Lukács e Althusser. Essa nova geração de pensadores estabeleceu contornos distintos para a mesma noção, abandonando o seu conteúdo negativo original, relacionado à ideia de consciência invertida (ou “falsa consciência”, como é comumente referida) (Bottomore, 1997). Desses autores, o edifício teórico gramsciano, especialmente a elaboração do que poderíamos considerar uma “sociologia do conhecimento” presente nos **Cadernos do Cárcere**, fornece alguns elementos para essa análise.

Ao contrário de um elemento artificial, tal qual uma roupa sobre a pele, ao invés da pele “que é organicamente produzida pelo organismo biológico animal” (Gramsci, 2007, p.199), Gramsci entendeu ideologia como fenômeno relacionado a uma realidade objetiva e operante, que seria o terreno no qual os sujeitos coletivos adquirem consciência. Segundo Filippini (2012), Gramsci se opôs à noção de ideologia como falsa consciência, como simples mistificação do mundo, ou uma consciência teórica que entraria em contradição com a prática. Em outras palavras, ideologia, segundo Filippini (2012), não é, para Gramsci, um bloco unitário, um bloco pré-constituído e consistente de ideias e posições, elaborado por intelectuais e ideólogos, com a função de, meramente, persuadir os subordinados e incutir nas

suas mentes determinada visão de mundo. Pelo contrário, é a forma complexa do próprio mundo social; e quando se usa o termo complexo, este não coincide com o termo “complicado”. Em termos etimológicos, significa uma forma não-linear, composta de várias partes e elementos distintos. O sistema de ideias, que é a ideologia, tem estreita relação com grupos sociais determinados e, nos momentos em que um grupo se deteriora, um dado sistema pode experimentar um movimento de combinação e fragmentação de elementos, e seguir novos caminhos, mesmo autônomos e independentes (Filippini, 2012). Para Gramsci, portanto, não há uma ideologia específica do opressor, mas uma série interrompida de resíduos ideológicos unidos por uma força hegemônica, que só pode ser superada por uma luta pela coerência e unidade de uma ideologia oposta (Filippini, 2012).

Foi a partir da leitura do prefácio da **Crítica da economia política** que o pensador entendeu que o propósito de Marx, ao abordar a questão da ideologia, era ligá-la à perspectiva de mundo que forma os sujeitos. Em síntese, ele considerava que Marx havia combatido as ideologias quando essas se expressavam de maneira a “minar energias sociais”. Em contrapartida, o pensador alemão, do ponto de vista de Gramsci, as teria considerado também uma realidade objetiva, cujo papel seria o de formação das consciências (Liguori; Voza, 2017). Conforme as palavras do filósofo sardo, “os homens adquirem consciência dos conflitos que se verificam no mundo econômico no terreno das ideologias” (Gramsci, 2007, p. 50).

Nos **Cadernos do Cárcere**, obra que reúne quase integralmente toda a sua reflexão, a noção de ideologia está relacionada ao momento de construção de hegemonia. Complementando o que foi exposto anteriormente, hegemonia em Gramsci significa, em linhas gerais, um processo complexo por meio do qual uma classe ou fração de classe, ou mesmo um grupo social ou partido, triunfa sobre a capacidade de dirigir o conjunto da sociedade, estabelecendo-se como classe no poder (Secco, 2006). Este processo, cuja eficácia depende também dos instrumentos de força do Estado, inclui uma batalha de ideias no âmbito do *Estado ampliado* (sociedade política mais sociedade civil), a qual encerra a combinação de ideologias que se transforma em “partido”. No confronto de ideias, das trincheiras e casamatas, o partido que vence a disputa

será aquele que conseguirá irradiar para o tecido social uma unidade moral e intelectual no plano “universal” (Gramsci, 2007).

Gramsci (2007) irá destacar duas dimensões do Estado, que ele denominou sociedade civil e sociedade política. Para o pensador, as agências da sociedade política e os *aparelhos privados* da sociedade civil desempenham funções diferenciadas no que respeita à organização da vida social. Na sociedade política encontra-se o aparato coercivo – policial-militar, burocrático, jurídico – por meio do qual a classe dominante, formada por frações diferenciadas, exerce a ditadura, mantendo o seu poder pela coerção. Já a sociedade civil, que também faz parte do Estado, só que em seu sentido ampliado, é considerada a base material onde será exercida a hegemonia. Para o marxista italiano, é na sociedade civil que se encontra o complexo de relações ideológicas, culturais e intelectuais e onde a luta política ocorrerá, envolvendo *aparelhos privados de hegemonia*, partidos políticos e outros organismos específicos. As agências, com conteúdo particular, irão atuar na produção de valores morais e condutas com o fim de produzir o consenso (Gramsci, 2007).

*Aparelho privado de hegemonia*, por sua vez, é uma ideia que Gramsci utiliza de maneira extensa e complexa, mas que, sumariamente, diz respeito às instituições-chave que constituem a própria natureza da sociedade civil. Esses aparelhos são compostos por grupos sociais afinados com certa ideologia e, por esse motivo, colocam-se direta ou indiretamente à disposição de uma classe ou fração de classe. Tais instituições são chamadas de aparelhos quando emanam ideias e padrões sociais de comportamentos e conseguem, a partir dessa produção, a adesão espontânea, voluntária ou semivoluntária de agentes. Uma vez que uma dada cultura dominante é materializada na sociedade civil, caberá ao Estado em seu sentido restrito punir a atividade criminosa ou a conduta desviante relativa ao conjunto de normas internas; mas também lhe caberá a tarefa de premiar, de diferentes formas, os sujeitos que se comportam segundo a “vontade geral”, constituída no processo de luta por hegemonia. Um dos expedientes desse processo é instigar a opinião pública para que venha dela também formas de sanção e de reconhecimento (Gramsci, 2007).

Segundo o pensador sardo, a classe dominante tem sua própria “estrutura ideológica”, sendo a imprensa seu aparelho mais dinâmico. Além da imprensa, a escola, a arquitetura, as bibliotecas, os clubes e até a disposição dos nomes nas ruas são aparelhos da classe dominante que servem à produção, organização e disseminação de suas ideias (Gramsci, 2007; Liguori; Voza, 2017). Sendo assim, no processo de construção de hegemonia, a classe dominante mantém o controle sobre uma gama de aparelhos privados da sociedade civil, ligados à educação, ao trabalho, à família e a atividades de lazer, motivo pelo qual, além de dificultar a construção do terreno próprio da ideologia dos subalternos, torna extremamente difícil a transformação revolucionária (Fairclough, 1997).

A linguagem é um dos veículos das ideologias, sendo que o discurso – tanto o oral quanto o escrito – pode ser definido como meio central utilizado na batalha de ideias na sociedade civil. De acordo com Fairclough (1997), o discurso tem estreita relação com o exercício, a negociação e a reprodução das relações de poder, tendo como uma de suas funções realizar certa naturalização da ordem. “O conceito de hegemonia – afirma (1997, p. 80) - implica o desenvolvimento – em vários domínios da sociedade civil (...) – de práticas que naturalizam relações e ideologias específicas e que são, na sua maioria, práticas discursivas”. Ao mesmo tempo, o discurso constitui-se a própria esfera da hegemonia, uma vez que a dominação de uma classe ou fração de classe sobre toda a sociedade depende de sua eficácia para moldar práticas discursivas (Fairclough, 1997).

O conteúdo do livro didático, elaborado pela agência em tela e que será analisado adiante, manifesta um fragmento narrativo das lutas por predominância que ocorrem na sociedade civil. Para analisá-lo, concebemos ideologia como um conjunto de aspectos relativos a certa perspectiva de mundo, a qual idealiza e omite a natureza contingente da ordem social. Nesse sentido, não classificamos ideologia como falsa consciência. Acompanhando a teoria de Gramsci, a entendemos como um conjunto de ideias, cujo fim é formar sujeitos segundo as necessidades materiais de uma ordem social. Nesse terreno determinado - constituído por um sistema moral particular

-, os sujeitos encontrarão uma dada racionalidade, a partir da qual entenderão e atuarão no mundo. Nesse sentido, as ideologias recobrem com opacidade a realidade; mas, ao mesmo tempo, precisam nutrir-se da própria realidade, com o fim de manterem a sua eficácia sobre a subjetividade dos agentes.

## 6 ANÁLISE DO MANUAL DE INSTRUÇÕES

O material sobre “empreendedorismo” distribuído às escolas pelo Sebrae é composto por diferentes livros didáticos, relativos a cada ano escolar, do 1º ao 9º ano do ensino fundamental. Para cada ano, como dissemos anteriormente, há dois livros específicos, um para os estudantes e um para o professor. Escolhemos analisar o livro do professor do 1º ano do ensino fundamental, chamado **O mundo das ervas aromáticas**, como proposta de ser uma primeira aproximação com o vasto material levantado.

O livro examinado possui 162 páginas, divididas em introdução e treze seções, que correspondem aos treze encontros dos professores com os estudantes<sup>8</sup>. Cada encontro é apresentado em mais ou menos dez páginas, onde constam três a seis atividades diferentes, a serem desenvolvidas pelo educador. Cada atividade é subdividida em: apresentação, objetivos, estratégias sugeridas, recursos materiais, tempo de realização da tarefa e orientações gerais. Fizemos, primeiramente, a leitura do texto introdutório e, posteriormente, das instruções de cada aula. Em seguida, recolhemos alguns aspectos que consideramos significativos, segundo o escopo desta análise.

De acordo com o texto introdutório, o objetivo do livro é instruir o professor a transmitir aos alunos aspectos relativos à elaboração de um plano de negócios e ao comportamento empreendedor. Para tanto, o manual do professor reproduz o conteúdo das aulas do livro do aluno, as quais correspondem às etapas de abertura de uma loja de ervas aromá-

---

8 Os títulos das aulas são os seguintes: 1) A turma dos jovens empreendedores; 2) A turma dos jovens empreendedores do 1º ano e as caixas cheirosas; 3) As ideias aromáticas da Filomena; 4) Um presente da Filomena para a turma do 1º ano; 5) Conhecendo a loja da Filomena; 6) A loja de ervas aromáticas do 1º ano; 7) Os produtos que vamos vender; 8) Momento de produção; 9) A qualidade que faz a diferença!; 10) Toc... Toc... Contando o Estoque; 11) Cada produto tem seu preço; 12) Venha conhecer a nossa loja!; 13) Um grande dia! Será que deu tudo certo?

ticas. A diferença existente entre o livro do aluno e o livro do professor é que, neste caso, a descrição das aulas é acompanhada por orientações específicas sobre como o professor deve proceder, especialmente para estimular a curiosidade e o gosto das crianças pelo mundo dos negócios.

Os autores do manual chamam a atenção para o fato de que crianças que cursam o primeiro ano do ensino fundamental ainda estão em fase de alfabetização. Então, como envolver esse público nas atividades propostas pelo livro do aluno? Com o fito de aproximar os estudantes do mundo dos negócios, cada seção é ilustrada com a história de uma personagem adulta chamada Filomena. Filomena encarrega-se de ensinar os procedimentos necessários para abrir um estabelecimento comercial a outros quatro personagens: uma menina e um menino brancos, um menino negro e uma menina oriental. O livro instrui o professor a explicar aos alunos que as personagens também estão no primeiro ano, são crianças e estão aprendendo a ser empreendedoras. O professor também precisa fazer com o que os alunos se identifiquem com um dos quatro personagens.

O primeiro encontro tem como objetivo colocar os alunos diante de uma “oportunidade de negócio”, ou seja, da matéria-prima ervas aromáticas. Nesse momento, o professor deverá estimular o sentido olfativo dos alunos, para que comecem a reconhecer as ervas pelos seus diferentes aromas. Posteriormente, serão estimulados a memorizar o nome de cada uma delas e a conhecer as suas propriedades. Nas aulas seguintes, com a ajuda do professor, aprendem a transformá-las em objetos para venda, como chás, sachês e águas aromatizantes. Ao mesmo tempo em que produzem os objetos, aprendem a escolher fornecedores, a preparar embalagens e a estipular preços. Cada etapa é finalizada com resumos, frases ou ilustrações que deverão representar os “momentos importantes” vivenciados pelos estudantes. O livro termina com a proposta de realização de uma feira no pátio da escola, onde as mercadorias confeccionadas pelos estudantes serão vendidas para um público local: pais, professores, funcionários e comunidade em geral.

O público-alvo do livro é, evidentemente, o educador. Em vista disso, o material didático parece ter uma dupla função: formar

professores para que incorporem um conjunto de valores determinados, ou seja, persuadi-los à ideia do “empreendedorismo” e, ao mesmo tempo, prepará-los para transmitir tais valores aos educandos. Uma das estratégias narrativas para cumprir esses objetivos parece ser apresentar o ato de abrir um negócio como um fenômeno irrefutável. Este aspecto pode ser percebido, entre outros fatores, observando-se a recorrência do tempo verbal imperativo, que consta nas orientações gerais de cada atividade - conte, apresente, pergunte, convide, faça, comente. Na análise discursiva, os verbos no imperativo, geralmente, denotam a naturalização de uma dada realidade, inibindo o surgimento de contradições.

O texto apresenta, ainda, outros elementos que reforçam a afirmação acima. Os autores informam, logo no começo, que a metodologia do curso é semiaberta, o que significa que o professor precisará adaptar o seu conteúdo à realidade dos alunos, sem, contudo, eliminar qualquer etapa do aprendizado. Desta feita, o professor precisará treinar sua capacidade para “reconhecer o contexto e as circunstâncias locais, observando limitações e oportunidades” e, da mesma forma, deverá trazer “para a aplicação deste material com os alunos as adequações que se fizerem necessárias para atingir os objetivos propostos a cada encontro” (Sebrae, 2012, p.7). Em outro momento, os autores reiteram (Sebrae, 2012, p. 11):

O papel do professor é de extrema importância neste curso, porque ele será o mediador entre a visão empreendedora proposta e os alunos. Por isso, é necessário que você “compre” a ideia, veja o curso como um empreendimento e, assim, contribua com suas experiências e sua criatividade.

(...)

Se, como professor no curso Jovens Empreendedores Primeiros Passos, estar com os alunos nesta empreitada for um prazer, você verá as possibilidades de desenvolver-se como pessoa e como empreendedor, e com certeza os encontros serão divertidos e produtivos. As atividades propostas serão somente pontos de partida para uma experiência enriquecedora.

Podemos perceber que o curso é apresentado como um “empreendimento”, e o professor é incentivado a tornar-se ele mesmo um empreendedor, na medida em que precisará reconhecer oportunidades, contextos particulares e estabelecer ações racionais para atingir metas, características que, como abordamos anteriormente, têm sido ressaltadas, por diferentes fontes, como qualificações básicas para um sujeito ser considerado um empreendedor. Desta forma, o objetivo de moldar os aspectos cognitivos do professor, de fazê-lo “comprar a ideia” do “empreendedorismo”, é apresentado abertamente como uma das finalidades do programa. Portanto, não há nada a ser desvendado neste ponto.

Outro fator que vale a pena assinalar é determinada contradição presente na metodologia do curso. Os autores explicam para o educador que ele deve, em cada encontro, estimular a criatividade dos estudantes, os hábitos saudáveis e o trabalho coletivo, ou seja, ele precisa despertar o espírito criativo dos alunos num ambiente de cooperação e solidariedade. Essa recomendação é recorrente nas orientações gerais das atividades. Todavia, ainda que seja essa a proposta, podemos verificar que os encontros seguem um *script* pré-determinado, que não permite aos estudantes criar ideias originais. Ao serem apresentados às ervas aromáticas, por exemplo, eles não podem decidir dar-lhes outro destino, senão transformá-las em mercadoria. A título de exemplo, em uma das atividades, o professor pergunta aos estudantes se eles querem abrir uma loja. Em seguida, conforme as instruções do manual, os estudantes decidirão que querem abrir a loja, e terão que escrever uma carta à personagem Filomena explicando a sua decisão. O professor deve comemorar batendo palmas. Ou seja, não consta no texto a possibilidade dos estudantes dizerem que não querem abrir uma loja.

Outro trecho, no qual o professor é instado a conduzir uma atividade, ilustra essa observação (Sebrae, 2012, p. 69):

O jogo prepara os alunos para a prática de planejar, pois para atingirem a meta precisam pensar antes de agir, conversar e planejar estratégia. Devido à faixa etária dos alunos, o professor poderá su-

gerir a ação de planejar para alcançarem um melhor resultado, pois provavelmente os alunos não terão esta ideia de forma autônoma.

Desta forma, a criatividade e o “trabalho coletivo” estão circunscritos ao terreno dos negócios e, mais precisamente, à produção de valores de troca, ainda que a narrativa dissimule este fim numa pretensa ideia de liberdade de criação.

Outro aspecto que gostaríamos de destacar diz respeito à tentativa dos autores de associar certos valores ao “empreendedorismo”, valores que não têm qualquer relação imediata com o termo ou a prática de abrir um negócio. O livro em análise informa, por exemplo, que o curso Jovens Empreendedores pretende desenvolver nos estudantes competências de natureza cognitiva, atitudinal e operacional. As competências cognitivas têm como uma de suas especificidades estabelecer relação entre a cultura empreendedora e os valores éticos, culturais e de cidadania. Sobre as competências atitudinais, os autores instruem o professor a ensinar aos educandos a: 1) posicionarem-se de maneira autônoma diante de determinadas situações; 2) predisporerem-se ao trabalho coletivo, com o fim de alcançar um objetivo comum; 3) adotarem formas de convivência pautadas em princípios éticos e de cidadania com o ambiente e as pessoas ao seu redor; 4) tomarem consciência do seu potencial criativo para resolver situações.

Em outros momentos, os autores do livro buscam atrelar a produção das mercadorias a valores sociais positivos, como comprometimento, persistência, capricho e cuidado. O professor é repetidamente orientado a explicar para os estudantes que, como as ervas aromáticas serão vendidas, eles precisam dar atenção à qualidade do processo de confecção, estando a organização e o capricho associados diretamente ao fato de que a matéria-prima se tornará mercadoria (Sebrae, 2012, p. 35, grifo nosso):

Os produtos feitos durante os encontros poderão ser (e possivelmente serão) *produtos para venda* na loja de ervas aromáticas, entre outros que se possa fazer relacionados ao tema do curso do 1º ano.

Por isso, durante os trabalhos produtivos com os alunos, orientar constantemente para a importância da *organização, de fazer benfeito* [sic] e de *caprichar e do trabalho em equipe*, valorizando a iniciativa e a participação dos alunos.

Algumas páginas adiante, os autores repetem a mesma instrução (Sebrae, 2012, p. 60, grifo nosso):

Os produtos feitos durante os encontros poderão ser (e possivelmente serão) *produtos para venda* na loja de ervas aromáticas (...). Neste caso, eles poderão vender sachês perfumados feitos de diferentes essências e em diferentes formatos. Por isso, durante os trabalhos produtivos com os alunos, orientar constantemente para a importância da *organização, de fazer benfeito* [sic], *de caprichar e do trabalho em equipe*, valorizando a iniciativa e a participação dos alunos.

A narrativa, portanto, procura atrelar o mundo dos negócios a um comportamento voltado a valores éticos e interesses coletivos. Da mesma forma, associa a ação de abrir um negócio a outras esferas sociais, como a cultural e a política, dando ao termo uma dimensão de totalidade. Desta forma, o professor é persuadido a acreditar que ensinar “empreendedorismo” coincide com a transmissão de valores elementares para a formação dos alunos, o que se perpetuaria para uma dimensão mais abrangente do mundo social. Em outras palavras, o livro expressa a naturalização da ideologia dominante, dando ela um sentido universal.

Outro aspecto, que aponta para a mesma direção, é a tentativa de atrelar o termo “empreendedorismo” à vida privada, o que aproxima o seu uso da análise de Lopez-Ruiz (2007), mencionada antes. Assim, a ideia de empreender pode expressar uma forma de entender o mundo e um estilo de vida, conforme explícito na passagem abaixo (Sebrae, 2012, p. 9):

A intenção é despertar nos alunos o espírito empreendedor que deverá ser desenvolvido ao longo de sua existência, pois ensinar a empreender é algo que pouco se vê no dia a dia. O desenvolvimento

deste espírito empreendedor tem como objetivo que o aluno aprenda a empreender a própria vida.

Ainda buscando associar o termo à vida privada, a narrativa associa o ato de abrir uma empresa a atividades próprias da infância. Os autores sugerem ao educador, por exemplo, que ele explique para os alunos que o carinho e o cuidado que eles utilizam para fazer um presente para as suas mães no dia das mães é “empreendedorismo”. Da mesma forma, a administração da loja aparece associada, no texto, a brincar com os amigos, ao momento de férias, a jogar bola no fim de semana ou, mesmo, a organizar uma festa de aniversário (Sebrae, 2012, p. 67):

Oriente para que os alunos marquem imagens [no livro do aluno] que são relacionadas ao planejamento de uma festa de aniversário. Explique a relação de que assim como se planeja uma festa de aniversário, será possível planejar tudo que for necessário para fazer uma loja de ervas aromáticas, para que não se esqueça de nada durante a organização.

Portanto, “empreendedorismo” é traduzido para o público-alvo como sendo um “fenômeno” orgânico à vida das pessoas, intrínseco ao cotidiano, às situações de sociabilidade e ao lazer. A mesma estratégia aparece em outros fragmentos, transcritos abaixo (Sebrae, 2012, p. 110):

Separar e formar grupos por similaridade: quem estiver de óculos, quem estiver de tênis, quem estiver de cabelo preso, meninos, meninas (...). O importante nesse momento é trabalhar a classificação e agrupamentos por similaridades e não reforçar diferenças.

Ao final, comente com os alunos a relação dessa atividade com a contagem de estoque: na atividade, os alunos se reuniram por aspectos similares e este mesmo princípio será adotado para contar e organizar o estoque da loja de ervas aromáticas.

Como dito acima, o manual apresenta uma falsa ideia de que o curso incentiva o espírito criativo dos estudantes, quando, na realidade, submete a ação e a criação ao mundo das mercadorias. É possível identificar, igualmente, que a promessa alvissareira de que o “empreendedorismo” estimula a independência e a autonomia, a realização profissional e pessoal, a cooperação e a solidariedade, oculta o adestramento de futuros trabalhadores para um mercado de trabalho incerto e provisório.

Cada atividade proposta pelo manual, como exposto acima, sugere um tempo determinado para realização: 5 minutos para conversar; 10 minutos para leitura de texto; 15 minutos para pintar embalagens; 20 minutos para finalizar um jogo; 40 minutos para confecção de um produto; e assim por diante. Durante as atividades, o educador deve “exercitar ações de produção” (p. 100); preparar “o aluno para a confecção dos produtos” (p. 101); “colocar os alunos para trabalharem em grupo desenvolvendo essas etapas de produção ao longo dos encontros” (p. 101). Portanto, os autores propõem atividades que têm como objetivo preparar futuros produtores, ainda que respaldada pela retórica do “empreendedorismo”. Contudo, o trabalho dos alunos, que aqui representam o trabalho vivo, não é apresentado como variável no cálculo do preço do produto. Segundo os autores, o preço deve ser calculado pela equivalência do valor gasto com os materiais necessários para a sua confecção, ou seja, pelo trabalho morto - ervas aromáticas, embalagens, potes borrifadores, peneiras, tocas descartáveis, entre outros - e um conhecimento prévio do preço dos produtos vendidos no mercado. Os autores do livro afirmam que não propõem nenhuma estratégia para o cálculo do preço, que se deve à complexidade do tema para a faixa etária alcançada. “Lembramos que os preços devem ser definidos considerando os gastos para sua elaboração. Caso tenham sido doados, considerar valores de mercado, para que os preços dos produtos não fiquem fora da realidade” (Sebrae, 2012, p.120).

Dessa forma, a narrativa parece produzir uma visão de mundo particular, usando como recurso a identificação do “empreendedorismo” com valores sociais determinados, estendendo valores do

mundo dos negócios para a vida privada, e abstraindo a importância do valor-trabalho, reproduzindo o fenômeno da alienação. Sob a retórica da autonomia, da independência e da criatividade, a agência busca preparar os educadores para naturalizar comportamentos ideais num cenário progressivamente marcado pela flexibilização das relações de trabalho, no contexto do capitalismo reestruturado.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Segundo Gramsci (2007), o Estado em seu sentido ampliado, por meio de seus *aparelhos privados de hegemonia* e partidos, tem a tarefa de elevar as massas populares à determinada moralidade, que seja condizente com o sistema econômico-político existente. Consideramos o Sebrae *aparelho privado de hegemonia*, entre outros aspectos, porque a agência inclui em suas práticas a utilização de instrumentos disciplinadores da conduta dos trabalhadores, tanto na esfera laboral quanto fora dela (Dias, 2012). Através de seus projetos, e das narrativas a eles associadas, a agência tem consolidado a vulgata neoliberal, cujo conteúdo expressa um inventário de contradições. Partindo de uma perspectiva que não abrange as esferas macrossocial e macroeconômica, seus discursos se assentam em princípios individualistas e idealistas, tomando por base uma sociedade formada por micro e pequenos empresários ousados e criativos, capazes de subverter a relação capital-trabalho.

Nos anos 90, período marcado pelo aumento dos índices de desemprego, crescente substituição do trabalho vivo pelo trabalho morto, terceirização e trabalho temporário - cenário justificado, por diferentes agentes, mediante o mito do “fim da sociedade do trabalho” -, o Sebrae tornou-se estratégico para o capital. Isto se deve ao fato de que a agência transformou-se na principal propagadora do tema do “empreendedorismo”, “fenômeno” que permitiria aos sujeitos escaparem de uma condição social que, na verdade, é inexoravelmente estrutural. Em defesa da abertura de um negócio próprio, os seus funcionários fazem uso de narrativas que compreendem não apenas instruções para sujeitos agirem no contexto laboral, mas

também para expandirem um dado comportamento para a sua vida como um todo, demonstrando que o termo tem, visivelmente, substância ideológica.

Os projetos e narrativas da agência têm buscado atingir diferentes públicos com vistas a educar os sujeitos para uma “nova ordem” capitalista. Para cumprir essa função, o Sebrae elabora projetos voltados também para as escolas. Um desses projetos chama-se Jovens Empreendedores Primeiros Passos, que alcança educadores e estudantes do ensino fundamental. Por meio de livros didáticos voltados para esse público-alvo, o mundo dos negócios, e toda a ideologia que o cerca, vai sendo aos poucos implantado na formação de crianças a partir dos 6 anos de idade. A proposta do projeto ocorre sem sanções, sem obrigações taxativas, mas expressa, diversamente, soluções coercivas travestidas de “liberdade”.

Nossas análises do livro do professor do 1º ano do ensino fundamental, elaborado por seus agentes, identificaram recursos narrativos que visam enaltecer e naturalizar o ato de abrir uma empresa. Esses recursos buscam, entre outras coisas, atrelar ao mundo dos negócios vários aspectos que lhe são alheios, além de ocultar fatores importantes para a compreensão da realidade concreta. Destacamos três aspectos que evidenciam essas afirmações:

1. O texto revela a necessidade de estimular a criatividade dos alunos, quando, na verdade, parece cercear o amplo processo criativo;
2. O livro apresenta o termo “empreendedorismo” associado a valores e situações da vida privada e do universo infantil, que nada têm em comum com o mundo dos negócios;
3. O texto explica o passo a passo da produção de uma mercadoria, inclusive delimita o tempo de produção; todavia parece ocultar a importância do trabalho para a formação do valor, contribuindo para a alienação e, portanto, para percepção fetichizada da mercadoria.

Para Mészáros (2008), a escola tem sido um espaço importante de produção e reprodução da força de trabalho, e o conhecimento que é ali transmitido não pode deixar de estar em sintonia com as estruturas mais profundas que governam os processos sociais. Este mesmo autor observa que, enquanto o processo de *internalização* dos interesses da classe dominante estiver sendo eficiente, ou seja, enquanto a escola (e outras agências da sociedade civil) estiver produzindo o consenso, o aparato coercitivo do Estado terá que intervir menos no controle social. Assim, na medida em que o capital demanda novas formas de acumulação, e, portanto, mudanças concretas nas formas de produção, a educação escolar configura-se campo estratégico para difusão de ideologias condizentes com o mundo material e o processo mais amplo de reprodução social.

Todavia, a ofensiva do capital, que atinge especialmente a educação formal, não explica por completo de que forma a interferência da ideologia dominante atinge a complexidade da experiência escolar. Ainda que o pensamento dominante governe as consciências, precisamos ter em vista, como observamos no início desta análise, que aos mecanismos poderosos de *internalização* podem se contrapor formas importantes de resistência.

## REFERÊNCIAS

- ANTUNES, R. O século XX e a era da degradação do trabalho. In: SILVA, J. P. (Org.) *Por uma sociologia do século XX*. São Paulo: Ed. AnnaBlume, 2007, pp. 21-35.
- APPLE, M. W. *Ideologia y currículo*. Ed. Akal, Argentina/España/México, 2016.
- BRESSER-PEREIRA, L. C. *Construindo o Estado Republicano: Democracia e reforma da gestão pública*. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2009.
- \_\_\_\_\_. L. C. *Reforma do Estado para a Cidadania*. A Reforma Gerencial Brasileira na Perspectiva Internacional. São Paulo: Ed. 34, Brasília: ENAP, 2011.
- \_\_\_\_\_. L. C. Gestão do setor público: estratégia e estrutura para um novo Estado. In: BRESSER-PEREIRA, L. C. (Org.). *Reforma do Estado e Administração Pública Gerencial*. Rio de Janeiro: Ed.

FGV, 2006.

COAN, M. Educação para o empreendedorismo como estratégia para formar um trabalhador de novo tipo. *Revista LABOR*, nº 9, v.1, pp.1-18, 2013. <http://www.periodicos.ufc.br/labor/article/view/6609/4833>.

BOTELHO, M. dos R.; MENDONÇA, M. As políticas de apoio à geração e difusão de tecnologias para as pequenas e médias empresas no Brasil. *Série Desarrollo Productivo*, nº 127, CEPAL, Chile, 2002.

BOTTOMORE, T. Ideologia (verbete) *In: Dicionário do Pensamento Marxista*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

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

DIAS, G. P. Empreendedorismo e Educação: O SEBRAE na Escola. 2006. *Dissertação* (Mestrado em Educação), Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, 136 p.

DIAS, V. T. O papel das associações classistas da indústria na criação do antigo CEBRAE. *Revista Sinais*, n. 21/1, pp.27-45, 2017. <http://www.periodicos.ufes.br/sinais/article/download/14461/11977>.

\_\_\_\_\_. Trajetória de uma agência no âmbito do Estado Integral: o caso do SEBRAE. 2012. *Tese* (Doutorado em Sociologia) Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ). Rio de Janeiro, 360 p.

DIAS, V. T.; WETZEL, U. Empreendedorismo como Ideologia: análise da revista Exame em dez anos de publicação. *Revista de Ciências Humanas*, v. 44, número 1, pp.97-118, 2010. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/revistacfh/article/view/2178-4582.2010v44n1p97/14410>

FAIRCLOGH, N. Discurso, mudança e hegemonia. *In: PEDRO, E. R. (Org.) Análise Crítica do Discurso*. Lisboa: Caminho, pp 77-103, 1997.

FILIPPINI, M. Tra scienza e senso comune. Dell'ideologia in Gramsci. *In: Scienza & Politica*, vol. XXV, nº 47, 2012, pp. 99. <https://scienzaepolitica.unibo.it/article/view/3840/3246>

GORZ, André. *Metamorfoses do trabalho*: crítica da razão econômica. São Paulo, Annablume, 2003.

GRAMSCI, A. *Cadernos do Cárcere*. Vol. 3, Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.

HARVEY, D. *O neoliberalismo*. História e implicações. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

HEGEL, F. *Princípios da Filosofia do Direito*. Guimarães Editores, Lisboa, s/d.

KURZ, R. *O colapso da modernização*. Da derrocada do socialismo de

- caserna à crise da economia mundial. Rio de Janeiro, ed. Paz e Terra, 1992.
- LIGUORI, G.; VOZA, P. *Aparelho Privado de Hegemonia* (verbetes). *Dicionário Gramsciano* (1926-1937). São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.
- LIMA, J. C. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho? In: *Sociologias*, Porto Alegre, ano 12, nº 25, set./dez., pp. 158-198, 2010. <http://www.scielo.br/pdf/soc/v12n25/07.pdf>.
- LOPÉZ-RUIZ, O. *Os executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo: capital humano e empreendedorismo como valores sociais*. São Paulo: Ed. FAPESP; Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2007.
- MARX, K. *O Capital*. Livro 1. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013.
- MARX, K.; ENGELS, F. *A Ideologia Alemã*. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.
- MÉSZÁROS, I. *A Educação para além do Capital*. São Paulo: Ed. Boitempo, 2008.
- MIGUEL, L. F. Da “doutrinação marxista” à “ideologia de gênero” - Escola Sem Partido e as leis da mordaza no parlamento brasileiro. *Revista Direito & Práxis*, Rio de Janeiro, Vol. 07, N. 15, 2016, p. 590-621. <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/revistaceaju/article/view/25163/18213>
- NOVACK, G. Introduction. In: NOVACK, G.; MANDEL, E. *The marxism theory of alienation: three essays by Ernest Mandel and George Novack*. New York: Pathfinder Press, 1970.
- OFFE, C. *Capitalismo Desorganizado*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985.
- SANTIAGO, E. G. Vertentes teóricas sobre empreendedorismo em Schumpeter, Weber e McClelland: novas referências para a sociologia do trabalho. *Revista de Ciências Sociais*, v. 40, nº 2, 2009. <http://www.periodicos.ufc.br/revcienso/article/view/488/470>
- SAVIANI, D. O Plano de Desenvolvimento da Educação: análise do projeto do MEC. *Revista Educação & Sociedade*. V. 28, n. 100, Campinas, out, 2007. <http://www.scielo.br/pdf/es/v28n100/a2728100.pdf>
- SEBRAE. *O mundo das ervas aromática*. Jovens Empreendedores Primeiros Passos, Brasília, DF, 2012.
- SECCO, L. *Gramsci e a Revolução*. São Paulo: Ed. Alameda, 2006.
- SENNETT, R. *A corrosão do caráter*. Consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro/São Paulo: Ed. Record, 2012.
- SCHLESENER, A. H. *Grilhões Invisíveis: as dimensões da ideologia*,

A “miséria” da educação:  
análise de um manual de “empreendedorismo” do SEBRAE para professores do ensino fundamental.

as condições de subalternidade e a educação em Gramsci. Ponta Grossa: EdUEPG, 2016.

VASAPOLLO, L. *O Trabalho Atípico e a Precariedade*. São Paulo: Ed. Expressão Popular, 2005.

VELASCO E CRUZ, S. C. *Trajetórias: capitalismo neoliberal e reformas econômicas nos países da periferia*. São Paulo: Ed. UNESP/PUC-SP, 2007.

WILLIAMS, R. *Marxismo e Literatura*. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 1979.