



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A comunicação e o consumo do projeto “Transformando o ensino do empreendedorismo”¹

Walfredo Ribeiro de Campos Junior²

ESPM

Resumo

Em 2016, a Endeavor e o Sebrae produziram uma série de filmes intitulada “Transformando o Ensino do Empreendedorismo”, no qual trazem convidados que abordam, em suas falas, temáticas diversas, todas elas associadas a promoção da educação empreendedora em instituições de ensino. O presente estudo atenta-se ao vídeo “Criando Programas de Ensino nas Universidades”, investigando nele as formações discursivas e ideológicas que se fazem ali presentes e que adquirem sentido dentro do atual capitalismo brasileiro, no qual se observa um projeto de sociedade empreendedora (CASAQUI, 2016). Como metodologia, utiliza-se da análise do discurso, tendo como base o pensamento de Orlandi (2010) e Bakhtin (2009).

Palavras-chave: Comunicação e Consumo, Discurso, Empreendedorismo, Universidade Empreendedora.

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Endeavor são dois agentes atuantes no campo social do empreendedorismo, que detêm grande audiência e influência. Conforme o site do Sebrae, o instituto existe desde 1972, e tem como objetivo promover “a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte” atuando com foco no fortalecimento “do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia”³. Já, conforme o site da Endeavor, a ONG existe no mundo desde 1997, mas se fez presente no Brasil apenas no ano de 2000, “com a missão de multiplicar o poder de transformação do empreendedor brasileiro”⁴.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho COMUNICAÇÃO, CULTURA EMPREENDEDORA e TRABALHO: consumo, narrativas e discursos, do 7º Encontro de GTs de Pós-Graduação - Comunicon, realizado nos dias 10 e 11 de outubro de 2018.

² Professor da ESPM, Doutorando em Comunicação e Práticas do Consumo pela mesma instituição, e-mail: wrcampos@gmail.com.

³ Disponível em: http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/canais_adicionais/conheca_quemsomos Acessado em: 04/2018.

⁴ Disponível em: <https://endeavor.org.br/quem-somos/> Acessado em: 04/2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Esses dois agentes do campo social do empreendedorismo uniram forças em torno de um projeto em comum: o de promoverem o ensino do empreendedorismo nas instituições brasileiras de ensino superior. Trata-se de um projeto que, no decorrer da década de 2010, resultou em diversos produtos midiáticos, tais como: quatro relatórios no formato e-book com o nome de Empreendedorismo nas Universidades, uma rede social chamada “Movimento de Educação Empreendedora”⁵, e uma série de vídeos nomeada: “Transformando o Ensino do Empreendedorismo”. O presente estudo atenta-se a essa série de vídeos, que tem como linguagem audiovisual o formato de entrevistas, na qual uma apresentadora medeia o debate de dois convidados, abordando temáticas elegidas como sendo relevantes para pessoas que querem implementar programas de ensino de empreendedorismo em universidades.

Compreendendo que o projeto da Universidade Empreendedora busca a intersecção de dois campos sociais distintos, no caso, os campos do empreendedorismo e da educação, e, partindo do princípio que, ao unirem forças em torno de um projeto em comum, tanto o Sebrae quanto a Endeavor estabelecem disputas com outros agentes do campo da educação, na definição dos sentidos que o ensino deve ter; *o presente estudo tem como objetivo investigar as formações discursivas e ideológicas que se fazem presentes no vídeo “Criando Programas de Ensino nas Universidades”*. Conforme Orlandi (2010, p.43):

[...] a formação discursiva permite compreender o processo de produção dos sentidos, sua relação com a ideologia e permite ao analista estabelecer regularidades no funcionamento do discurso. Trata-se daquilo que “numa formação ideológica dada – ou seja, a partir de uma posição dada em uma conjuntura sócio-histórica dada – determina o que pode e deve ser dito”.

Esse episódio apresenta a trajetória de vida de dois professores que conseguiram implementar programas de empreendedorismo em suas universidades, e que o fizeram seguindo um modelo de conduta considerado distinto pelo Sebrae e pela Endeavor, ao ponto de serem reconhecidos por essas instituições como sendo exemplos de intraempreendedores educacionais. O método utilizado nessa investigação é a análise do discurso, com base no pensamento de Orlandi (2010) e Bakhtin (2009).

Discursos da empregabilidade e do empreendedorismo na educação contemporânea

Autores diversos (DREWINSKI, 2009; MENDONÇA, 2007; NASCIMENTO, RAMOS JUNIOR, 2018) apontam mudanças socioculturais que se iniciaram no Brasil na década de 1980 e que se desenvolveram de forma mais acentuada a partir de 1990. Tais mudanças dizem respeito a algumas

⁵ Disponível em: <http://educacaoempreendedora.org.br> Acessado em 04/2018.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

estratégias adotadas por diferentes agentes, com o intuito de manter ativa a produção capitalista, ao lidar com as crises que lhe são inerentes e cíclicas. Dentre esses agentes, destaca-se o Estado brasileiro, que passou a incorporar ideias neoliberais em suas políticas, tal como descreve Mendonça (2007, p.1):

Do governo Collor, no início da década de 1990, os produtos importados passaram a invadir o mercado brasileiro, com a redução dos impostos de importação. O processo acelerado de abertura econômica, mais intenso no governo Fernando Henrique Cardoso fez com que muitas empresas não conseguissem se adaptar às novas regras de mercado, levando-as à falência ou a vender seu patrimônio. Em apenas uma década as multinacionais mais que dobraram sua participação na economia brasileira. O governo Lula não mudou a orientação da política econômica do governo que o antecedeu.

A implementação de uma economia de mercado neoliberal no Brasil, veio acompanhada por outras decisões políticas e, também, por discursos ideológicos. No governo de Fernando Henrique Cardoso, buscou-se legitimar as medidas tomadas como sendo necessárias para o desenvolvimento do Brasil, utilizando, por exemplo, de discursos cujas construções validavam a “crença do esforço individual, desvinculado das condições objetivas de existência” (NASCIMENTO, RAMOS JUNIOR, 2018, p.85). Esse é o caso das falas de Nassim Gabriel Mehedeff, Secretário Nacional da Secretaria de Formação e Desenvolvimento Profissional (SEFOR), que, nos anos entre 1995-1997, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, proferiu diversos discursos em torno da noção da “empregabilidade”, um termo que se refere ao preparo que cada indivíduo deve realizar, atentando-se as exigências do mercado de trabalho, para garantir as condições de venda e consumo de sua força laboral. Nas palavras de Mehedeff (*apud*, DREWINSKI, 2009, p.88) empregabilidade é:

[...] um conjunto de conhecimentos, habilidades, comportamentos e relações que tornam o profissional necessário não apenas para uma, mas para toda e qualquer organização. [...] tão importante quanto ter um emprego, é tornar-se empregável, e manter-se competitivo neste mercado em constante mutação, onde provavelmente o indivíduo terá que se preparar para várias carreiras, e diferentes trabalhos.

A partir da ideologia neoliberal, a concepção de empregabilidade acompanha um entendimento de meritocracia que significa o mérito como sendo uma conquista alcançada em virtude de um esforço individual. Não se leva em conta, nessa concepção, as condições sociais dos sujeitos, havendo uma compreensão de que as dificuldades podem ser vencidas apenas com empenho e determinação. Trata-se de uma perspectiva que, segundo Nascimento e Ramos Junior, “consiste em dissimular as contradições entre as classes, que se acirraram a partir da revolução técnico-científica” (2018, p.84), visto que tal discurso mascara as desiguais condições de acesso que as classes possuem com relação à educação de qualidade, às tecnologias e a outros fatores que influenciam a empregabilidade.

A década de 1990 foi uma época em que o avanço da tecnologia e da ciência contribuíram para a automatização dos processos produtivos, e, conseqüentemente, para eliminação de empregos formais. Desse modo, tais discursos buscavam convencer a parcela da população que só possuía a força de



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

trabalho para garantir seu sustento, de que as condições que se desenhavam no atual contexto neoliberal, eram irremediáveis e naturais, e que era necessário se adaptar as novas exigências da acumulação capitalista para sobreviver no Brasil. O comentário do Jornalista Igor Gielow (*apud*, DREWINSKI, 2009, p.86) publicado no Jornal Folha de São Paulo, em 8 de abril de 1997, ilustra, a partir das falas do presidente, a dimensão discursiva de tal argumento:

A realidade econômica do chamado neoliberalismo criou uma casta de pessoas “inempregáveis” no Brasil. Esse é o mais recente neologismo do presidente Fernando Henrique Cardoso [...]. “Inempregável” foi forjado ontem em uma palestra na qual desempenhou o papel em que fica mais confortável: o de sociólogo. “O processo global de desenvolvimento econômico cria pessoas dispensáveis no processo produtivo, que são crescentemente “inempregáveis”, por falta de qualificação e pelo desinteresse em empregá-las”, disse. Os “inempregáveis” de FHC são aqueles trabalhadores que foram “engolidos” pelo desenvolvimento tecnológico e não têm mais lugar natural na economia. Ele não citou nenhuma categoria. Para FHC, não é possível agir “como avestruz”. Diz que a globalização e o neoliberalismo são fatos. As considerações, de tom crítico com a própria realidade do governo federal, foram feitas na abertura do “Seminário Internacional de Emprego e Relações de Trabalho”, [...]. O encontro visa buscar opções justamente para integrar os “inempregáveis” de FHC.

Drewinski (2009) descreve que o Estado, ao promover políticas públicas que adotam o discurso da *inempregabilidade* em prol da empregabilidade, assim o faz de forma abdicar-se de qualquer intenção de manter uma política efetiva de emprego vinculado ao desenvolvimento econômico. O desemprego passa a ser justificado a partir das inevitáveis leis do mercado que se formam em um mundo globalizado, sendo a baixa qualificação da força de trabalho a principal causa, e o foco primário de atuação das políticas públicas que ali se consolidavam. A empregabilidade passa a ser considerada um atributo que o trabalhador deve buscar ter, para potencializar a probabilidade de permanecer no seu trabalho ou de obter um novo emprego. O Estado passa a assumir a função de desenvolver políticas que facilitem a aquisição de competências e habilidades pelos trabalhadores, mas, para os sujeitos, transfere-se a responsabilidades pela sua trajetória profissional, promovendo um processo de individualização que se apresenta como elemento chave para a construção da ideia de empregabilidade.

O discurso da empregabilidade, para Gentili (2004), desvalorizou o princípio universal do direito ao trabalho e passou a significar uma revalorização de uma lógica individual e competitiva, na busca de se inserir num ambiente de trabalho que é excludente. Para o autor “a tese da empregabilidade acaba também com a concepção do emprego e da renda como esferas de direito” (GENTILI, 2004, p. 54-55), visto que a renda passa a depender da efetiva inserção no mercado de trabalho dentro de uma lógica competitiva. Na perspectiva de Gentili (2004, p.55), tem-se que:

A possibilidade de obter uma inserção efetiva no mercado depende da capacidade do indivíduo em “consumir” aqueles conhecimentos que lhe garantam essa inserção. Assim, o conceito de empregabilidade se afasta do direito à educação: na sua condição de consumidor o indivíduo deve ter a liberdade de escolher as opções que melhor o capacitem a competir.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

A educação também se torna alvo de políticas públicas neoliberais no decorrer da década de 1990. O Estado, vinculando-se aos interesses do mercado, começa a incentivar a funcionalidade econômica e utilitarista do saber no campo da educação, além de expandir o acesso à educação superior. O governo de Fernando Henrique Cardoso, por exemplo, permitiu que instituições de ensino superior fossem abertas sem que houvesse nelas a exigência de pesquisa e extensão, além de liberar a abertura de cursos de ensino a distância para diversos níveis educacionais. Outra política pública adotada foi a diminuição da verba que era repassada para as universidades públicas, entrando em pauta “a autonomia universitária, mas com enfoque estreitamente relacionado às verbas, ou seja, a responsabilidade pela captação de recursos financeiros junto às empresas privadas, via parcerias, e a comunidade” (NASCIMENTO, RAMOS JUNIOR, 2018, p.85).

Em oposição a essa concepção de ensino e universidade que se desenha no contexto neoliberal brasileiro, tem-se uma ideia do ensino superior que, em “sua romântica visão clássica, sempre foi percebida como o templo do saber, argumento que se baseia no seu papel ilustrado como construtora do conhecimento crítico e científico, revestindo seus egressos com a áurea capa da elite intelectual” (RAMOS, 2014, p.35). A partir do momento em que as universidades passam a ser encaradas como empresas, e os alunos como consumidores que buscam formar-se para aumentarem suas chances de atuarem de forma bem-sucedida no mercado de trabalho, reprime-se essa visão romântica da universidade para incentivar uma visão utilitária do saber. Com isso, a universidade deixa, ao menos no discurso político oficial, a ser concebida como o espaço em que se incentiva o pensamento livre, e a criação de identidades críticas, além de assumir o papel de “estabelecer uma possível mediação do conhecimento universitário com os respectivos compromissos com a vida social entendida como prática da cidadania e sobretudo com a construção da democracia” (*idem*, p.28).

No âmbito da educação, observa-se, nesse cenário, o surgimento de um discurso que desloca a ênfase dos processos educacionais, dos conteúdos disciplinares, para o sujeito que aprende. Trata-se de uma compreensão da educação que é construída em torno do postulado: “aprender a aprender”, um lema que corresponde ao ideário educacional das pedagogias ativas de ensino, dentre elas a Escola Nova, que dialoga de forma crítica com a Pedagogia Tradicional. Conforme Saviani (2007) na pedagogia da Escola Nova, a proposta do “aprender a aprender” relaciona-se ao processo de convivência infantil e da relação que se estabelece entre o adulto e a criança. Trata-se de uma pedagogia que incentiva a capacidade de buscar conhecimentos, e que foi concebida para preparar um sujeito



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

capaz de cumprir determinados papéis e funções que são essenciais à organização funcional da sociedade e que tinham a finalidade de beneficiar a esfera social como um todo. É uma pedagogia cuja proposta se adequava a época e a sociedade na qual foi concebida, em que se vivia um clima de otimismo, devido a expansão econômica e a possibilidade de pleno emprego. Quando aplicada no contexto atual, o lema aprender a aprender ganha outros contornos: o de ensinar o trabalhador a necessidade de atualizar permanentemente suas condições de empregabilidade para sobreviver em um contexto de aumento contínuo de desemprego e de precarização do trabalho. Conforme Drewinski (2009, p.97):

[...] o trabalhador deve estar constantemente capacitado para acompanhar a dinâmica social resultante de uma economia mundializada, altamente competitiva e instável. Para isso, [...], deve sentir, pensar e agir de acordo com a insegurança e a vulnerabilidade que cercam seu emprego, de acordo com a possibilidade de perda repentina de seu posto de trabalho. Cabe a ele desenvolver um perfil profissional flexível que contribua para sua adaptação às exigências do mercado. Uma condição imprescindível para adquirir essa flexibilidade é aprender a aprender, descobrir qual é o seu melhor método de aprendizagem, de forma a se apropriar rapidamente dos saberes necessários à assunção de um determinado posto de trabalho, se assim conseguiu-lo.

No neoliberalismo brasileiro que se desenha na década de 1990 e que repercute até a atualidade, a empregabilidade torna-se uma busca na vida do trabalhador, exigindo um processo de atualização constante de competências. O ideário do aprender a aprender bem como a noção de competências são elementos articulados como propostas de ensino e de formação para o trabalho pelo discurso empresarial e governamental. Para Silva (2003, p.75) a “competência derivaria, [...] da capacidade do sujeito de acionar eficazmente os esquemas requeridos pelas situações que se diferenciam pelo grau de complexidade e em face das exigências dos processos de acomodação e assimilação”. A noção de competência fundamenta-se na sobreposição dos saberes sociais e implícitos aos conhecimentos formais e científicos (DREWINSKI, 2009). Trata-se de saberes implícitos que são adquiridos por intermédio da ação, da experiência, da atividade e que o indivíduo deve responsabilizar-se em adquirir.

A noção de competência possui um caráter funcional no âmbito das relações capitalistas, “visto que as competências são tomadas como fator de produção e de adaptação do comportamento humano às mudanças sociais e ao processo produtivo” (*idem*, p.5). O contexto do ensino que se exhibe a partir das políticas públicas de 1990, apresenta propostas educacionais que objetivam a capacitação dos sujeitos. Por meio da aquisição e o desenvolvimento de competências, são apresentados aos sujeitos contemporâneos um caminho mais provável para a aquisição de postos de trabalho.

Em 2002 houve a vitória do Lula, que foi possibilitada pelo desgaste da política econômica implantada por Fernando Henrique Cardoso, e pelo apoio de movimentos populares, sociais e sindicais.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Após sua trajetória, Dilma Rousseff foi sua sucessora. Conforme Nascimento e Ramos Junior (2018), com o advento dos governos Lula e Dilma, ao longo do período de 2003 a 2016, houve algumas melhoras com relação a aspectos sociais. No entanto, em 2008, diante uma nova crise do capitalismo, algumas medidas são tomadas. O discurso da empregabilidade – que foi usado com grande intensidade da década de 1990 até 2008, justificando algumas tomadas de decisões do governo e orientando outras –, passa a agora ser substituído por um outro discurso, que passava a ter presença na mídia nacional. Trata-se do discurso do empreendedorismo.

Conforme Nascimento e Ramos Junior (2018, p.85): “*Já não basta ter empregabilidade. É preciso inovar, utilizar os conhecimentos e habilidades desenvolvidas para ofertar mercadorias e serviços a terceiros*”. O discurso do empreendedorismo vem a atender aos novos desafios da sociedade capitalista neoliberal, que é a necessidade de construir o seu próprio emprego caso, mesmo com um alto investimento na sua própria empregabilidade, o sujeito não consiga vender sua força de trabalho. O discurso do empreendedorismo se une ao discurso neoliberal, disseminando a “ideia de que o diploma, apesar de importante, não é mais garantia de inserção profissional, uma vez que os empregos formais, com benefícios fixos e garantias trabalhistas, são uma característica do passado e não condizem com o atual avanço tecnológico” (*idem*, p.85-86).

Com isso, o projeto de universidade também se modifica. Um exemplo é a oferta de disciplinas sobre empreendedorismo nas universidades públicas, sendo reconhecidas como formas para incentivar a criação do próprio emprego e, ao mesmo tempo, modernizar a sociedade. No discurso educacional que se destina a formação do trabalhador, Drewinski (2009) observa que a atual articulação com o empreendedorismo diz respeito a tendência de integrar o discurso empresarial às propostas educacionais. Trata-se de um discurso que divulga a necessidade de uma formação que, não apenas atende às demandas do mercado, como o aumento da eficiência, da racionalidade e da produtividade, mas que também promova mudanças no mesmo, além de propagar a ideia de que as condições para que tudo isso ocorra se encontram, sobretudo, nos sujeitos estudantes e trabalhadores.

Os discursos que são difundidos no ambiente educacional contemporâneo, e que se apoiam nas noções de competência, empregabilidade, e empreendedorismo, esses discursos justificam um novo perfil profissional que passa a ser procurado, e que toma como base demandas que se originam no processo de reestruturação produtiva do atual capitalismo neoliberal. De acordo com Drewinski (2009), esses discursos servem de sustentáculo para que as reformas educacionais sejam implementadas,



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

construído uma base para que ocorra apropriação ligeira e linear das mudanças no mundo do trabalho. Tratam-se de discursos ideológicos que buscam aproximar a educação da lógica do mercado, e que revelam-se, muitas vezes, frágeis, pragmáticos e generalistas. A autora também comenta que “ao afirmar que o novo perfil profissional exigido pelo mercado de trabalho corresponde ao de empreendedor; que os critérios para a ocupação de vagas devem ser meritocráticos, centrados na posse ou não da capacidade de aprender a aprender” (*idem*, p.113) e que os desempregados devem, por conta própria, se transformarem em empreendedores, “propaga-se uma ideologia que acaba por justificar a férrea seleção no mercado de trabalho e, ao mesmo tempo, a exclusão do mercado formal de um grande contingente de trabalhadores” (*idem*).

A proposta de integrar a educação empreendedora ao discurso pedagógico, acompanha tanto o ideário do aprender a aprender quanto a noção de competências, dois elementos que são articuladores do ideário empresarial e que acompanham as propostas de educação direcionadas a formação do trabalhador. No entanto, a proposta da educação empreendedora, ao mesmo tempo em que se apresenta como um desdobramento daquele ideário, possui especificidades que lhe são próprias e que originam de teorias empreendedoras da área empresarial e econômica. Aprender a aprender, torna-se aprender a empreender, aproximando a educação das exigências do mercado e adequando-as ao capital.

Além de preparar o trabalhador com o intuito de adequar seu perfil profissional para a possibilidade de enfrentar um cenário em que existe ausência de trabalho no setor formal da economia, o incentivo à formação empreendedora também contribui para que o capital garanta a ampliação da sua reprodução, a partir da possibilidade de se explorar a mais-valia de empresas pequenas, subcontratadas ou terceirizadas. Com a reestruturação produtiva, formas de trabalho que não estavam sujeitas ao assalariamento, tais como terceirização e subcontratação, pulverizaram-se, possibilitando o crescimento do trabalho parcial, informal, por conta própria e temporário. Para Harvey (2004), essas novas formas de produção e de trabalho, passam a ser necessárias dentro do atual contexto da produção flexível, sendo formas que servem ao capital, fazendo parte do seu sistema de reprodução, de controle e funcionamento. Desse modo, tem-se que a mais-valia passa a ser extraída e apropriada a partir da subcontratação e da terceirização do trabalho de pequenas empresas, desses novos empreendedores produzidos pela sociedade.

No cenário Brasileiro, com a posse do vice-presidente Temer em 2016, após o *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, a situação dos trabalhadores e dos desempregados foi agravada, visto que,



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

ao mesmo tempo em que ajustes orçamentários foram feitos para conter gastos do setor público, realizadas também reformas nas leis trabalhistas, que tonaram oficiais os novos modelos de contratos de trabalho, flexíveis e temporário, legitimando assim as novas dinâmicas de produção de mais-valia. Com isso, tem-se que os discursos que propõe para o trabalhador, a educação empreendedora, e para às crianças e jovens, a educação para o empreendedorismo, se tornam interessantes do ponto de vista ideológico, pois legitima, de um lado, a crença que “esse tipo de formação pode propiciar ao trabalhador sua inserção no mercado de trabalho formal” (DREWINSKI, 2009, p.104) e, de outro, “que pode contribuir para torná-lo dono do seu próprio negócio, ocupando nichos de mercado e servindo ao grande capital, como pequeno empresário, terceirizado ou subcontratado pelas empresas líderes de mercado” (*idem*).

Na contemporaneidade, a cultura empreendedora afirma-se como sendo um grande paradigma, por meio da qual ocorre a tradução de diversos elementos para o seu campo semântico, tais como atividades laborais, a educação e diferentes aspectos da vida cotidiana dos sujeitos. Acompanhando essa ressignificação empreendedora do mundo, Casaqui (2016, p.5) observa “a construção do imaginário em torno do *país empreendedor*, o que se relaciona com o Brasil, mas também com uma série de outros países, alinhados com o sistema capitalista e com o mercado neoliberal”. Tal projeto de sociedade é uma concepção contemporânea, que se diferencia das formulações semânticas de Fernando Henrique Cardoso em torno da empregabilidade, sendo um desdobramento da mesma, mas agora adequado ao atual espírito do tempo.

A formalização de uma cultura em torno do empreendedorismo só se tornou possível após a atividade empreendedora ter se institucionalizado e entrando no consenso da população. Para Berger “as instituições têm sempre uma história da qual são produtos” (NASCIMENTO, RAMOS JUNIOR, 2018, p.79) e, uma vez criadas, “experimentam-se as instituições como se possuíssem realidade própria, realidade com a qual os indivíduos se defrontam na condição de fato exterior e coercitivo” (p.84). Conforme Dornelas (2005), foi em 1990 que o empreendedorismo se iniciou no Brasil da forma como conhecemos hoje. Isso não quer dizer que a atividade empreendedora não existia antes, mas sim que ela passa a ser alvo, a partir dessa data, de uma institucionalização que lhe oferece conceituação e significação, e que é apoiada e legitimada por diferentes agentes, tais o Sebrae, a Endeavor e o campo científico da administração e da economia. Tendo adentrado no imaginário da população ela passa a



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

mobilizar uma cultura própria, que, com o tempo, torna-se paradigmática para se compreender o atual espírito do capitalismo brasileiro.

Comunicando a criação de programas de ensino nas universidades

Conforme chamada no site⁶, o episódio “Criando Programas de Ensino nas Universidades”, da série “Transformando o Ensino do Empreendedorismo”, aborda o seguinte tema: “vamos falar sobre Programas de Empreendedorismo em instituições de ensino superior, desde o processo de criação e formalização, até o desenvolvimento da estratégia de atuação, programa de empreendedorismo e iniciativa”. Ainda de acordo com a chamada no site, o episódio investigado conta “com a presença de dois intraempreendedores que foram fundamentais para a criação do centro em suas instituições e são grandes exemplos de transformação do ensino de empreendedorismo”. No caso, os intraempreendedores são Fabio Fowler, da Universidade Federal de Itajubá; e Marcelo Bandeira, da Universidade Potiguar, uma instituição privada.

A partir de Bakhtin (2009), compreende-se que toda a aplicação prática da língua pressupõe um interlocutor, um auditório social, para o qual se dirige a comunicação, visando alguma persuasão. Além disso entende-se que todo signo social, resulta do consenso entre sujeitos socialmente organizados no decorrer de um processo de interação, “razão pela qual as formas do signo são condicionadas tanto pela organização social de tais indivíduos como pelas condições em que a interação acontece.” (*idem*, p.43). Desse modo, as falas produzidas nesse vídeo são influenciadas não apenas pela situação imediata da enunciação, mas também por um contexto mais amplo, histórico, social e cultural. Reconhece-se também que todos os sentidos que são produzidos nos discursos do vídeo possuem uma carga ideológica, comunicando uma maneira particular de ler o mundo, que reflete o ponto de vista de uma classe ou de um grupo social. Essa carga ideológica acompanha uma “formação discursiva” (ORLANDI, 2010), ou seja, uma maneira específica de organizar o enunciado e de comunicá-lo em um determinado contexto.

O episódio investigado anuncia, em diversos momentos, que o vídeo se destina a um determinado auditório social, no caso, um auditório que é descrito como sendo “todo mundo”, “lobos solitários do empreendedorismo na universidade” e “potenciais multiplicadores”. A primeira produção de sentido surge da seguinte afirmação da apresentadora Gabriela: “a gente resolveu trazer um tema

⁶ Disponível em: <https://endeavor.org.br/eventos/mentoria-online-centros-empreendedorismo/> Acessado em 04/2018



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

que está muito no dia a dia de todo mundo, que a gente tem visto cada vez mais discussões sobre isso, que é como a gente elabora essa estratégia de empreendedorismo, né, em uma Instituição”. Ao mesmo tempo em que a expressão generaliza o público enunciatário, denominando-o como sendo “todo mundo”, ela também descreve esse todo mundo com possuindo um perfil bem específico, ou seja, alguém que tem o interesse em implementar o empreendedorismo em uma instituição. A formação discursiva dessa expressão, exclui, pelo não dito, a possibilidade de haver alguém que não esteja pensando nisso.

A segunda produção de sentido surge do entrevistado representante da UNIFEI, Fábio, na seguinte afirmação: “Primeiro eu queria dizer olá pessoal que está nos ouvindo. Aos lobos solitários do empreendedorismo nas Universidades e contar um pouquinho dessa experiência que nós tivemos”. A expressão lobo solitário é recorrente na fala de Fábio, que conta sua trajetória tentando implementar o ensino de empreendedorismo numa universidade pública, desde 1992 até os dias de hoje. Sua jornada revela diversas iniciativas que o próprio Fábio realiza, antes de ter algum apoio da sua universidade. A partir do uso da metáfora lobo solitário, alguns sentidos são atribuídos ao enunciatário da mensagem: o fato dele não ter uma matilha, e o fato dele ser um predador que caça seu alvo, reforçando a proposta contemporânea de que cada sujeito deve, por conta própria, responsabilizar-se por aquilo que conquista. A terceira produção de sentido em torno do enunciatário surge novamente na fala de Gabriela, quando ela afirma:

Vocês também que estão assistindo a gente e que querem participar, que querem contribuir, também podem ajudar a ser esses multiplicadores. E acho que você contou uma história que é muito comum com que muitas pessoas passam em suas instituições né, que é aquele intraempreendedor que está sozinho, levantando a bandeira, vestindo a camisa, para levar a causa do empreendedorismo.

A expressão “multiplicadores” relaciona-se diretamente a causa que o movimento procura defender, que é o do ensino do empreendedorismo nas universidades. Na sentença observa-se que o auditório para o qual o discurso é direcionado são esses sujeitos que acreditam no empreendedorismo, a ponto de “militar” em prol do mesmo, de maneira semelhante ao ativismo a favor de uma causa social. Tal militância ocorre, muitas vezes, de forma solitária, reforçando os sentidos relacionados a ideia do lobo solitário, no entanto, buscam multiplicar essa causa, engajando mais sujeitos em busca de uma transformação empreendedora do ensino superior. A ideia de militância também é reforçada pela fala de Gabriela, quando ela, logo no início do programa, comemora o lançamento da rede social “Movimento de Educação Empreendedora”, e comemora junto com o seu auditório imaginado,



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

afirmando que esse episódio é: “inspirado por esse momento de comemoração, com um portal novo, com uma nova ferramenta para fazer esse movimento ficar cada vez mais aquecido”.

O episódio investigado produz três sentidos principais com relação aos motivos para se militar em prol do empreendedorismo dentro das instituições de ensino superior, no caso, as produções de sentido descrevem que: “o empreendedorismo gera empregos, renda e é fator de desenvolvimento regional”, “o ensino do empreendedorismo está mais próximo da prática do mercado”, e “o ensino de competências empreendedoras, aumenta a empregabilidade e auxilia quem quer abrir uma empresa”.

A primeira produção de sentido se faz presente na fala de todos os entrevistados. Fábio, da UNIFEI, descreve todas as conquistas que suas iniciativas empreendedoras no ensino superior obtiveram, sempre se referindo ao número de empregos que elas geraram, no caso do primeiro estudante que ele orientou e que ampliou o negócio do próprio pai, foram criados 16 empregos, e no caso de um projeto de intraempreendedorismo no qual a UNIFEI foi parceira de uma grande multinacional, 150 empregos. Gabriela, a apresentadora, produz sentidos com relação aos impactos do empreendedorismo, quando comenta que a série de vídeos chamada “Transformando o ensino do empreendedorismo”, tem como objetivo:

[...] empoderar as instituições de ensino superior, para que elas sejam cada vez agentes mais chaves, no desenvolvimento dos seus ecossistemas empreendedores locais, então, a gente quer que as instituições de ensino, consigam cada vez mais gerar mais empregos, gerar mais renda e desenvolver a sua região, a comunidade na qual ela está inserida.

O termo empoderamento, costuma ser utilizado em movimentos identitários contemporâneos, relacionados a gênero, raça e sexualidade, e é utilizado pela apresentadora do episódio, Gabriela, reforçando a ideia do empreendedorismo como uma causa social. Se buscarmos interpretar essa frase tendo em mente um conceito de empoderamento próximo ao utilizado por esses movimentos sociais, tem-se, conforme Vieira *et al* (2009, p.139), o entendimento de que empoderamento é o procedimento de “inserção nos processos de produção e apropriação de conhecimento e de transformação da realidade, por meio da ação dos sujeitos que, por algum motivo, se encontram excluídos ou impossibilitados de agir em alguma dimensão de suas vidas”. Empoderar a universidade com o ensino do empreendedorismo, é possibilitar que ela se torne um agente-chave, capaz de produzir algo que não conseguiria sem o auxílio do empreendedorismo, que é “gerar mais empregos, gerar mais renda e desenvolver a sua região, a comunidade na qual ela está inserida”. Fatos que reforçam a ideia de que o que está em jogo não é mais a capacidade do sujeito garantir a sua empregabilidade, mais a sua capacidade de criar o seu próprio emprego e emprego para outros, os problemas estruturais do



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

capitalismo que eliminam a possibilidade do pleno emprego. Por fim, Marcelo, o entrevistado representante da Universidade Potiguar, descreve que:

Acreditamos profundamente que o ensino do empreendedorismo tem que ser levado para os quatro cantos do país. É assim que o Brasil vai crescer de forma sustentável. É assim que o Brasil vai conseguir alcançar voos maiores e, de forma que o nosso crescimento, ele produza realmente geração de emprego, geração de renda.

Conforme o sentido produzido nessa frase, o ensino do empreendedorismo é uma causa que precisa alcançar todo o país, sendo a solução para o crescimento, para a geração de emprego e de renda. Trata-se de um projeto de sociedade brasileira a partir da educação, que não leva em conta o impacto de outros projetos educacionais para o desenvolvimento da população e da nação. O que justifica o avanço do empreendedorismo na escola é o desenvolvimento econômico que ele traz, não sendo problematizado, em nenhum momento, outros aspectos sociais que a educação pode contribuir, como, por exemplo, o desenvolvimento do pensamento livre pensamento, do pensamento crítico, e o preparo do sujeito para a cidadania e para a democracia.

A segunda produção de sentido com relação aos motivos para se militar em prol do empreendedorismo nas universidades, é a ideia de que a prática do mercado está mais próxima do ensino do empreendedorismo. A fala de Fábio ressalta isso:

[...] a gente teve que aprender, errando, trabalhar sobre pressão. E eu não tive essa oportunidade na universidade. Então, a partir daí eu tive que aprender fazendo [...]. Eu voltei e quis abrir o meu próprio negócio [...] e mais uma vez eu tive a experiência que a Universidade não me preparou para ter o próprio negócio. [...] tudo isso me mostrou e fez eu ter um pouco de raiva da minha escola né. Apesar da UNIFEI, eu amo ela, mas ela não me preparou para isso, isso me deixou um pouco triste. [...] tinha uma vaga de professor, eu prestei e virei professor lá. E esse colega falou: Agora que você reclamou muito, você tem que fazer alguma coisa, você tem que mudar a maneira de ensinar, você tem que formar pessoas que tenha o perfil de liderança, trabalhar em equipe.

No trecho descrito, Fábio se frustra, no decorrer de sua carreira após se formar, de que a universidade não o preparou para lidar com os desafios que ele encontrou no mercado de trabalho, quando abriu sua empresa. Ao virar professor, o seu desafio passou a ser buscar uma maneira de transmitir esses conhecimentos práticos, e a resposta por ele encontrada foi o ensino do empreendedorismo. Esse trecho reforça o ideário do aprender a aprender que, na contemporaneidade se transforma em aprender a empreender. O sentido de que a prática do mercado está próxima da educação empreendedora também pode ser observado na seguinte frase do Marcelo:

Por ser uma instituição privada, naturalmente nossos professores tem uma larga experiência enquanto empresários, boa parte dos nossos alunos já passou pela iniciativa privada, está trabalhando ou então é empresário. E isso acaba se configurando em sala de aula como sendo algo mais fácil de trabalhar, algo mais fácil de identificar.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

De forma não dita, o que se ressalta nessas colocações é que o conhecimento válido pelo ensino é aquele que tem alguma conexão com o mercado, alguma utilidade para o mercado. Trata-se da perspectiva utilitária que o ensino passa a assumir diante o paradigma da empregabilidade e do empreendedorismo.

A terceira produção de sentido presentes no vídeo, e que incentiva a militância em prol do ensino do empreendedorismo nas universidades relaciona-se ao fato desse ensino promover o alcance de competências, capazes de contribuir para o aumento da empregabilidade e para a abertura de uma empresa. Ao comentar sobre a implementação de disciplinas de empreendedorismo na grade curricular de diferentes cursos, Fábio afirma que:

Disciplinas, eu sempre aconselho, professores, não coloquem no fim do curso, coloquem inicial, porque é a semente para mostrar para esse aluno que ele tem que desenvolver competências empreendedoras. Essas competências são importantes para o grande emprego, mas não só para o grande emprego, mas, se ele quer crescer, se ele quer ser seu próprio empresário, ele vai desenvolver essas habilidades que são essenciais.

Observa-se aqui a centralidade que as competências adquirem no contexto contemporâneo, de um lado, relacionado a garantia da empregabilidade, ou seja, a conquista do “grande emprego”, e de outro, a possibilidade que o sujeito adquire em ser dono da sua própria empresa. Trata-se de algo que precisa ser incentivado desde o começo, logo no início da faculdade, pois são características que o sujeito tem que desenvolver em si mesmo, por conta própria, e que são essências para ele alcançar um emprego ou construir a sua própria empresa. Esse ideário de que o sujeito deve ser incentivado o quanto antes a se tornar empreendedor também se apresenta em outros momentos da fala de Fábio, como quando ele diz que: “a gente tem trabalhado com educação empreendedora de 2010 para cá, também com crianças né, a gente viu que quando mais cedo a gente trabalhar é melhor, então criamos algumas oficinas de educação empreendedora né”.

A partir dos discursos presentes no episódio “Criando Programas de Ensino nas Universidades”, observa-se que a comunicação do ensino do empreendedorismo se apresenta como a solução para os problemas do desemprego contemporâneo, sendo não apenas a forma como o sujeito pode se inserir no mercado do trabalho, mas também, a maneira como se poderá desenvolver o Brasil e gerar novos empregos. Trata-se de um discurso que visa mobilizar as pessoas de todas as idades, sejam elas crianças, jovens, estudantes e até mesmo professores, que, de forma intraempreendedora, militam em prol do empreendedorismo em suas instituições. O posicionamento ideológico desse discurso não agride o projeto de sociedade empreendedora que é atualmente articulado pelo Estado. Pelo contrário,



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

ajuda a legitimar e a naturalizar um ponto de vista que silencia os problemas estruturais do capitalismo neoliberal, colocando o conhecimento prático do mercado como a resposta, e a responsabilidade das conquistas e mudanças nos sujeitos para o qual esse discurso é direcionado.

Referências

- BAKHTIN, M. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2009
- BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1974.
- CASAQUI, Vander. Esboços e projetos da sociedade empreendedora: mundo conexcionista, sociabilidade e consumo. **Revista FAMECOS**, v. 23, n. 3, p. 22654, 2016.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo**: transformando ideias em negócios. 2.edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DREWINSKI, J. **Empreendedorismo**: o discurso pedagógico no contexto do agravamento do desemprego juvenil. 2009. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado)–Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba.
- GENTILI, P. Três teses sobre a relação trabalho e educação em tempos neoliberais. In:
- LOMBARDI, J.C., SANFELICE, J.L E SAVIANI, D. (Orgs.) **Capitalismo, Trabalho e Educação**. 2 ed. rev. Campinas: Autores Associados. HISTEDBR, 2004. p. 45-59.
- HARVEY, D. **Condição Pós-Moderna**.. São Paulo: Edições Loyola, 2004.
- ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes Editores, 2010.
- MENDONÇA, Cláudio. **Neoliberalismo no Brasil**: Política econômica incentivou privatizações. Artigo. 09/11/2007. Disponível em: <http://educacao.uol.com.br/> Acesso em abril. 2018.
- NASCIMENTO, Z. M. A.; RAMOS JUNIOR, A. J. . DA EMPREGABILIDADE AO EMPREENDEDORISMO: a realidade das universidade públicas. **UNIVERSIDADE E SOCIEDADE**, BRASÍLIA, 2018.
- RAMOS, José Wilson. **A ideologia neoliberal de consumo do saber universitário representado em anúncios publicitários das instituições privadas de ensino superior de São Paulo e região metropolitana**, 2014. Monografia , Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia, São Paulo.
- SILVA, M.R. **Competências**: A Pedagogia do “Novo Ensino Médio”. 2003. 288 f. Tese (Doutorado em História, Política e Sociedade) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003.