
V CBEO - Curitiba



V CONGRESSO BRASILEIRO DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS
Curitiba-PR - Brasil

O EMPREENDEDOR DE STARTUPS E OS DISCURSOS DE RESPONSABILIZAÇÃO INDIVIDUAL

Diego Laurindo Avancine (FGV EAESP) - davancine@gmail.com

Diego Laurindo Avancine possui graduação em Administração pela FGV-EAESP e Mestrado em Administração de Empresas pela FGV-EAESP. Compõem como seus interesses de pesquisa: empreendedorismo, comportamento organizacional e gestão de pessoas.

O empreendedor de *startups* e os discursos de responsabilização individual

RESUMO

O discurso de empregabilidade estimula indivíduos a “cuidar de si” profissionalmente, atuando como uma empresa para lucrar o máximo possível com suas habilidades. De maneira similar, o discurso de empreendedorismo estimula uma solução de indivíduo ideal, que deve achar soluções e ultrapassar desafios, em um ideal quase heroico. De modo a analisar como o discurso de empreendedorismo e empregabilidade se misturam, este estudo qualitativo contou com 17 entrevistas de empreendedores de *startups* da cidade de São Paulo. Como resultados notou-se que tanto o discurso de empregabilidade como o de empreendedorismo podem ser vistos como partes de uma construção discursiva de responsabilização individual entre os empreendedores. Nota-se, com isso, que empreendedores valorizam os aspectos de desafio em superar barreiras individuais e de serem os únicos responsáveis pelo seu caminho profissional. Espera-se como principais contribuições deste estudo: (1) possibilitar a análise de dados empíricos em um campo marcado essencialmente por estudos teóricos, (2) fortalecer a recente literatura que relaciona o conceito de empregabilidade e empreendedorismo e (3) criticar a naturalização dos discursos de empreendedorismo como um discurso de empregabilidade.

Palavras-chave: empregabilidade, empreendedorismo, responsabilização e *startups*.

Introdução

Com a derrocada do Socialismo, o Capitalismo tornou-se a única via de caminho econômico mundial, de modo que o neoliberalismo ganhou ainda mais força nas sociedades contemporâneas (FREITAS, 1999). Pierre Dardot e Christian Laval (2016) defendem que o neoliberalismo é em primeiro lugar uma racionalidade de um capitalismo sem impedimentos, que usa de um conjunto de discursos, práticas e procedimentos para gerar um novo modo de governar homens, seguindo o princípio universal da concorrência. Esta concorrência e novo modelo de organização do capitalismo contemporâneo influenciou a pressão por maiores ganhos financeiros pelos acionistas, busca por produtividade e redução de custos em organizações, refletindo nos modelos de contratação de mão de obra (SENNETT, 2006). Preza-se nas organizações atuais, de maneira crescente, por práticas que diminuam os vínculos entre indivíduos e empresas – portanto, os custos –, aumento de mecanismos de controle e responsabilização do resultado do trabalho gerado para o indivíduo.

Culturalmente esta tendência de mudança nas relações empresariais impactou o indivíduo, que passou a ser responsável por sua empregabilidade. O indivíduo passa a ser uma empresa e, no lugar da exploração, entram em cena a autoexploração e a autocomercialização do “Eu S/A”” (Gorz, 2005):

A pessoa deve, para si mesma, tornar-se uma empresa; ela deve se tornar, como força de trabalho, um capital fixo que exige ser continuamente reproduzido, modernizado, alargado, valorizado. Nenhum constrangimento lhe deve ser imposto do exterior, ela deve ser sua própria produtora, sua própria empregadora e sua própria vendedora, obrigando-se a impor a si mesma constrangimentos necessários para assegurar a viabilidade e a competitividade da empresa que ela é...” (Gorz, 2005, p.23)

Para que o trabalhador aceite este fardo psicológico, vende-se a repulsa à rotina burocrática e que a flexibilidade é um meio de libertação da “jaula de ferro” (Sennett, 2006), tornando o trabalhador livre para gerir seu tempo, sua carreira e sua vida como bem entender. Cria-se uma nova aparência de liberdade enganosa (Sennett, 2006).

Durante o transcorrer do capitalismo a sociedade apoiou-se em diferentes discursos de trabalho para persuadir e moralizar trabalhadores a específicos cenários econômicos e sociais (Bendassolli, 2006). As alterações no decorrer da sociedade capitalista exigiram alterações nos discursos e valores de trabalho. Em certo momento – em especial a partir dos anos 1980 – o então corrente espírito do capitalismo não pode mais explicar e mobilizar a nova realidade econômica e social do mundo. Esta nova realidade contava com grandes mudanças tecnológicas e de distribuição de renda, que impactaram na redução drástica da quantidade de empregos (Rifkin, 1996). A nova economia passou a se basear em serviços e isso passou a distribuir os mercados em redes, gerando um novo modelo de mercantilização das relações humanas e uma nova cultura do capitalismo (Rifkin, 2001).

Surgiram então novos discursos do trabalho, para organizar a subjetividade em prol da produção (Dardot & Laval, 2016). A realidade capitalista passa a ter a sua acumulação baseada no mercado acionista, gerando novas empresas tecnológicas e uma lógica de mercado baseada em redes de empresas (Boltanski & Chiapello, 1999). Na visão do autor este novo

cenário estimula menos hierarquização de organizações, mudanças na meritocracia e enaltece a busca adaptação e flexibilidade de trabalhadores.

Nesse contexto os discursos de trabalho passaram a estimular os indivíduos para que se autogerenciem e estejam em constante mudança. O novo modelo ideológico do trabalho, portanto, necessitava de discursos que incentivassem estas novas características ideais para os indivíduos, de modo a organizar e legitimar a nova realidade do capitalismo. Com isso os discursos de empregabilidade e de empreendedorismo passaram a ganhar mais força.

Por empregabilidade entende-se que o indivíduo deve atuar como uma empresa, sendo o único responsável pela sua condição profissional (Chertkovskaya *et al.*, 2013). Essa relação posiciona o indivíduo como uma empresa e não mais um trabalhador contratado por uma empresa e cujos direitos e responsabilidades são divididos entre ambos.

Heelas (2002) argumenta que a pressão do indivíduo não é apenas para manter seu emprego, mas de ter um *self* necessário para isso. Este *self* foi definido por Berglund (2013) como o *entrepreneur self* – ou “empreendedor de si mesmo”. Exige que o indivíduo se auto explore (Bloom, 2013) como uma empresa, tenha iniciativa, seja adaptável, flexível e responsável pelo seu futuro. A busca por algo melhor e pelo constante movimento passa a ser estimulada.

De maneira similar, o discurso de empreendedorismo prevê uma solução de indivíduo ideal, tanto fora como dentro de organizações. O empreendedor deve achar soluções individualmente e sem apoio, vencer incertezas constantes e ultrapassar todos os desafios, em um ideal quase heroico (Ehrenberg, 2010).

Dessa maneira, os trabalhadores passam a ter aspirações de controle e autonomia e a serem responsabilizados pelo seu sucesso profissional, seja como empreendedor ou com funcionário de uma organização. A combinação de um perfil tradicional com o aventureiro sugerida por López-Ruiz (2004) não se aplica apenas ao empreendedor. Tanto este como o trabalhador usual são cobrados por uma postura de “empreendedor de si mesmo”.

Este estudo tem, portanto, como pano de fundo conceitual as construções dos discursos de empregabilidade e de empreendedorismo que decorrem de um contexto do capitalista pós 1980 e na sua disseminação. Nesta construção, entende-se que o atual discurso de empreendedorismo pode se tratar de um discurso de empregabilidade, pois as exigências de ambos os discursos ao trabalhador convergem. Sendo assim, parte-se do pressuposto que hoje a figura do empreendedor exemplifica os ideais de trabalho destes dois discursos, que se misturam. A palavra discurso está sendo utilizada nesse trabalho como retórica, que inclui persuasão e poder (Thorpe & Holt, 2012) e de que construções linguísticas organizam a realidade social (Spink, 1999; Gergen, 1985).

Este trabalho tem como objetivo discutir as interseções desses dois atuais discursos de trabalho: empregabilidade e empreendedorismo. Na próxima seção será apresentada uma breve revisão teórica desses discursos. Em seguida, os procedimentos metodológicos do trabalho e, por fim, e de modo a criar um diálogo entre a teoria e a prática, serão analisados resultados de entrevistas com empreendedores de *startups* da cidade de São Paulo. Espera-se identificar nas motivações empreendedoras dos entrevistados os valores e as habilidades enfatizadas nos discursos de responsabilização individual sobre o trabalho.

1. Discursos de trabalho

1.1 Empregabilidade como responsabilização individual

O termo “empregabilidade” é utilizado desde 1880 (Welshman, 2006), mas seu significado mudou significativamente até os dias de hoje. Entre 1888 e 1940 usava-se do termo como “*initiative employability*”- ou iniciativa de empregabilidade - (Grazier, 1999) para referir-se a trabalhadores que possuíam iniciativa para serem empregáveis. Este termo foi criado, pois na época considerava-se que indivíduos se mantinham desempregados apenas por falta de iniciativa (Welshman, 2006). Ou seja, de acordo com pesquisadores da época possuir empregabilidade neste período tratava-se apenas uma questão de vontade e de iniciativa.

A partir de 1980 a alteração da relação entre empregadores, indivíduos e governantes alterou-se significativamente. Indivíduos passaram a ser responsabilizados pelos resultados no mercado de trabalho, enquanto empregadores e Estado tornam-se apenas facilitadores do emprego (Chertkovskaya *et al.*, 2013). Neste sentido, emerge um sentido de empregabilidade como integração e movimentação social, baseado na crença e segurança que esta opção dependerá do mérito do indivíduo (Chertkovskaya *et al.*, 2013).

Neste novo contexto, o termo empregabilidade passou a ter destaque no mundo empresarial e acadêmico. A sua ascensão pode ser vista com um reflexo do agravamento da crise mundial nos mercados de trabalho, expresso na diminuição do número de empregos formais e aumento do número de desempregados e trabalhadores informais mundialmente (Helal & Rocha, 2011). Esta nova realidade de escassez de empregos formais impossibilitava a manutenção dos discursos de trabalho do primeiro espírito do capitalismo e exigia um novo discurso que buscasse a responsabilização individual do trabalhador.

De modo a situar este fenômeno no Brasil, o estudo de Helal e Rocha (2011) demonstra que a preocupação de estudo da empregabilidade ganhou força no Brasil entre 1997 e 2007, de maneira mais acentuada em publicações empresariais (como na revista “Você S/A” e no jornal “Folha de São Paulo”) do que no meio acadêmico.

Tabela 1
Publicação de artigos de empregabilidade no Brasil

Critério	Artigos (acad.)	RAC e enanpads (acad.)	Você (empresarial)	S/A	Folha de São Paulo (empresarial)
Estuda empregabilidade	4	15	5		21
Apenas cita	2	10	6		45
Total	6	25	11		66

Nota. Fonte: Helal, D.H. & Rocha, M. (2011). Cad. EBAPE.BR [online]. Vol.9, n.1, pp. 139-154.

Por se tratar de um fenômeno recente a conceptualização sobre empregabilidade pode ser diversa. De modo geral, como será apresentado, a maioria dos autores entende sua conceptualização de maneira similar, mas divergem basicamente sob a sua perspectiva de análise, que podem ser divididas em duas perspectivas principais.

Na primeira destas perspectivas, partes dos estudos sobre este tema aborda a empregabilidade sob um viés prático e orientado pelo mercado. Muitos entendem a empregabilidade como a habilidade de se ter emprego. Para Machado (1998), o conceito tem sido utilizado para referir-se às condições da integração dos sujeitos à realidade atual dos mercados de trabalho. Esta integração pode se dar pela capacidade individual de tomar iniciativa, de atualizar seus conhecimentos e habilidades e de ser flexível e adaptável (Chertkovskaya *et al.*, 2013). Trata-se, pois, de tornar-se cada vez mais empregável, de se ter opções de carreira, habilidades diversas e de se integrar a diversos ambientes devido a características individuais.

Como principais características, a literatura sobre o tema traz grandes exigências ao *employable self*, como o *self-work ethic* (Hellas, 2002), ter habilidades (Chertkovskaya, 2013), ser flexível (Fodge, 2007), aprender sempre (Fejes, 2010), se vender bem (Fodge, 2011) e agir como uma empresa (Berglund, 2013). Para o indivíduo trata-se de evoluir nestas e outras habilidades para tornar-se empregável e garantir sua segurança econômica, sem a necessidade de recorrer a outras organizações e circunstâncias específicas. Neste contexto, empregabilidade continua a ter conotações basicamente positivas, sendo invocada como um caminho para integração social e econômica por meio de um esforço individual (Chertkovskaya *et al.*, 2013). Trata-se, pois, do sucesso ou não do indivíduo integrar-se a um objeto ou estrutura existente.

Desta maneira, muitos países passam a estimular diretrizes de empregabilidade para Escolas de Negócios e Universidades (Morley, 2001; Harvey, 2000; Kalínina, 2014; Thoilliez, 2014), de modo a estimular uma nova conduta dos trabalhadores com seu futuro profissional. Estes autores apresentam como a nova realidade econômica de instabilidade de emprego gerou influência do mercado – em especial empresas – na política federal de Estados e também nas universidades e Escolas de Negócios. Sendo assim, as fronteiras que distinguiam a educação corporativa, Estados e empresas se enfraquecem, de modo que a demanda de mercado e do Estado passam a influenciar as diretrizes educacionais em Administração. Com isso o discurso de empregabilidade passa a ser uma agenda de interesse comum destes três elementos.

De maneira distinta outros trabalhos se referem à empregabilidade como um discurso que utiliza deste para transferir a responsabilidade pelo emprego da sociedade e do Estado para o próprio trabalhador (Helal & Rocha, 2011). O discurso de empregabilidade pode ser visto como positivo para as empresas devido à influência na iniciativa e produtividade dos seus funcionários. Freitas (2000) argumenta que a sugestão advinda do discurso de empregabilidade de que o trabalhador deve ser “empreendedor da sua própria vida”, atuando como um projeto próprio, direciona e controla indivíduos a terem os comportamentos desejados pela organização. Neste exemplo Freitas entende que as organizações desejam que funcionários tenham mais iniciativa própria e dependam menos de controles e incentivos gerenciais.

Algumas das possíveis respostas para esse debate surgiram na publicação do caderno Ephemera em 2013 sobre empregabilidade, trazendo novas perspectivas críticas sob o tema ainda pouco explorado pela academia. A seguir exploraremos as contribuições dos artigos deste caderno de Chertkovskaya *et al.* (2013), Berglund (2013) e Bloom (2013) e de outros estudos que os complementam a discussão proposta nessa seção.

No texto de Chertkovskaya et al (2013) a autora desmascara a visão ganha-ganha usada tradicionalmente para falar deste assunto e demonstra como o discurso de empregabilidade pode ser uma forma de responsabilizar indivíduos de mudanças estruturais do capitalismo. Os autores discutem como o discurso de empregabilidade enaltece aspectos positivos como: (1) flexibilidade de profissionais competirem em mercados globais diversos; (2) segurança no trabalho, visto que o futuro empregatício depende apenas do indivíduo; (3) possibilidade do indivíduo escolher para quem trabalhar e (4) maior segurança psicológica, visto que a empregabilidade do trabalhador está no longo prazo, tornando o trabalho atual apenas temporal.

Por outro lado, os autores destacam fatores não disseminados pelo discurso de empregabilidade. A responsabilização pelo desemprego passa a ser apenas do indivíduo, aumentando pressão psicológica. Pressão não apenas de manter-se empregado, mas de possuir o self necessário para tal (Heelas, 2002), tendo habilidades suficientes (Chertskovskaya, 2013), sendo flexível (Fodge, 2007), de rápido aprendizado e empreendedor (Berglund, 2013). Uma discussão que surge deste ponto é se todos os indivíduos possuem as qualidades mentais e financeiras para lidar com esta pressão por resultado apenas individual.

De modo geral, Chertskovskaya et al (2013) argumentam que a empregabilidade não pode ser vista apenas como uma situação favorável para toda sociedade. Acreditam que a necessidade do indivíduo de se adaptar a qualquer exigência da empregabilidade é muito perigosa. A naturalização deste discurso impacta na pouca resistência a este na academia e ao direcionamento de indivíduos a simplesmente aceitarem as novas “regras do jogo”. Esta aceitação implica em uma alteração da relação interpessoal e de como a sociedade encara o trabalho e vida.

Como exemplo dessa disseminação do discurso de empregabilidade, em outro trabalho Chertskovskaya (2013) demonstra como a empregabilidade tornou-se um discurso que tem na educação executiva o seu ponto chave. No Reino Unido – como tratado anteriormente - em especial Escolas de Negócios passam a ter diretrizes de ensinamentos baseados no discurso de empregabilidade. Além de influenciar o direcionamento da autonomia individual em relação a sua atividade profissional, Escolas de Negócios passam a ter uma atitude incisiva durante os cursos de graduação para direcionamento de carreira de alunos. Desta maneira, impulsiona-se a empregabilidade como solução para muitas mazelas estruturais da sociedade.

Outro artigo desta edição do caderno Ephemera demonstra como um dos caminhos da educação executiva incentivar o discurso de empregabilidade é o empreendedorismo (Berglund, 2013). Para a autora, as qualidades exigidas pelo self empreendedor são as mesmas exigidas para um indivíduo ser empregável nos dias de hoje. Espera-se um indivíduo que tenha iniciativa, corra riscos, atue como uma empresa e se direcione por atividades e projetos. Trata-se, pois, de um modo de agir único que une os discursos de empregabilidade e de empreendedorismo. Desta maneira, ambos os discursos tendem a se apoiar e caminhar juntos na educação executiva. Além disso, para a autora além do excesso de responsabilização e stress gerado pelo *entrepreneur self*, este discurso, ao estimular indivíduos a buscar seu melhor e nunca contentar-se com situação atual, ironicamente leva a uma prolongada insatisfação baseada na exploração excessiva do indivíduo. Para a autora a busca do trabalho ideal ou de encontrar no mercado de trabalho valores que totalizem o seu eu pode levar a uma busca e exploração infinita dos indivíduos. E, durante este processo, as exigências de inovação, criatividade e autoconfiança serão imensuráveis. Este contexto pode levar o

indivíduo a exceder seus limites e, também, a nunca sentirem-se satisfeitos profissionalmente. Estimula-se uma busca incessante por movimento e por algo melhor.

Empreendedor ou não, o indivíduo de sucesso que participa do mundo de trabalho contemporâneo deve possuir as características do *entrepreneur self* e agir como uma empresa, autoexplorando-se. Complementando algumas ponderações colocadas de Berglund (2013), Bloom (2013) – último artigo da edição do caderno Ephemera de 2013 a ser destacado - acredita que a autoexploração é gerada pela exaltação do discurso de empregabilidade como solução para a alienação no trabalho. Ao tratar-se da empregabilidade como uma possibilidade de controlar seu destino empregatício (Hall, 2002), estimula-se a “compra” deste discurso por indivíduos que buscam ter maior controle da sua vida. Frente às críticas da sociedade burocrática tradicional, o discurso de empregabilidade como empoderamento do seu destino ganha muita força.

Bloom (2013) argumenta que o discurso da empregabilidade atua como uma fantasia cultural que estrutura a identidade dos trabalhadores no autodomínio. O autor entende a completa empregabilidade como uma fantasia que nunca pode ser alcançada, dada a liquidez das relações profissionais e organizacionais atuais e os diversos fatores não racionais que organizam a vida em sociedade. Por outro lado, entende que a fantasia é crucial para a formação identitária dos indivíduos entre os polos da alienação e falso domínio. Sendo assim, a ilusão de independência, autonomia e autodomínio reforça uma identidade socialmente determinada. Os discursos de empregabilidade, pois, ao estimularem indivíduos às aspirações de autonomia e controle refletem ironicamente a relação entre alienação e busca identitária.

Neste contexto, para o autor a alienação no trabalho passa a acontecer pelo desprendimento psíquico entre indivíduo e organização. Isso acontece, pois indivíduos passam a cultivar sua empregabilidade simplesmente por – muitas vezes cinicamente – buscar seus objetivos e ambições individuais (Bloom, 2013). Na visão do autor, ao agir desta maneira, indivíduos desconectam com o emprego atual e passam a se identificar mais fortemente com o seu eu fora do trabalho ou em projetos futuros (ilusões). Nessa realidade emprego e empregabilidade são meramente um aspecto profissional para um fim pessoal (Bloom, 2013). Para o autor, portanto, o discurso de empregabilidade leva a uma constante busca de novos caminhos e de avanços pessoais, gerando um ciclo sem fim de autoexploração, baseado num discurso falso de liberdade. Dada que a saciedade desta exploração e da plena felicidade são ilusões, o indivíduo continuará sempre em busca de algo melhor.

Esta relação psíquica trazida por Bloom (2013) ajuda na reflexão do poder do discurso em ajustar não somente práticas individuais, mas conceitos psicológicos dos trabalhadores. Por meio de um discurso hegemônico que estrutura a identidade dos indivíduos no desejo de autodomínio numa realidade capitalismo alienante (Bloom, 2013), criam-se cidadãos flexíveis, adaptáveis e em constante aprendizado (Fejes, 2010) e encontra-se uma solução discursiva para os tempos após o pleno emprego (Finn, 2000). Ao mesmo tempo, enaltece-se a liberdade e sonho de ascensão social.

De acordo com esta linha teórica sobre o tema, discursos de empregabilidade podem ser alienantes (Cremin, 2010), visto que indivíduos, para proteção e construção identitária, protegem-se de controles organizacionais e apoiam-se na ilusão de autodomínio como porto-seguro. Desta maneira, para este autor os indivíduos passam a se apoiar nas ilusões de independência, autonomia para construção social da sua identidade e, logo, segurança psicológica.

Para Bloom (2013) faz-se necessário que o trabalhador controle sua exploração e não viva num ciclo sem fim de autoexploração. Para isso, faz-se necessário desmascarar a visão romântica que a empregabilidade gera sobre o trabalho.

Empreendedor ou não, o indivíduo de sucesso que participa do mundo de trabalho contemporâneo deve possuir as características do *entrepreneur self* e agir como uma empresa, se autoexplorando. Complementando algumas ponderações colocadas de Berglund (2013), Bloom (2013) que a autoexploração é gerada pela exaltação do discurso de empregabilidade como solução para a alienação no trabalho. Ao tratar-se da empregabilidade como uma possibilidade de controlar seu destino empregatício (Hall, 2002), estimula-se a “compra” deste discurso por indivíduos que buscam ter maior controle da sua vida. Frente às críticas da sociedade burocrática tradicional, o discurso de empregabilidade como empoderamento do seu destino ganha muita força. Para Bloom (2013), inclusive, o empoderamento pode gerar uma ilusão de independência, autonomia e autodomínio reforça uma identidade socialmente determinada. Os discursos de empregabilidade, pois, ao estimularem indivíduos às aspirações de autonomia e controle refletem ironicamente a relação entre alienação e busca identitária (Bloom, 2013). Na seção seguinte, apresenta-se como o discurso sobre empreendedorismo foi construído.

1.2 Empreendedorismo

Schumpeter (1982) vê o empreendedor como um indivíduo “especial”, com vontade, intelecto, do sexo masculino e gerador de mudanças na sociedade. Guimarães Júnior e Macêdo (2013) ao analisar o entendimento de Schumpeter sobre o empreendedor afirmam: “O autor define que o empreendedor é aquele que realiza empreendimento, ou seja, tem a capacidade de realizar novas combinações dos meios de produção e de romper com o fluxo circular da economia.” (Guimarães Júnior e Macêdo, 2013, p. 258). Dessa maneira, identifica-se que a definição de empreendedor schumpeteriana leva em consideração a percepção e recombinação de fatores econômicas, de modo a alterar o modelo econômico e, em especial, seu princípio de inovação – e não de invenção. A inovação, portanto, seria a atividade final do empreendedor, gerando uma “destruição criativa” que impulsionaria a evolução econômica por meio da alteração das estruturas econômicas prévias (Schumpeter, 1982). Esta definição de empreendedor de Schumpeter é aceita em muitos estudos sobre empreendedorismo.

Com efeito, o estudo de Schumpeter sobre empreendedores inaugurou estudos de outros economistas sobre o termo. Estes passaram a associar empreendedorismo à inovação, de modo a identificar o impacto da atividade de empreendedores na economia (Mello & Cordeiro, 2010). Hanlon (2014) sugere que a inovação ocorre pela captura de valor. Esta ocorre quando o empreendedor está alerta às mudanças do mundo, tem a habilidade de prever o futuro corretamente (Bygrave, 1993; Kizner, 1985) e captura as oportunidades no momento correto. Ou seja, o empreendedor não é quem cria algo do nada, mas usa das oportunidades que se apresentam. Para utilizar destas oportunidades, faz-se necessário mais conhecimento do que capital (Hanlon, 2014). Estar “atento” significa ter conhecimento cultural e relações sociais que proporcionem o ato de empreender e modificar o mundo. Ao lidar com estas mudanças, o discurso empreendedor pede um indivíduo corajoso para lidar com desafios e incertezas.

Apesar de o conceito de empreendedorismo apresentar significados distintos, o que consideramos como discurso empreendedor – foco deste estudo – naturalizou-se de maneira bem clara. López-Ruiz (2004) explica esta concepção romântica:

A concepção tradicional do empreendedor sedimenta uma imagem romântica e mitificada de um indivíduo portador de qualidades e habilidades excepcionais que fomentam o crescimento e o desenvolvimento da sociedade, mas apresentadas descoladas dos contextos socioeconômicos e culturais. Vale lembrar que, na abordagem schumpeteriana, o tipo empreendedor resulta de uma combinação do elemento tradicional com o carismático, mas a serviço da lógica racional capitalista: representa o “último herói” pré-moderno, portador de características de um cavaleiro errante medieval em busca de aventuras, conquistas e vitórias, avessos à rotina e a estagnação. (López-Ruiz, 2004, p. 60)

Colbari (2007) resume que a posição romântica acima “parece resultar de uma síntese entre o tipo trabalhador e o tipo aventureiro” (Colbari, 2007, p. 81). De um lado todos os valores do trabalho que remetem a disciplina, foco e esforço físico e mental e, de outro, o espírito de aventura de arriscar-se e ignorar fronteiras. Aventurar-se, arriscar-se e vencer via empreendedorismo passa a ser uma situação heroica nas sociedades contemporâneas (Ehrenberg, 2010).

Para este autor a ótica do empreendedor como herói é um aspecto institucional que altera inclusive a atuação dentro de empresas, pois simboliza “uma criação pessoal, uma aventura possível para todos” (Ehrenberg, 2010, p. 48). Dessa maneira, esta visão heroica do empreendedor tornou-se um ideal para toda sociedade. Antes os heróis estavam nas estrelas do cinema ou no esporte, porém neste novo contexto as empresas tornam-se palco e performance e vitória está ao alcance de todos indivíduos.

Em decorrência dessa valorização da figura do empreendedor o estudo de atributos específicos deste tipo de indivíduo passou a ser mais valorizado na sociedade e na academia. Neste novo contexto da pesquisa em empreendedorismo, Ogbor (2000) entende que a nova ênfase do estudo do empreendedor em aspectos psicológicos – conforme citado anteriormente-, e não mais sob condições históricas e econômicas é um traço de parte das pesquisas de empreendedorismo. Esta realidade incentiva a pesquisa do empreendedorismo para novas esferas de conhecimento.

Dornelas (2008) argumenta que o empreendedor passa a ser considerado um veículo ideal para melhorar modelos de negócio e aumentar a produtividade da sociedade, pois quebram paradigmas, barreiras e geram novas relações de trabalho. Tendo em vista estas características e contexto, a concepção tradicional do empreendedor tende a ser romantizada por um indivíduo com qualidades excepcionais que fomentam o desenvolvimento da sociedade (Colbari, 2007). Assim, amplia-se a disseminação do empreendedor como um fator positivo na sociedade e vincula o empreendedorismo com desenvolvimento e crescimento de organizações e indivíduos, naturalizando-o.

1.3 O discurso de empreendedorismo e a interseções com a empregabilidade

A semelhança entre o termo empreendedorismo e empregabilidade nasce de um contexto social da intensificação do uso destes termos. As alterações discursos do capitalismo, conforme tratado anteriormente, e nova estruturação do trabalho gerada reduziram as garantias e estabilidades do estado de bem estar social clássico e muitos países. Neste momento foi sugerido um novo discurso de trabalho aos trabalhadores, voltando-se para empregabilidade e para o empreendedorismo:

A empregabilidade e o empreendedorismo tornam-se peças importantes na reconstrução de uma cultura do trabalho resignada diante do de desemprego e adaptada ao risco, à insegurança e à incerteza, enfim, dissociada do paradigma do mercado de trabalho formal e do complexo de significados articulados em torno dele. (Colbari, 2007, p. 100)

Ambos podem ser vistos como uma saída para o desemprego (Magno & Barbosa, 2011) ou, ao menos, como uma mudança discursiva que mobilize a capacitação e iniciativa pessoal de indivíduos de buscar e ser responsável pela sua posição social. Para estes autores o discurso de empreendedorismo e de empregabilidade tornam-se, portanto, a solução para a nova realidade econômica das sociedades capitalistas.

Para que este novo cenário social ganhe legitimidade na sociedade e conduza atitudes específicas dos indivíduos ele deve ser estimulado discursivamente de modo a alcançar a prática social. Para tal a maior interseção entre os discursos de empregabilidade e empreendedorismo acontecem nas exigências individuais de ambos. Conforme apresentado anteriormente, ambos exigem um *enterprising self* (Berglund, 2013) – ou “empreendedor de si mesmo” -, que pode ser resumido pela necessidade e habilidade de agir como uma empresa, de auto explorar-se e de controlar seu destino empregatício. Como argumentam Magno e Silva:

No nível dos discursos e das narrativas, o que estamos testemunhando é uma tentativa de construção da imagem do empreendedor de si mesmo como o indivíduo capaz de vencer as incertezas e inseguranças da vida social dentro do contexto do capitalismo flexível” (Magno e Silva, 2011, p.138)

Vencer a instabilidade e incerteza passa pela *performance* discutida por Ehrenberg. O caráter nocivo desta relação é esvaziado e substituído por um novo imaginário de aventura, que se apoia na necessidade do indivíduo assumir a característica específica de “empreendedor de si mesmo”. Em ambas as situações os indivíduos são estimulados a aspirações de autonomia e controle, em uma realidade de mercado com menos garantias e estabilidades. Neste aspecto, as habilidades necessárias e de mentalidade do indivíduo em busca de uma empregabilidade formal e de um empreendedor em busca da sua posição social são idênticas. Exige-se que todos indivíduos sejam essencialmente capitalistas.

De maneira adicional, ambos os discursos sugerem uma mentalidade muito próxima para os indivíduos. O fato de termos como “empreendedorismo”, “criatividade”, “mudança” e inovação” serem utilizadas tanto dentro como fora de organizações, retratando a mentalidade econômica e mentalidade do indivíduo sugerem um *ethos* do sistema capitalista atual (López-

Ruiz, 2004). Este *ethos*, de acordo com López-Ruiz (2004), faz a figura do empreendedor um dever e ideal para todos indivíduos da sociedade.

Pode-se dizer que o *ethos* empreendedor, pois, é muito próximo do *ethos* do trabalhador de um sistema baseado nos princípios de empregabilidade apresentados anteriormente. Valoriza-se, assim, estar sempre em busca de algo, em constante mudança e com grande envolvimento e estímulo (Chiapello & Fairclough, 2002) e para uma finalidade justa de encontrar sua posição social.

Na próxima seção serão apresentados os resultados das entrevistas semiestruturadas realizadas com empreendedores de *startups* da cidade de São Paulo.

2. Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa adota a perspectiva interpretativista (Morgan & Smircich, 1980), dada a importância atribuída a processos subjetivos e que favorece a importância de compreender interações humanas com o mundo exterior. Nesta ótica, as interações entre indivíduos e a realidade social são construídas nas interações do dia a dia (Berger & Luckmann, 1999; Cunliffe, 2008). Faz-se importante ressaltar que este ramo teórico pode ter diversas abordagens mas, nesse trabalho, enfatizou-se a etnometodologia (Garfinkel, 1967; Garfinkel, 1996; Garfinkel, 1988; Heritage, 1999; Bispo & Godoy, 2014). Rawls (2008) aponta que a principal contribuição de Garfinkel aos estudos em Ciências Sociais ocorreu ao negar a dicotomia entre o indivíduo e o coletivo.

Foram entrevistadas 17 empreendedores de *startups* da cidade de São Paulo. Munhoz *et al.*(2013) explicam que as *startups* normalmente exploram setores específicos e buscam como objetivo um crescimento acelerado. Assim, diferentemente de um empreendedor que busca montar um negócio para ter um tamanho restrito ou apenas com a finalidade de se manter economicamente, o empreendedor de *startups* tem como objetivo principal que sua empresa atinja uma dimensão de faturamento relevante. Dessa maneira, entende-se que este seja o objeto de pesquisa mais indicado para analisar motivações para um sucesso econômico rápido e relevante financeiramente.

As entrevistas foram realizadas entre os meses de Setembro e Dezembro do ano de 2017. Os entrevistados responderam a perguntas sobre motivação em empreender e características do empreendedor. Entende-se que ao discutir estes temas faz-se possível identificar se os valores e competências presentes nos discursos de empregabilidade fazem parte das suas motivações em empreender.

De modo a garantir a maleabilidade nas entrevistas foi utilizado o método de entrevistas semiestruturadas (Godoi, Bandeira-de-Mello & Barbosa da Silva, 2006). Para tal, foi utilizado um roteiro de entrevistas, que pode dar flexibilidade para o entrevistador ordená-las e inserir ou excluir perguntas (Godoi, Bandeira-de-Mello & Barbosa da Silva, 2006). A tabela a seguir apresenta uma síntese de alguns dados dos entrevistados, como idade, sexo, natureza e momento do negócio e número de negócios empreendidos.

Tabela 2

Empreendedores de *startups* entrevistados

Nome	Tipo	Sexo	Idade	Negócio digital ou não digital	Estágio	Nº de negócios
E1	Empreendedor	M	27 Anos	Digital	Operação	1
E2	Empreendedor	M	31 Anos	Digital	Operação	2
E3	Empreendedor	M	34 anos	Digital	Desenvolv.	3
E4	Empreendedor	M	26 anos	Não digital	Operação	1
E5	Empreendedor	F	45 anos	Não digital	Operação	1
E6	Empreendedor	M	24 anos	Digital	Desenvolv.	1
E7	Empreendedor	M	66 anos	Digital	Operação	4
E8	Empreendedor	M	29 anos	Digital	Operação	1
E9	Empreendedor	M	35 anos	Digital	Operação	3
E10	Empreendedor	M	34 anos	Não digital	Operação	2
E11	Empreendedor	M	34 anos	Digital	Encerrada	2
E12	Empreendedor	M	32 anos	Digital	Operação	2
E13	Empreendedor	M	30 anos	Digital	Encerrada	2
E14	Empreendedor	M	28 anos	Digital	Operação	1
E15	Empreendedor	M	40 anos	Não digital	Operação	5
E16	Empreendedor	F	35 anos	Digital	Desenvolv.	1
E17	Empreendedor	M	38 anos	Não digital	Operação	2

Nota. Fonte: elaborado pelo autor

Ao final de cada entrevista o pesquisador realizou a transcrição das gravações, mantendo gírias, sons e outras influências do áudio original (McLellan *et al.*, 2003). As análises de dados foram realizadas com auxílio do software Atlas Ti (Godoi, Bandeira-de-Mello & Barbosa da Silva, 2006) versão 7.5.7. As transcrições das entrevistas foram analisadas “linha a linha” e tiveram seus trechos codificados em dois níveis de grupos. Por fim, os grupos codificados foram organizados em estruturas coerentes (Miles & Huberman, 1994), totalizando 12 códigos específicos. De modo a possibilitar uma análise detalhada sobre os resultados utilizou-se também de tabelas de dados com apoio do Microsoft Excel.

3. O empreendedor de *startups*

Na tabela 2 foram apresentadas algumas características dos empreendedores entrevistados. Identificou-se uma predominância de homens empreendedores de *startups* entrevistados – foram entrevistadas duas empreendedoras do sexo feminino. A idade média de todos os entrevistados foi de 34,6 anos, porém com uma grande variação – o empreendedor mais novo possuía 24 anos, enquanto o mais velho 66 anos. A variação etária sugere que a atividade empreendedora pode ocorrer em diversos momentos da vida profissional dos indivíduos e possibilita visões diferentes sobre a atividade empreendedora, de modo a gerar mais de um ponto de vista para a pesquisa.

De modo geral, o empreendedor de *startups* entrevistado possui cerca de 34 anos, tem anos de experiência gerindo a sua empresa, está em um estágio operacional e, na maioria dos casos, não está na sua primeira tentativa empreendedora. Percebe-se que a variação deste perfil nas entrevistas auxilia nas análises de dados das entrevistas.

Parte dos entrevistados sugere ter decidido empreender após um processo de autorreflexão quando ainda era um funcionário atuando em empresas privadas. A fala do entrevistado E12 remete a este ponto:

As empresas buscam muito um cara que tem protagonismo, que tem senso de dono, ou seja, ela busca muito o perfil do empreendedor para trabalhar dentro dela, mas ela não compartilha a tomada de decisão, ela não compartilha muitas vezes do ganho financeiro. E, por trabalhar com isso eu comecei a ver que não fazia mais sentido eu trabalhar mais com todos esses *skills* que eu acho que eu desenvolvi de empreendedorismo, mas trabalhar para outros sem o bônus sendo dividido e sem a tomada de decisão também ser compartilhada. E eu sempre fui um cara um pouco mais tomador de risco e acho que isso que trava muita gente.

Na visão do entrevistado, portanto, a sua experiência como funcionário de outras empresas não foi coerente com os valores enaltecidos pelas empresas pela qual trabalhou. Possuir protagonismo, “senso de dono” e ter o perfil de empreendedor não possibilitou que ele tivesse a autonomia e ganho financeiro que esperava. Com isso, buscou uma atividade na qual pudesse efetivamente ter protagonismo, mesmo que com maior risco envolvido.

Além deste exemplo, entende-se que as razões mais citadas para desistimulo em ser funcionário de uma empresa tiveram como base a falta de retribuição dos seus esforços realizados. O cansaço do “modelo tradicional” gerou uma crescente insatisfação pessoal de trabalho, que o levou a buscar uma nova atividade profissional como empreendedor. Para muitos, o empreendedorismo representava a solução que buscava a autonomia e, conseqüentemente, a satisfação no trabalho.

De maneira similar, muitos dos entrevistados justificaram sua busca empreendedora como um objetivo de identificar na atividade profissional mais do que apenas o retorno financeiro. Um exemplo disso pode ser visto da fala de E1, de 27 anos:

É [...] se você começa a escutar uns estudos das pessoas mais velhas e tudo que você vê, todo mundo fala que "Po, devia ter arriscado mais", "Devia ter tentado isso" e não sei o quê [...] Então, se você para e racionaliza isso, você vai ver que não é uma decisão tão irracional. Você fala: Pô, todo mundo fala que deveria ter arriscado mais. Todo mundo fala "Se você trabalha no lugar que você não gosta, vá procurar outra coisa, por causa que a vida é curta" e não sei o quê. Então, se você olha todos os estudos e vê isso, você fala "Cara, não tem porque você ficar num lugar só pelo dinheiro. Então, é [...] se você racionaliza isso, você acaba percebendo que "Pô, é o momento para você, pra você arriscar".

Nota-se na fala de E1 que empreender, para ele, é uma atividade de risco, mas que pode trazer retornos profissionais diversos e não somente financeiros. A escolha profissional, de acordo com esse entrevistado, muitas vezes é movida apenas por interesses financeiros e a atitude de empreender representa um risco de buscar “algo a mais”. Em outro momento da entrevista, este entrevistado relata que realizar algo diferente é buscar fazer a diferença no mundo:

Puts, se você não existisse no mundo, qual que teria sido a diferença?", "Se você não existisse, qual que seria a diferença no mundo?" Aí, você para e pensa "P****", se eu ficar no Itaú, é trinta anos lá. Hoje, conforme a aposentadoria que a gente for pensar [...] isso não existe. E mesmo se eu ficasse, que diferença que faria, cara? Seria só mais um. E você fala "Cara, tem tanta coisa que, se você arriscar, você pode conseguir", como pode não conseguir também mas, cara, é uma tentativa.

Novamente, para ele, ao comparar o empreendedorismo com uma carreira em empresa privada ele entende a atividade empreendedora como um risco. Tomar esse risco, por outro lado, pode ser uma maneira de gerar um impacto diferente no mundo e não ser "só mais um". Neste aspecto, a atividade empreendedora alcança um status de gerador de mudança e de, ativamente, desempenhar um papel único no mundo.

A motivação deste entrevistado pode ser relacionada com a fala de outros empreendedores deste estudo. Sob esta ótica, a entrevistada E5, de 45 anos entende que a atividade empreendedora é uma opção para ter uma atuação de mudança de mundo:

"Fui eu que consegui concretizar isso". Você numa *corporate*, você se sente muito só um grão de areia no meio do oceano. Então, eu queria realmente fazer parte, queria ter autonomia para fazer as coisas e percebia que eu estava distanciando demais do lado técnico e que todo meu *background* eu estava desperdiçando e não estava atuando devidamente.

Sendo assim, nota-se nesta fala que para a entrevistada o trabalho em um contexto corporativo faz com que a pessoa se sinta uma parte muito reduzida de uma grande estrutura. Empreender, por outro lado, torna-se uma maneira de utilizar sua experiência e ter uma atuação mais autônoma e que realize ações por mérito unicamente do empreendedor.

Neste sentido empreender, para a maioria dos entrevistados, é ter protagonismo de carreira e não depender de outros para chegar no seu resultado. A falta de dependência de outros sugere que a atividade empreendedora pode se mostrar "libertadora" para os entrevistados, que demonstram alta relevância para busca autonomia e a motivação de criar algo único e por mérito próprio. Alguns entrevistados ligaram a busca por autonomia como uma maneira de se colocar fora da "sua zona de conforto", de serem mais "inquietos" e em busca de constante aprendizado.

Assim, para E15 o processo de empreender é uma maneira de fugir da "mesmice", de ter um desenvolvimento acelerado e, também, de ter maior valorização profissional devido a isso. Este e outros empreendedores atribuem a característica de ser "inquieto" a uma busca de situação de trabalho não esperadas, exigindo aprendizados novos diariamente, de modo a buscar novas soluções. Para os entrevistados da zona de conforto pode ser inclusive uma situação desconfortável, conforme diz E5, 45 anos:

Foi um desafio. Era o que eu buscava, na realidade. Eu queria fazer essa mudança, queria aprender, eu sei que eu já não estava aprendendo e é um desconforto eterno na minha vida. No momento em que eu sinto que eu já estou numa zona de conforto, isso me incomoda tanto que eu mudo. Então, eu não gosto muito da zona de conforto.

Para o entrevistado, portanto, empreender é um desafio procurado, cuja atividade gera uma sensação de desconforto na vida. Este entende que o conforto – ou “estar na zona de conforto” – o incomoda. Uma solução para fugir deste incômodo, então, é ter o constante desafio que a atividade empreendedora proporciona. Na fala de outros entrevistados o desafio surge como uma ação mobilizadora, como para o entrevistado E14, que afirma: “Eu gosto muito do desafio. O desafio é uma coisa que me move muito”. O desafio como uma mobilização, para muitos entrevistados, faz parte da transformação de conseguir realizar um projeto sozinho, de se posicionar e de ser o único responsável pelo caminho trilhado pela empresa.

Pode-se dizer, portanto, que para muitos dos entrevistados a recorrente busca de uma solução é algo prazeroso, visto que envolve superar desafios. Esta superação, para eles, é superior via uma atividade empreendedora, pois o resultado e risco de negócio é inteiramente individual – diferente de uma empresa privada, na qual normalmente riscos e soluções são compartilhados.

O prazer de superação de um desafio grande pode, inclusive, ser mais prazeroso para os empreendedores. O entrevistado E7, de 66 anos entende que quando algo é “quase impossível” o desafio pode ser ainda mais instigante para o empreendedor:

Um deles é essa coisa de fazer o impossível, é ser empreendedor e falar “Po, cara. É impossível? Será que é impossível?” Né? Quase impossível, sem nenhum heroísmo aí, mas assim, quando outros falam “Isso aqui não dá pra fazer”, você pode pensar mais e falar “Não, dá pra fazer.” Certo? Então, acho que essa é uma característica nata, que tá lá, acho que sempre estive, desde moleque era meio assim mesmo, e que algumas pessoas tem e te levam a ser empreendedor.

Para ele é uma característica do empreendedor contestar os limites e tentar ultrapassá-los. Para E7 esta é uma atitude padrão de um empreendedor, de se sentir desafiado e buscar soluções para grandes problemas.

Pode-se dizer, como apresentado, que muitos dos entrevistados têm como motivação para empreender a autonomia, desafio e prazer de agir por conta própria e de ser unicamente responsável pelo seu sucesso profissional. Para os entrevistados superar as incertezas que o processo empreendedor proporciona pode ser prazeroso, principalmente quando se percebe uma conquista individual frente a obstáculos considerados desafiantes.

As entrevistas sugerem que coragem para enfrentar os desafios da atividade empreendedora muitas vezes está relacionada à questão financeira. O entrevistado E14 diz que lidar com os desafios gera impactos emocionais diversos:

Principalmente nos momentos de angústias, porque a vida emocional da gente é assim “vou ficar rico, vou quebrar, vou ficar rico, vou quebrar”, se você consegue ganhar algum dinheiro nessa trajetória, em algum momento, você consegue chegar no sucesso, ou você fica rico de vez ou quebra de vez e acaba essa oscilação.

O trecho acima sugere uma realidade relatada por parte dos entrevistados. A incerteza de sucesso ou não de um novo empreendimento gera angústias emocionais para os empreendedores, tendo em vista o fator financeiro. Isso demonstra a representatividade que a relação risco-retorno da atividade empreendedora.

De modo geral, o empreendedor de *startups* entrevistado demonstra experiências profissionais anteriores à atividade empreendedora e busca protagonismo de carreira. Aliado a isso se identifica com autonomia profissional, com desafios e em trilhar seu caminho profissional – e ser o único responsável pelo sucesso deste.

Considerações finais

Conforme visto na revisão de literatura, os discursos de empregabilidade e de empreendedorismo possuem interseção com outros valores e habilidades necessárias desse modo de trabalhar e de agir na sociedade contemporânea. Desta ótica, pode-se dizer que o discurso empreendedor também é um discurso de empregabilidade, visto que ambos tratam da responsabilização individual e refletem na atitude individual do profissional como uma empresa.

Este estudo entende que o empreendedor passa a ser o supracumulado do sucesso do trabalho na sociedade contemporânea, pois tem o valorizado *enterprising self*, encontra seu espaço social por esforço unicamente próprio, fazendo-o com estímulo, grandeza e contestando barreiras.

Foram entrevistados empreendedores de *startups* de modo a identificar se os valores e competências presentes nos discursos de empregabilidade fazem parte das suas motivações em empreender. Como visto, as entrevistas apresentaram que o empreendedor de *startups* da cidade de São Paulo se interessa por desafios, contestação de limites, autonomia e protagonismo de carreira. A responsabilização individual e desafios provenientes dessa relação profissional não demonstraram ser um fardo para os entrevistados e sim um incentivo prazeroso.

A motivação em empreender dos entrevistados passa, assim, por valores do discurso de empregabilidade. Fica claro, por exemplo, a predisposição destes empreendedores em se ariscar em um novo negócio, assumindo unicamente a responsabilidade pelo sucesso ou fracasso do seu empreendimento. Dessa maneira, nota-se a adequação aos valores de responsabilização prevista no discurso de empregabilidade (Helal & Rocha, 2011). Somado a isso, a valorização do protagonismo de carreira e atuação do empreendedor entrevistado demonstra o empoderamento (Bloom, 2013) e busca por “algo a mais”. A sua atuação como uma organização reitera os princípios do *entrepreneur self* (Berglund, 2013) ou “empreendedor de si mesmo” (Freitas, 2000). Esta atuação de auto exploração (Bloom, 2013) está de acordo com a busca e valorização de mérito individual destes indivíduos (Chetkovskaya *et al.*, 2013).

Conclui-se, assim, que os resultados qualitativos deste estudo estão de acordo com o referencial teórico dos discursos analisados. Percebe-se, dessa maneira, que os valores e conceitos do discurso de empregabilidade podem ser vistos nas motivações e características do empreendedor de *startups* da cidade de São Paulo. Tratam-se, portanto, de valores que incentivam a atuação profissional dos empreendedores entrevistados. Os valores do discurso de empregabilidade tornam-se atrativos e prazerosos, motivando um modelo de conduta individual dos entrevistados.

Dessa maneira, tal conduta individual de transposição de desafios pode ser vista como prazerosa para os empreendedores entrevistados. Analisando sob os argumentos de Bloom (2013), pode-se dizer que as necessidades psicológicas provenientes dos discursos de

responsabilização individual atuam como uma maneira de estruturação da autoexploração de empreendedores. Estes passam a se mobilizar por uma gestão individual como uma empresa, sendo único responsável pelo seu futuro. Esta atuação pode resultar, como apresentado, em uma fantasia cultural de autodomínio. Esta fantasia tem também como base a ilusão de independência e autonomia.

Sendo assim, entende-se que os dados desta pesquisa de valorização de protagonismo e independência caminham na direção da discussão teórica de autoexploração proveniente dos discursos de responsabilização individual. Com isso, sugere-se que a valorização destes elementos por parte dos empreendedores de *startups* entrevistados possa decorrer de um reflexo dos discursos de responsabilização individual. Portanto, a visão do indivíduo como empresa transpõe-se em valores positivos e valorizados profissionalmente pelos objetos de pesquisa. Os discursos, dessa maneira, podem tornar-se prática e direcionar preferências e atuações profissionais.

Espera-se que este estudo tenha contribuído com a análise de dados empíricos em um campo marcado essencialmente por estudos teóricos, fortalecido a recente e ainda limitada literatura que relaciona o conceito de empregabilidade e empreendedorismo e, finalmente, criticar a naturalização dos discursos de empreendedorismo como um discurso de empregabilidade, de modo a gerar reflexão futura sobre o tema.

Conforme visto anteriormente, a naturalização dos discursos de empregabilidade e de empreendedorismo incentiva a reificação dos valores que esses incentivam na sociedade. Com isso, estes discursos influenciam a conduta dos indivíduos na sua relação com o mundo e, especialmente, com o trabalho. Como qualquer naturalização, faz-se necessário espaço para a crítica e reflexão dos valores incentivados na atual responsabilização do indivíduo no trabalho, de modo a segmentar os valores discursivos que atendem ao benefício de toda sociedade daqueles que são mais nocivos do que positivos.

Como limitações desta pesquisa, este trabalho utilizou-se de apenas 17 entrevistas para a avaliação de empreendedores de *startups* e novos estudos devem ser empiricamente desenvolvidos para maior compreensão desse fenômeno. Como oportunidade de pesquisa seria necessária também a ampliação desta discussão para outros perfis de empreendedores e, até mesmo, como funcionários contratados de empresas privadas, de modo a gerar novas discussões.

4. Referências

- Berger, P., Luckmann, T. (1976) A construção social da realidade. Petrópolis, Editora Vozes.
- Berglund, K. (2013). Fighting against all odds: Entrepreneurship education as employability training. *Ephemera* volume 13 (4): 717-735.
- Boltanski, L. e Chiapello, E. (1999). *Le nouvel esprit du capitalisme*. Paris: Gallimard.
- Bloom, P. (2013). Fight for your alienation: The fantasy of employability and the ironic struggle for self-exploitation. *Ephemera* volume 13 (4): 785-807.
- Bygrave, W.D. (1993). Theory building in the entrepreneurship paradigm. *Journal of Business Venturing*, 8, 255-80.
- Bustamam, U.S.A., Mutalib, M.A. e Yusof, S.N. (2015) Graduate employability through entrepreneurship. A case study at USIM. 2nd Global Conference on Business and Social Science. Indonesia.
- Costa, A.M. da, Barros, D.F. e Martins, P.E.M. (2012). A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor. *Cad. EBAPE.BR*, v.10, nº 2, artigo 6, Rio de Janeiro, Jun. 2012.
- Colbari, A. L. (2007). A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. In: *SINAIS- Revista Eletrônica – Ciências Sociais*. Vitória: CCHN, UFES, Edição Especial de Lançamento, n.01, v.1, pp 75-111.
- Chiapello, E. e Fairclough, N. (2002). Understanding the new management ideology: a transdisciplinary contribution from critical discourse analysis and new sociology of capitalism.
- Chertkovskaya, E., Watt, P., Stefan, T. e Spoelstra, S., (2013). Giving notice to employability. *Ephemera* volume 13 (4): 701-716.
- Corley, K.G. e Gioia, D.A. (2011). Building theory about theory building: what constitutes a theoretical contribution?. *Academy of Management Review*. Vol. 36. No.1, 12-32.
- Dardot, P. e Laval, C. (2016). *A Nova Razão do Mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal*. Tradução Mariana Echalar – 1.Ed. São Paulo, Boitempo.
- Dornelas, J.C.A. (2008). *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*. Rio de Janeiro: Elsevier/Campus.
- Ehrenberg, A. (2010). *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida, SP. Idéias e Letras.
- Freitas, M. E. (2000). Contexto social e imaginário organizacional moderno. *Revista de Administração de Empresas*, n.2, p.6-15.
- Fejes, A. (2010). Discourse on employability: constituting the responsible citizen. *Studies in Continuing Education*, 32(2): 173-175.

- Fodge, M. (2007). The making of an employable individual, in B. Hoijer (ed.) Ideological horizons. Goteborg: Nordicom.
- Fodge, M. (2011). Governing through career coaching: Negotiations of self-marketing. *Organization*, 18(1): 65-81.
- Gergen, K (1985) The social constructionist movement in modern Psychology. *American Psychologist*, no. 40, v.3, 266-275
- Grazier, B. (1999). *Employability: Concepts and policies*. Berlin: European Employment Observatory.
- Godoi, C.K., Bandeira-de-Mello, R. e Barbosa da Silva, A. (2006). *Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos*. Editora Saraiva.
- Gorz, A. (2005). *O Imaterial: Conhecimento, Valor e Capital*. Annablume Editora, São Paulo.
- Guimarães Júnior & Macêdo, K.B. (2013). O papel do empreendedor na formação de grupos sociais: uma abordagem psicodinâmica. *Revista Psicologia: Organização e Trabalho*. 13(3), set- dez 2013. p. 257-264.
- Hanlon, G. (2014). The entrepreneurial function and the capture of value: Using Kirzner to understand contemporary capitalism. *Ephemera. Theory & politics in organization*. Volume 14(2): 177-195.
- Harvey, L. (2000). *Tertiary Education and Management 6: 3-17*. Klumer Academic Publishers. Netherlands.
- Helal, D.H. e Rocha, M. (2011). O discurso da empregabilidade: o que pensam a academia e o mundo empresarial. *Cad. EBAPE.BR [online]*. Vol.9, n.1, pp. 139-154.
- Heelas, P. (2002) 'Work ethics, soft capitalismo and the turn to life' in P. du Gay and M. Pryke (eds.) *Cultural economy: Cultural analysis and comercial life*. London: Sage.
- López-Ruiz, O. J. O (2004). *Ethos dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais apresentada ao Departamento de Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas, sob orientação do PProf. Dr. Renato Otiz.
- Machado, L. (1988). Educação básica, empregabilidade e competência. *Trabalho & Educação – Revista do Nete/UFMG*, Belo Horizonte, n.3, p.15-31, jan./jul.
- Miles, M.B. e Huberman, A.M. (1994).. *Qualitative data analysis*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- McMillan, D.W. e Chavis, D.M. (1986). *Sense of community: a definition and theory*. *Journal of community psychology*, 14, 6-23.

- Mello, S. C. B. De & Cordeiro, A. T. (2010). Investigando novas articulações e possibilidades no discurso empreendedor: contexto, sujeito e ação. O&S – Salvador, v.17 – n.53, p. 279-295 – Abril/Junho.
- Munhoz, A.C.C., Sengia, B. e Oliveira, G.P.S. (2013). *Coworking e crowdsourcing: como modelos de negócios inovadores influenciam no desenvolvimento de startups*. XVI Semead.
- Ogbor, J. O. (2000). Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies. *Journal of Management Studies* 37:5 July 2000. 0022-2380.
- Rifkin, J. (1996). *O fim dos empregos: o declínio inevitável dos níveis dos empregos e a redução da força global de trabalho*. Makron Books.
- Rifkin, J. (2001). *A era do acesso. A transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia*. Makron Books.
- Sennett, R. (2006). *A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo* / Editora Record, Rio de Janeiro.
- Spink, M.J. (1999) *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas*, São Paulo, Cortez Editora
- Thoilliez, B. (2014). Universities versus employability. Some elements for analysis. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 139 (2014) 79-86 .Elsevier.
- Thorpe, R.; Holt, R. (2012) *The SAGE Dictionary of Qualitative Management Research*, London, Sage Publications, 2008, reprinted in 2012.
- Welshman, J. (2006). The concept of unemployable. *Economic History Review*, LIX (3): 578-606.