

## **EMPREENDEDORISMO E IDEOLOGIA NEOLIBERAL NO BRASIL:**

### **A transição do perfil empreendedor na Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios**

## ***ENTREPRENEURSHIP AND NEOLIBERAL IDEOLOGY IN BRAZIL:***

### ***the transition in the entrepreneurial profile of magazine Pequenas Empresas, Grandes Negócios***

---

Samyama Tavares Monteiro\*  
Cristiano Monteiro\*\*

#### **Resumo**

O artigo explora a preponderância da ideologia neoliberal como prática normativa da vida social sob a ótica da Sociologia Econômica. Nesse contexto, o estudo objetivou analisar a transição dos perfis empreendedores brasileiros propagados pela revista *Pequenas Empresas Grandes Negócios*. Trata-se de uma pesquisa descritiva documental, que utilizou como fonte números selecionados da referida revista no período compreendido entre as décadas de 1990 e 2010. As categorias foram elaboradas a partir do contato com o material, após o estudo da estrutura e conteúdo da revista, permitindo dois momentos de exploração: o primeiro voltado à imagem, observando as capas, com categorias como faixa etária e vestimenta, e um segundo momento de análise dos sumários e dos conteúdos das reportagens de capa. Dentre os resultados alcançados, destaca-se a análise do teor das reportagens mais frequentes em cada década, apresentando matérias cada vez menos voltadas para empreendimentos específicos e uma tendência a reportagens mais ligadas a comportamentos e valores.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Neoliberalismo. Valores. Flexibilização.

#### **Abstract**

This article explores the predominance of the neoliberal ideology as a normative practice of social life under the lens of Economic Sociology. In this context, the study aimed at analyzing the transition of the Brazilian entrepreneurial profiles presented by magazine *Pequenas Empresas Grandes Negócios*. The methodology consisted of a documental descriptive research, based on selected issues of the aforementioned magazine in the period between the early 1990s and early 2010. The categories of analysis were elaborated inductively, after the study of the structure and content of the magazine in two steps: the first one, aimed at the images, by observing the magazine covers, with focus on categories such as age and dressing; and the second one, with focus on the summaries of the issues and the content of the cover stories. The analysis shows that the magazine transitioned from a focus on stories about specific business to stories related to values and behaviors.

**Keywords:** Entrepreneurship. Neoliberalism. Values. Flexibility.

---

\* Doutoranda e Mestre em Sociologia pela Universidade Federal Fluminense e integrante do Grupo de Estudo Estratégias para o Desenvolvimento, Estado e Pensamento Sociopolítico (EDESCP). Professora da Faculdade de Vassouras, campus Maricá, Rio de Janeiro, Brasil. Email: stmonteiro@id.uff.br

\*\* Doutor em Sociologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e pesquisador do Grupo de Estudo em Desenvolvimento do Sul Fluminense (GEDESUF). Professor do Departamento de Sociologia e Metodologia das Ciências Sociais e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal Fluminense. E-mail: cmonteiro@id.uff.br

## Introdução

Este artigo propõe uma análise das transformações associadas aos aspectos ideológicos do capitalismo contemporâneo, inspirada na Sociologia Econômica. Para tal, expõe o exame das mudanças no modo de vida das pessoas, a partir de uma perspectiva pautada na racionalidade do neoliberalismo, conformando uma nova ordem econômica que vem sendo analisada, desde fins da década de 1990 até anos mais recentes, por autores como Dardot e Laval (2016), Boltanski e Chiapello (2009) e Richard Sennett (1999,2006). Em comum, essa literatura tem ressaltado a importância da dimensão cultural para a análise dessas temáticas.

A revista *Pequenas Empresas Grandes Negócios* (PEGN) foi lançada pouco antes do início da década de 1990, contextualizada na referida discussão sobre as transformações do capitalismo e a reestruturação produtiva, e surgiu abordando um assunto pertinente ao momento: a economia e a elaboração do próprio negócio. A proposta de gerir o próprio empreendimento se articula, por definição, com a racionalidade neoliberal, mantendo assim seu perfil de publicação até hoje. Desde suas primeiras publicações, a PEGN aborda assuntos econômicos de maneira informal, de modo a trazer conhecimento econômico para o público brasileiro, ao mesmo tempo em que serve de modelo para a forma como esse conhecimento é disseminado. Suas publicações abrangem não apenas o mundo dos negócios, mas um “manual de condutas” que pode ser aplicado dentro e fora das empresas, apresentando reportagens que tratam mais de comportamento do que economia no sentido estrito, sem deixar de citar empresas específicas e ideias de negócios como foco principal de suas edições.

A presente pesquisa teve como objetivo geral analisar a difusão da prática neoliberal através dos perfis empreendedores difundidos pela revista PEGN entre as décadas de 1990 e 2010. Para isso, percorreu os seguintes objetivos específicos: 1) Avaliar a partir das capas da revista PEGN nos anos de 1991/1992 e 2015/2016, categorias específicas como “faixa etária” e “vestimenta”; 2) Classificar os sumários da revista PEGN nos anos de 1990, 1994, 2000, 2005 e 2010, a partir de categorias como “valores e comportamentos”, “empreendimentos específicos” e “práticas e processos do meio empreendedor”; 3) Analisar as reportagens de capa da revista PEGN nos anos de 1990, 1994, 2000, 2005 e 2010 segundo categorias “valores”, “intencionalidades”, “chamada de capa” e “tipo de negócio”. As categorias de análise emergiram do contato com o próprio material e expressaram dois momentos de análise, sendo o primeiro voltado para a imagem das capas e o segundo para a análise de conteúdo dos sumários e reportagens da capa.

Em relação aos métodos, adotou-se a perspectiva descritiva documental. Esta escolha decorre da natureza do objeto investigado – o perfil do empreendedor no novo capitalismo.<sup>1</sup> Para desenvolver a investigação, utilizou-se como fonte documental números escolhidos da

---

<sup>1</sup> A pesquisa descritiva documental (GIL, 2008) caracteriza-se por descrever determinada população ou fenômeno buscando estabelecer relações entre variáveis, utilizando para isso fontes documentais de primeira mão que ainda não receberam tratamento analítico, tais como: documentos oficiais, reportagens de jornal, cartas, filmes, fotografias, gravações e documentos de um modo geral.

revista *Pequenas Empresas Grandes Negócios* no período compreendido entre as décadas de 1990 e 2010. A escolha dessa revista justifica-se por essa integrar parte do quadro de investigação sobre a temática da transformação do capitalismo e a ideologia neoliberal, visto que é capaz de retratar não apenas as práticas e os padrões econômicos do período em questão, mas também as estratégias das grandes mídias na escolha de como propagar essas ideias, tornando-se mais um vetor das referidas práticas e ideologias na realidade social de seus leitores.

A pesquisa foi realizada no acervo da Biblioteca Nacional, entre os meses de outubro e dezembro de 2018. No primeiro registro, foram englobadas todas as publicações presentes no acervo nos anos de 1991/1992 e 2015/2016 para o estudo das capas em um exercício exploratório. Já no segundo registro, foram realizadas outras visitas para a análise de conteúdo das reportagens de capa nas datas de 1990, 1994, 2000, 2005 e 2010, além da análise das capas e dos sumários dessas edições. O registro foi feito de acordo com a disponibilidade do acervo, procurando analisar a primeira e última publicação de cada ano e uma delas para o estudo das reportagens na íntegra. Os meses disponíveis e selecionados foram: janeiro e novembro de 1990, janeiro e dezembro de 1994, janeiro e dezembro de 2000, janeiro e novembro de 2005 e janeiro e novembro de 2010. Optou-se principalmente pelo estudo das reportagens de capa na íntegra de uma revista em cada ano, explorando seu conteúdo e características para um aprofundamento do que se observou na investigação anterior, assim como a tentativa de verificação da coerência entre as duas linhas de investigação. Para detalhar mais o estudo, foram realizadas análises dos sumários, o que proporcionou um olhar adicional sobre as transformações dos tipos de reportagens abordadas nas publicações. Neste caso, fez-se uma distinção entre as categorias “valores e comportamentos”, “empreendimentos específicos” e “práticas e processos do meio empreendedor”, indo ao encontro da investigação anterior com foco nas capas e até mesmo com a exploração de conteúdo das reportagens.

Para a análise de conteúdo das reportagens – presente no segundo momento de análise, a partir das cinco datas pré-definidas – o estudo baseou-se em categorias reflexivas como “intencionalidades” e “valores”, junto a outras categorias analíticas como “tipo de negócio” e “chamada da capa”. Dessa forma, obteve-se um quadro de investigação capaz de alcançar os questionamentos centrais da pesquisa, que transitam entre a normatividade da ideologia neoliberal e as estratégias por parte dos agentes disseminadores – no caso a revista PEGN – dessa prática para a manutenção de seu funcionamento. Em síntese, a trajetória metodológica de manipulação do material empírico pode ser apresentada da seguinte forma:

Quadro 01: Coleta e organização do material empírico

Parâmetros	Primeiro momento de análise	Segundo momento de análise
Anos selecionados	1991/1992 e 2015/2016	1990, 1994, 2000, 2005 e 2010
Partes da revista analisadas	Capas	Capas, sumários e reportagens das capas
Categorias utilizadas	“faixa etária” e “vestimenta”	Sumário: “valores e comportamentos”, “empreendimentos específicos” e “práticas e processos do meio empreendedor” Reportagens: “valores”, “intencionalidades”, “chamada de capa” e “tipo de negócio”

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação ao empreendedorismo, esse pode ser compreendido como uma ação econômica, viabilizada por atores sociais<sup>2</sup> ou de maneira mais geral e próxima à concepção econômica (LEITE; MELO, 2008), como por exemplo na definição apresentada pelo *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas* (Sebrae) que relaciona essa atividade à identificação de problemas, oportunidades e soluções inovadoras, atrelando a isso – como é observado nessa vertente, assim como na revista em questão – ideias de um perfil de empreendedor a ser seguido, traçando características como otimismo, autoconfiança e resiliência.

Nas produções acadêmicas, o termo aparece na fronteira entre teorias econômicas e teorias sociológicas clássicas. Dessa forma, como propõe Schumpeter (1982), o empreendedorismo é um vetor importante para o desenvolvimento econômico, na combinação entre capital e trabalho, associado à noção de inovação. Em Max Weber (2004), por sua vez, o termo é compreendido pela ação do indivíduo, por meio de um sistema de práticas e valores econômicos relacionados à dedicação ao trabalho e ao estímulo para esse.

No Brasil, essa prática, que ganha força na década de 1990 – atrelada à intensificação da reestruturação produtiva e a mudanças na ordem cultural – é apontada com grande representatividade por estudos que evidenciam seu crescimento e expressão, como aponta a pesquisa do IBGE, segundo a qual o número de empreendedores passou de 20,4 milhões em 2001 para 24,9 milhões em 2014, representando um crescimento de 22% (DATASEBRAE, 2016).

Pensando na trajetória do empreendedorismo no país, é importante destacar o surgimento de políticas públicas de incentivo ao mesmo, como no caso do *Microempreendedor Individual*

<sup>2</sup> Como salienta Barbosa (2011), empreendedores de si mesmos. Deve-se considerar a construção discursiva desses atores sociais e a noção que se trata de um tipo não universal, já que pela ausência de pertencimentos coletivos e proteção estatal, é um perfil não acessível a todos.

(MEI) criado em 2008 para estimular a formalização de microempreendedores informais e profissionais autônomos, amenizando algumas exigências da legislação relativas, por exemplo, à contratação de profissionais da área contábil e emissão de documentos fiscais, e permitindo o registro no *Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas* (CNPJ).

Como aponta o estudo de Oliveira (2013), o público do MEI pode ser dividido entre, de um lado, a formalização de pequenos empreendedores e, de outro, empresas individuais já formalizadas em busca dos benefícios que o programa oferece. O autor apresenta dados do *Cadastro do Microempreendedor Individual* – extraído do *Cadastro Nacional de Empresas* (CNE) e a *Relação Anual de Informações Sociais* (Rais) sobre a proporção de microempreendedores entre 2006 e 2010 – que passa pelo ano de implementação do programa, a partir de 2009 – caracterizando um aumento de 14,9% em 2009 para 60,8% em 2010, e em 2006, apenas 5,9%, mostrando a possível influência do programa no incentivo à formalização.

Além disso, o papel da família no campo do empreendedorismo também deve ser considerado e investigado. Segundo a revisão de Borges *et al.* (2016), a integração entre família e empresa – assim como as práticas e processos empreendedores nesse tipo de negócio – apresenta diferentes abordagens e temáticas na produção acadêmica, incluindo a sobreposição desses dois campos, na identificação de oportunidades e mobilização de recursos por parte da família. Também fazem parte da análise as características das famílias, suas capacidades de dar continuidade ao empreendimento familiar e temas clássicos do meio empreendedor orientando o estudo no campo das empresas familiares.

Outra tendência mais atual aborda o “empreendedorismo digital”, cada vez mais relevante frente ao avanço tecnológico e ao processo de flexibilização. Segundo Oliveira *et al.* (2019) esse campo do empreendedorismo interfere não apenas na economia, mas também na sociedade, gerando emprego e promovendo uma espécie de desenvolvimento econômico e social. A questão seria, então, de que maneira esse novo perfil de empreendimento afeta o social. Além disso, termos como *uberização*<sup>3</sup> (ANTUNES, 2020; ABILIO, 2019) revelam que a realidade atual está sob uma nova forma de gestão e uma mudança nas formas de trabalho que demandam maior investigação.

A análise em questão contribui para elucidar, a partir de uma abordagem crítica, os diferentes perfis do empreendedorismo brasileiro e de que maneira eles se relacionam com a ideologia e com o modo de operar próprios do novo capitalismo. Esse modo contribui para o direcionamento das ações dos indivíduos não apenas na comparação entre o antigo e o novo capitalismo, mas na forma como ele se mantém como potência influenciadora nos dias atuais, ainda se transformando e criando novos padrões, o que torna imprescindível a investigação contínua do tema assim como o questionamento dessa lógica subjacente.

---

<sup>3</sup> Termo definido por Ricardo Antunes (2020) como um processo que individualiza e inviabiliza as relações, com a aparência de prestação de serviços, e que reforça a precarização do trabalho.

## Fundamentação Teórica

A nova ordem econômica guiada pela racionalidade do neoliberalismo e pelas mudanças nas formas de trabalho tem sido abordada desde a década de 1990 até anos mais recentes (SENNETT, 2006; BOLTANSKI, CHIAPELLO, 2009; DARDOT; LAVAL, 2016). Inspirado no aporte da Sociologia Econômica (STEINER, 2006), este artigo se propõe a pensar nas transformações associadas ao capitalismo em sua dimensão ideológica, além da relação direta com a sociedade e o modo de vida das pessoas, o que torna insuficiente a ideia de atores atomizados e demanda uma perspectiva pautada nas interações e no papel das instituições (GRANOVETTER, 2007; POLANYI, 2012).

O capitalismo não deve ser encarado como uma abstração, mas sim como um sistema econômico em constante transformação, capaz de modificar ideologias e instituições, expressando diferentes experiências históricas e políticas (BRESSER-PEREIRA, 2011; POLANYI, 2000). Pensando na gestão empresarial e nas formas de trabalho nos diferentes momentos do capitalismo e das ideologias que permeiam cada um deles, é possível identificar a transição de práticas baseadas na estabilidade e na rotina para uma atitude de caráter flexível (SENNETT, 2006). Em meio a essas transformações, não seria possível uma análise da vida econômica separada da vida social. Através do conceito de “economia como processo instituído”, proposto por Polanyi (2012), pode-se compreender que a estrutura dos mercados é resultado de uma construção social e política, no seio da qual se modificam as motivações para o trabalho.

### Normatividade neoliberal

Segundo Boltanski e Chiapello (2009), o capitalismo se torna possível por acessar um teor moral, com estruturas normativas, trazendo mudanças nas formas de engajamento e ditando um modo de vida baseado em práticas econômicas de constante disputa. Nesse sentido, a busca pelo controle dos trabalhadores passa a funcionar a partir do *autocontrole*. Os autores, que elaboraram uma análise desde a década de 1960 – passando pelo movimento de maio de 1968 na França – até a década de 1990, partindo de uma literatura da gestão empresarial, afirmam que:

As questões que se apresentam para os autores dos anos 90 mostram-se diferentes e idênticas, de acordo com o aspecto considerado. São idênticas por retomarem o gancho da crítica à burocracia dos anos 60, levando-a ao extremo: a hierarquia é uma forma de coordenação que deve ser banida por basear-se na dominação; dessa vez não se trata apenas de libertar os executivos, mas todos os assalariados. São diferentes porque se tornam fundamentais alguns motivos novos, como a pressão concorrencial e as exigências dos clientes (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 98).

Dessa forma, a política neoliberal deve ser compreendida como uma ideologia, muito além da relação entre Estado e economia, uma prática que não afeta apenas as instituições

públicas, mas também as relações sociais e o modo de vida das pessoas. “Capaz de orientar internamente a prática efetiva dos governos, das empresas e, para além deles, de milhões de pessoas que não têm necessariamente consciência disso” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 15).

O conceito de *governamentalidade* proposto por Foucault (2001) auxilia na elucidação das ferramentas de controle do neoliberalismo que atuam como produtoras das normas da vida social. Entende-se por *governamentalidade* as diferentes formas de ação por meio das quais os homens – pertencentes ou não ao governo – conduzem as condutas dos outros e de si mesmos, compreendendo o governo, dessa forma, como uma ação, e não como uma instituição, e enfatizando o papel do Estado, o que limita a ideia de não intervenção pressuposta pelo neoliberalismo.

É exatamente esse mecanismo que garante que o neoliberalismo se mantenha ativo, produzindo subjetividades e normatividade no meio social. Segundo Dardot e Laval (2016), o neoliberalismo como forma de racionalidade – que estrutura a ação e a conduta, como uma razão do capitalismo contemporâneo – se caracteriza principalmente pela disseminação do princípio universal da concorrência:

Essa norma impõe a cada um de nós que vivamos num universo de competição generalizada, intima os assalariados e as populações a entrar em luta econômica uns contra os outros, ordena as relações sociais segundo o modelo do mercado, obriga a justificar desigualdades cada vez mais profundas, muda até o indivíduo, que é instado a conceber a si mesmo e a comportar-se como uma empresa (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 16).

O comportamento dos governantes e das pessoas de maneira geral está diretamente ligado com a racionalidade neoliberal, que é absorvida de forma similar à noção de cultura, ao passo que tende a seguir práticas e normas inculcadas pelo modo de governar do neoliberalismo. Nesse sentido, é possível compreender o caráter ideológico dessa racionalidade, assim como refletir sobre seu alcance e potência. O fator normativo do termo e de sua abrangência aproxima-se do conceito de *habitus*, de Bourdieu (2007), quando se compreende o neoliberalismo não apenas como um fator que estrutura as ações, mas que também é estruturado e reforçado por elas, permitindo a emergência e manutenção de determinadas práticas e ideologias. Além disso, a questão da moralidade pode ser pensada a partir das diferentes concepções de mercado (FOURCADE; HEALY, 2007) desde aqueles que estimulam as virtudes dos agentes, assim como os considerados pesadelos das commodities e os mercados fracos que são, na verdade, produtos da cultura e da sociedade.

#### Transformações no novo espírito do capitalismo

As transições entre os diferentes momentos do capitalismo expressam racionalidades distintas que podem ser observadas nas condutas da sociedade, inclusive na própria gestão

empresarial. A principal transformação nessa trajetória é a mudança no campo das ideias e da moral que passou de um momento em que a poupança era uma atitude central para um sistema cujo foco era o tempo. “O tempo constitui o recurso básico para conectar os atores que controlam o acesso ao dinheiro, do que depende o orçamento do projeto” (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009, p. 190). A lógica baseada na poupança abrangia valores como estabilidade e autocontrole, já no novo capitalismo, do mundo em rede, a noção de estabilidade é desfeita e o tempo é o fator central.

Através da análise de Sennett (2006), é possível trazer para a discussão a importância do fator tempo nos dois momentos em questão. Esse se encontra na ideia de capitalismo social militarizado do modelo burocrático, baseado na estabilidade, previsibilidade e funções fixas. Com as mudanças do final do século XX, instaurou-se a lógica de flexibilidade, visando mais lucro, a resultados com maior rapidez e a ações a curto prazo. No capitalismo flexível, as instituições assumem uma nova arquitetura, com menos burocracia, evitando a autoridade institucional e proporcionando um baixo nível de capital social.

A questão do controle se mantém nos dois modelos, sendo que nessa nova ordem, a coerção externa dos aparelhos organizacionais é deslocada para o interior dos trabalhadores, fazendo com que eles se autocontrolem. Todo o funcionamento da empresa desse novo molde contribui para o autocontrole individual e voluntário (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009), seja nos projetos, ou na postura do líder de conscientizar e motivar os funcionários.

Ainda sobre as análises de Sennett (1999), o modelo do capitalismo flexível, de mercado global e avanço tecnológico, com novas formas de organizar o tempo e abandono da ideia de longo prazo como no sistema antigo, segue caminho oposto em relação a valores como o compromisso. A postura neoliberal internalizada pelo indivíduo, que passa a atuar como uma empresa, reflete não apenas a maneira como ele é afetado pela nova era econômica, mas também como ele a incorpora, sendo parte de seu funcionamento e agente fundamental para que esse sistema se mantenha.

Dessa forma é possível compreender que a vida social e a economia não são polos dissociados, assim como os efeitos do novo capitalismo e da postura neoliberal não se limitam a afetar apenas o lado econômico do indivíduo, mas toda sua esfera de relações, práticas e ideologias; demandando, portanto, uma investigação mais apurada de como funciona e se mantém esse sistema.

### **Análise dos Resultados**

Dentre os resultados alcançados no primeiro momento de investigação, além da tendência observada na frequência das capas, de pessoas mais jovens e um modo de se vestir mais informal, destaca-se também a mudança identificada no conteúdo das reportagens expostas na referidas capas, que possuíam um tema mais objetivo nas revistas da década de 1990, tratando



diretamente de algum empreendimento ou empresa na maior parte das capas, enquanto na década de 2010, elas apresentavam predominantemente reportagens reflexivas e ideológicas, falando de comportamento, sem priorizar a pessoa presente na capa.

Primeiro momento de análise

Considerando as devidas ponderações, os dados coletados e analisados mostram que na década de 1990 apenas duas capas (9%) retratavam pessoas com aparência mais jovem, enquanto na década de 2010, a proporção, apesar de próxima, era oposta, mostrando que 10% representavam o que se aproximava da subcategoria “aparência mais madura”, enquanto a maioria (90%) caracterizavam-se por uma “aparência mais jovial”. Para uma melhor comparação entre a regra e exceção de cada década, destacam-se as seguintes capas:

**Figura 1 e 2: Estilo de capa mais e menos frequentes**



Figura 1: Década de 1990



Figura 2: Década de 2010

Fonte: Dados coletados na pesquisa.

Comparando os diferentes períodos, além da maior frequência de pessoas jovens nas capas, outra mudança identificada é no conteúdo das reportagens, que possuíam um teor mais objetivo em 1991 e 1992 (*figura 1*), tratando diretamente de algum empreendimento ou empresa na maior parte das capas, enquanto em 2015 e 2016 (*figura 2*), elas tratavam mais de comportamento e valores ou de características de algum setor de negócios, sem priorizar a pessoa presente na foto, como é o caso das figuras 1 e 2 que, de um lado apresenta proprietários de uma empresa de cosméticos e de academia, enquanto de outro as ideias das reportagens são mais voltadas para empreendimentos no setor “pet” e o ideal de realização de abrir o próprio negócio. As categorias passam de mais concretas e objetivas do mundo empresarial, para mais ideológicas e comportamentais, contribuindo para o teor normativo das reportagens. Diante desse quadro, por meio da análise das imagens nas capas, é possível notar uma tendência na revista da transição da figura do empreendedor, que vai da concepção clássica do “homem de negócios” para o perfil de “aparência mais jovial”.

Ao observar o tipo de vestimenta característica de cada década, pensando a partir das subcategorias “formal” ou “não formal”, e respeitando a contextualização particular de cada momento, identificando o que seria uma exceção para cada período, notou-se uma tendência a uma aparência mais formal na década de 1990, quando apenas 5 revistas (23%) mostravam o que parecia fugir da regra, como por exemplo um homem usando uma camisa de botão estampada, ou uma simples camiseta. Já na década de 2010, levando em consideração as limitações anteriormente citadas, apenas uma capa destoou das demais pelo uso do que se aproximaria mais da concepção de um terno, sendo adicionado o *blazer*.

Essa informalidade na maneira de se vestir, observada nos anos mais recentes, junto à tendência de uma amostra mais jovem, permite uma reflexão sobre as mudanças em direção ao modelo de empreender mais flexível. Fatores como a globalização, reestruturação produtiva e inserção das novas tecnologias de informação e comunicação no meio empreendedor viabilizaram transformações que ampliaram o acesso à informação, permitiram outras novas formas de trabalho contextualizadas na própria transformação do capitalismo. As mudanças observadas na revista de uma década para a outra se apresentam em sintonia com as próprias transformações sofridas pela sociedade e a reconfiguração do capitalismo.

### Segundo momento de análise

Para compreender melhor a transição entre as décadas, foram selecionados cinco anos para exploração do material: 1990, 1994, 2000, 2005 e 2010. Em cada ano destacado, foram escolhidas duas publicações que, juntas, integraram a análise dos sumários:

Figura 3: Revistas selecionadas para o segundo momento de análise



Fonte: Dados coletados na pesquisa

A figura 3 apresenta as capas selecionadas em cada ano para a análise de conteúdo da reportagem principal – comentada no item 3.2.2 –, já a próxima seção detalhará a análise dos sumários que contempla duas edições por ano.

*Análise dos sumários*

Para aprofundar a análise, recorreu-se ao estudo das chamadas de reportagens nos sumários das dez revistas dos anos de 1990, 1994, 2000, 2005 e 2010. Foram elaboradas três categorias em função do teor que cada uma dessas reportagens se aproxima, sendo elas: “valores e comportamentos”, “empreendimentos específicos” e “práticas e processos do meio empreendedor”. Chamadas como *Ética e honra para conquistar funcionários* de 2005 e *Segredos de quem ganhou o mundo* de 2010, por exemplo, foram reunidas na categoria “valores e comportamentos”. *Pelé se torna empresário* de 1990 e *Crescimento da empresa Fogo de Chão* de 2005 foram consideradas como “empreendimentos específicos”. *Boom dos importados e aumento de franquias* de 1994 e *Estratégias de negociação* de 2010 foram alocadas em “práticas e processos do meio empreendedor”.

Mesmo sendo uma análise indutiva, ela é capaz de expressar indicadores do perfil da revista, principalmente quando associadas às demais explorações do material, como o caso das capas e as reportagens na íntegra. Nos três níveis de investigação, observou-se resultados semelhantes em função da transição dos tipos de publicações, das mais centradas em empreendimentos ou práticas econômicas específicas para reportagens que abordam valores e comportamentos, como pode ser visto no quadro a seguir:

**Quadro 2: Percentual por teor de reportagem nas chamadas de sumário**

ANO	Valores e comportamentos	Empreendimentos específicos	Práticas e processos do meio empreendedor
<b>1990</b> (n = 28)	7%	43%	50%
<b>1995</b> (n = 26)	4%	42%	54%
<b>2000</b> (n = 25)	8%	40%	52%
<b>2005</b> (n = 29)	34%	14%	52%
<b>2010</b> (n = 31)	32%	10%	58%

Fonte: Dados coletados na pesquisa

Observa-se que, em relação à categoria “práticas e processos do meio empreendedor”, a quantidade de reportagens se manteve equilibrada ao longo das diferentes datas – visto que essa categoria se relaciona diretamente com a proposta da revista, que é a abordar e utilizar

as linguagens do universo empreendedor – enquanto entre “ideologias e comportamentos” e “empreendimentos específicos” é possível notar uma tendência de crescimento inversamente proporcional, já que, considerando as variações, o número de reportagens que apresentavam um teor mais ideológico e comportamental foi maior nas datas de 2005 e 2010 do que nas anteriores, enquanto as reportagens centradas em empresas determinadas tenderam a diminuir de frequência.

### *Análise de conteúdo das reportagens*

Para compreender melhor o posicionamento da revista e de que forma ela se comunica com o público, foram elaboradas análises de conteúdo das reportagens de capa, observando o tipo de negócio abordado, a imagem do empreendedor e as intencionalidades e valores identificados, como pode ser visto no quadro a seguir:

**Quadro 3: Análise de conteúdo das reportagens de capa**

Ano	Chamada de capa	Tipo de negócio	Intencionalidades	Valores
1990	“Parceria dá dinheiro. Tonio Nishida, fornecedor da IBM”	Parcerias. Reformulação e surgimento de empresas a partir de parcerias	Incentivar a prática de parcerias e mostrar a atuação da empresa IBM nesse contexto	Sobrevalorização da capacidade individual
1994	“As oportunidades do Mercosul. Livre comércio entre Brasil, Argentina, Paraguai e Uruguai avança e abre espaço para os pequenos. Rubens Biscaro, da Laramaq, de Campinas (SP): parceria com empresa argentina”	Mercado internacional no Mercosul. Parceria com empresas de outros países	Incentivar ampliação do mercado para países vizinhos e a valorização do momento político brasileiro que estaria proporcionando isso	Necessidade de adaptação às demandas das novas configurações do mercado, como o mercado internacional
2000	“10 negócios quentes para 2001. Ricardo Cardoso, da Natural Company: receita de R\$ 1,9 milhão com saís de banho, velas e aromaterapias”	10 ideias de negócios para o ano de 2000	Estímulo à atividade empreendedora, a abrir seu próprio negócio	Sobrevalorização da capacidade individual
2005	“Você sabe mesmo quem é seu cliente? O consumidor mudou (de novo). Veja seu raio-x completo e conheça 8 tendências em ebulição para faturar mais”	Análise do perfil do consumidor atual	Traçar o perfil do novo consumidor	Rompimento com as noções anteriores de classe no consumo e necessidade de adaptação às novas demandas dos consumidores

---

2010	“Os negócios mais quentes da internet. Luis Machado, 32 anos, dono do site Icasei; as noivas pagam de R\$ 59 a R\$289 para fazer parte do portal que ele criou. A empresa tem 20mil casais ativos e 600 novos cadastros por mês”	Negócios on-line (empresas na internet)	Estimular os leitores a empreender no meio on-line e divulgar empresas que prestam serviços específicos	Reafirmação da característica flexível própria do novo capitalismo, propagando assim a prática neoliberal e necessidade de adaptação a essas mudanças
------	--	---	---	---

---

Fonte: Dados coletados na pesquisa

A respeito das análises sobre os tipos de negócios abordados nas reportagens, apenas uma reportagem tratou especificamente de uma prática empreendedora e trouxe uma empresa como destaque: a de janeiro de 1990. A reportagem na sequência, de 1994, não tratou especificamente de uma empresa, mas teve o foco em uma única prática, da parceria com países vizinhos, quando tratou das oportunidades do Mercosul. Duas das seguintes reportagens selecionadas (2000 e 2010) trataram de um grupo de ideias de negócios, trazendo o foco para variadas práticas econômicas – e diferentes comportamentos adequados para cada tipo de negócio – em vez de uma única empresa. Uma das reportagens, em novembro de 2005, trouxe uma abordagem com teor subjetivo e analítico, ao apresentar uma investigação sobre o consumidor, orientando como lidar e se adaptar ao seu novo perfil.

Enfatizando a categoria das intencionalidades, o ponto em comum nas reportagens é o incentivo à prática empreendedora, a abrir o próprio negócio, assim como a associação às práticas do meio, como parcerias, presentes na reportagem de 1990 e 1994, ampliação de mercado, na aproximação de países vizinhos, como na publicação de 2000, e a utilização de novas maneiras de empreender, relacionada às novas tecnologias, em 2010. Uma reportagem, de novembro de 2005, formulou esse incentivo por outro caminho, traçando o perfil do consumidor, apresentando quais mudanças foram observadas e como lidar com tais mudanças. É relevante à análise a percepção de que o esforço de definir o perfil do consumidor por parte da revista também é capaz de contribuir para a compreensão do perfil do próprio empreendedor, já que esse é levado não só a compreender o cliente, mas a se adaptar a ele.

No que se refere à análise sobre os valores identificados nas cinco diferentes publicações, nota-se que as reportagens estão divididas apenas em duas vertentes: a sobrevalorização da capacidade individual (como em 1990 e 2000) – em que a revista estimula a ideia de superação, mas não apresenta os meios para que se possa alcançá-la – e a adaptação do empreendimento às novas condições, sejam elas as próprias características específicas do capitalismo flexível e suas novas formas de trabalho (2010) ou o novo perfil de consumo, que gera novas demandas, além de refletir também o novo perfil do empreendedorismo, como visto em 1994 e 2005.

Pensando categorias como “intencionalidades” e “valores”, a abordagem de Dardot e Laval (2016) permite compreender o estímulo às práticas empreendedoras, assim como parcerias e ampliação, e a necessidade de adaptação às novas exigências do meio. São exatamente posturas como essas que permitem a permanência da normatividade apontada pelos autores, da permanência do neoliberalismo não só como modo de pensar as relações econômicas, mas como modo de vida, já que ele interfere na realidade desses indivíduos, não apenas em seus ambientes de trabalho, mas em toda a esfera comportamental, valorizando mais esses comportamentos específicos do que condições de classe ou meramente econômicas.

O perfil do empreendedor se apresenta como facilitador desse processo quando pessoas passam a funcionar como empresas, o que é caracterizado no papel do pequeno empreendedor, que toca seu negócio baseado nessas práticas e a própria vida dentro desses padrões de flexibilidade, individualidade e competitividade, buscando frequentemente lucro, otimização e crescimento. Como afirmam Leite e Melo (2008, p. 42): “felicidade, ascensão financeira e sucesso profissional são temas da moda e certeza de sucesso”; ideias essas reforçadas pelos gurus, a elite de pensadores do meio empreendedor que corroboram a legitimação de tal pensamento e modo de agir. Trata-se de um mecanismo que desloca para o próprio empreendedor a missão de se manter na lógica do capitalismo flexível, assim como a própria revista não apenas esboça um perfil de empresário, mas estimula a manutenção desse mesmo perfil e desse funcionamento em questão.

Em relação às demandas de adaptação ao novo momento vivenciado pelos empreendedores, pode-se destacar duas principais características: as próprias mudanças do capitalismo flexível e o novo ambiente tanto social quanto empresarial que se constrói a partir da inserção das novas tecnologias, mais especificamente o uso das tecnologias nas operações de trabalho e mercado. Essas novas demandas também interferem no desempenho dos jovens empreendedores, que precisam atuar em diferentes funções dentro das empresas (BORGES, FILION; SIMARD, 2008). Esses integram parte importante da reflexão sobre as transformações em questão, já que estão inevitavelmente contextualizados na era da tecnologia e do trabalho flexível em oposição à estrutura anterior, de outra geração de empreendedores e formas de trabalho.

Comparando as duas datas limites entre as décadas, 1990 e 2010, obtém-se o seguinte quadro: em 1990 a reportagem de capa e os sumários estavam voltados para um empreendimento específico. A intencionalidade se enquadrava no tipo clássico da proposta da revista, incentivando a prática empreendedora e os valores abarcavam a ideia de sobrevalorização do indivíduo. Já em 2010, a reportagem de capa trazia um conjunto de diferentes empreendimentos no ambiente da nova era digital, a internet, sendo que nos sumários também se notou menos foco em um empreendimento específico e maior registro, que nos anos anteriores, de chamadas que remetiam a valores e comportamentos. Como intencionalidade, permaneceu a valorização da atitude empreendedora, mas em relação aos valores tratava-se da nova característica flexível própria

do capitalismo e da necessidade de adaptação ao mesmo. Ou seja, a própria transformação do capitalismo – que é permeada pelo pensamento neoliberal – pode ser observada nas mudanças das abordagens da revista, retirando a ênfase do indivíduo e em um empreendimento específico para explicar diferentes tipos de negócios e comportamentos pertinentes a eles, trocando a noção que estava atrelada ao indivíduo de superação para adaptação.

### **Considerações finais**

Através desta pesquisa, foi possível contemplar o alcance da ideologia neoliberal na construção do perfil empreendedor através da revista *Pequenas Empresas Grandes Negócios* como um recorte das próprias características do empreendedorismo brasileiro e dos comportamentos disseminados nesse universo. Junto a isso, considera-se também a apresentação de manuais de posturas consideradas adequadas à atividade empreendedora, que se enquadram nas estratégias promovidas pelo neoliberalismo. Mecanismos como esses explicam não apenas a presença da influência neoliberal, mas sua manutenção e permanência, por meio de adaptações e reformulações, reforçando seu papel nas diferentes décadas analisadas.

Em relação ao primeiro momento de exploração dos materiais empíricos, traçando o perfil que se apresenta nas capas da revista PEGN, destacou-se a transição da imagem formal de empreendedor para jovens com aparência informal e gerindo empreendimentos mais flexíveis. Além disso, não apenas a imagem do empreendedor foi um indicador de mudanças ao longo do período, os tipos de empreendimentos apresentados nas publicações também demonstraram adaptações ao processo de flexibilização, transitando de empreendimentos específicos para aqueles mais voltados a valores e comportamentos.

Essa percepção foi confirmada no estudo das chamadas dos sumários, que integraram o segundo momento de análise – já compreendendo datas entre as duas décadas principais – e contribuíram para melhor compreensão da mudança e adaptação da revista às novas demandas. Relacionando as taxas em cada categoria, notou-se o mesmo movimento de abordagens cada vez menos voltadas para empreendimentos específicos e que buscavam cada vez mais abarcar as tendências comportamentais e de valores pertinentes à transição para o capitalismo flexível. A pouca variação nas taxas referentes à categoria “práticas e processos do meio empreendedor” reforça a proposta da revista, por seu conteúdo e linguagem, mas ao mesmo tempo contribui para verificar a relevância dos dados.

A principal investigação do segundo momento de análise apoia-se na intencionalidade e nos valores identificados nas reportagens da PEGN. Sua relevância se justifica pela aproximação ao objeto de investigação da pesquisa, permitindo uma percepção mais direta do teor normativo das práticas neoliberais e da atuação da revista. Os resultados, além disso, apontaram para a mesma direção das análises anteriores, tanto das capas – primeiro momento – como dos sumários, identificando mais uma vez a transição nos tipos de empreendimentos e abordagens

da revista em sintonia com o processo de flexibilização. Ainda sobre esse aspecto, destacam-se nas análises sobre os valores, a sobrevalorização do indivíduo e a necessidade de adequação às novas demandas desse processo, enfatizando a noção de superação e adaptação.

A permanência, adaptação e reafirmação das ideologias neoliberais que circundam as transformações do capitalismo flexível podem ser identificadas nas práticas empreendedoras, no perfil do empreendedorismo, nas reformulações dos tipos de negócio, nos meios pelos quais se empreende e na conduta do dono de empresa, entre outras. É exatamente por esse aspecto que a conduta neoliberal se mantém em diferentes contextos e circunstâncias, incumbindo a ela um importante papel. A revista analisada não é capaz de alcançar toda a realidade brasileira, mas é um indicador de mudanças em curso no país. Isso reforça a necessidade do fortalecimento da agenda de pesquisa sobre o neoliberalismo como ideologia, como cultura, como prática normativa, produtora de subjetividades e do próprio material que a reforça, assumindo-se como uma grande e nova ordem da vida social, tornando imprescindível seu destaque nas análises sociológicas.

## Referências

- ABILIO, Ludmila Costhek. Uberização: Do empreendedorismo para o autogerenciamento subordinado. **Psicoperspectivas**, Valparaíso, v. 18, n. 3, p. 41-51, 2019. Disponível em: <[https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-69242019000300041&lng=en&nrm=iso](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-69242019000300041&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 5 mar. 2020.
- ANTUNES, Ricardo. **Uberização, trabalho digital e Indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo, 2020.
- BARBOSA, Attila Magno e Silva. O empreendedor de si mesmo e a flexibilização no mundo do trabalho. **Rev. Sociol. Polit.**, Curitiba, v. 19, n. 38, p. 121-140, fev. 2011. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-44782011000100008&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782011000100008&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BORGES, Alex Fernando *et al.* Empreendedorismo em empresas familiares: a pesquisa atual e os desafios futuros. **Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 17, n. 2, p. 93-121, 2016. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-69712016000200093&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712016000200093&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 22 abr. 2019.
- BORGES, Cândido; FILION, Louis Jacques; SIMARD, Germain. Jovens empreendedores e o processo de criação de empresas. **Rev. Adm. Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 8, p. 39-63, 2008. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1678-69712008000800004&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1678-69712008000800004&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 2 mar. 2019.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.
- BRESSER-PEREIRA, Luiz. **Cinco modelos de capitalismo**. São Paulo: FGV, maio 2011.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade neoliberal**. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DATASEBRAE. **Perfil dos empreendedores**. Brasília: Sebrae, 2016. Disponível em: <<https://datasebrae.com.br/perfil-dos-empresarios/#indice>>. Acesso em: 11 mar. 2019.
- FOUCAULT, Michel. **Dits et écrits**. 2. v. 1976-1988. Paris: Quarto Gallimard, 2001.
- FOURCADE, Marion; HEALY, Kieran. Moral views of Market Society. **Annual Review of Sociology**, v. 33, p. 14.1-14.27, 2007.
- GIL, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.



- GRANOVETTER, Mark. Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. **RAE eletrônica**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 1-41, 2007. Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1676-56482007000100006](https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482007000100006)>. Acesso em: 10 de maio 2018.
- LEITE, Elaine da Silveira; MELO, Natália Maximo. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **Revista de Sociologia e Política**, Curitiba, v. 16, n. 31, p. 35-47, 2008. Disponível em: <[https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782008000200005&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-44782008000200005&script=sci_arttext)>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- OLIVEIRA, Aline Aparecida Sousa *et al.* Empreendedorismo digital: suas contribuições no âmbito econômico e social. **Organizações e Sociedade**, Salvador, v. 8, n. 9, p. 56-68, 2019. Disponível em: <<http://revista.facfama.edu.br/index.php/ROS/article/view/436>>. Acesso em: 8 abr. 2020.
- OLIVEIRA, João Maria de. Empreendedor individual: ampliação da base formal ou substituição do emprego? **Radar**, Brasília, n. 25, p. 33-44, abr. 2013. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/radar/130507\\_radar25\\_cap3.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/radar/130507_radar25_cap3.pdf)>. Acesso em: 21 nov. 2018.
- POLANYI, Karl. A economia como processo instituído. *In*: POLANYI, Karl. (org.). **A subsistência do homem e ensaios correlatos**. Rio de Janeiro: Contraponto: 2012. p. 293-328.
- POLANYI, Karl. **A grande transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- SCHUMPETER, Joseph. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SENNETT, Richard. A corrosão do caráter: o desaparecimento das virtudes com o novo capitalismo. Rio de Janeiro: Record, 1999.
- SENNETT, Richard. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro: Record, 2006.
- STEINER, Philippe. **A Sociologia Econômica**. São Paulo: Atlas, 2006.
- WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. São Paulo: Companhia de letras, 2004.

Recebido em: 07/10/2020

Aceito em: 04/02/2021