

Da aventura empreendedora à depressão nervosa: revisitando a obra **From entrepreneurial adventure to nervous depression: revisiting the work**

Idayane Gonçalves Soares¹

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Tradução de Pedro F. Bendassolli, São Paulo: Ideias & Letras, 2010.

O Culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa, do sociólogo francês Alain Ehrenberg², nos apresenta as mudanças nos comportamentos e valores da sociedade francesa das últimas décadas (do século XX) – com a emergência do neoliberalismo – a partir da análise do discurso empresarial, esportivo e do consumo. Segundo o sociólogo, o empreendedorismo é agora a nova norma social que se endereça a todos, sem distinções hierárquicas, em um período de desencantamento em que não existe uma salvaguarda religiosa ou até mesmo política, posto o esfacelamento de projetos coletivos alternativos, mas apenas a indivíduo-trajetória³.

Em um período de grande desemprego, grave crise institucional e de saúde pública no Brasil, a verborreia empreendedora continua a ecoar na sociedade sob a forma de transformar a pandemia de covid-19 em oportunidade individual disponível a todos. À medida que outros países retrocedem e aderem a medidas consideradas socialistas que variam de: nacionalizar hospitais privados, congelar preços de produtos básicos até a suspensão de pagamentos de aluguel, hipotecas e serviços públicos (JUAN, 2020), o governo do Brasil e os empresários, sob o imperativo de que a economia não pode parar e que os indivíduos precisam trabalhar, incitam os a se arriscar à morte para garantir suas próprias sobrevivências físicas, levantando o discurso do indivíduo empreendedor de si mesmo.

Este livro, publicado em 1995 na França, mas traduzido apenas em 2010 no Brasil por Pedro F. Bendassolli, não poderia explicar tanto o momento atual brasileiro em termos de mentalidade e de colapso depressivo nervoso. Embora seja o retrato de Ehrenberg da França do fim do século passado, possibilita compreender o Brasil de 2020, país com a população mais

¹ Mestranda em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Bacharela em Ciências Sociais pela mesma universidade, com período sanduíche na Universidade de Coimbra (UC). Pesquisadora do GREM-GREI – Grupo de Antropologia e Sociologia das Emoções e Grupo Interdisciplinar de Estudos em Imagem. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3097-436X>.

² Diretor do Centro de Pesquisa “Psicotrópicos, Saúde Mental e Sociedade” no CNRS, França.

³ O indivíduo desprovido de referências coletivas e suportes institucionais que faz sozinho, por si mesmo, sua própria trajetória sob uma mobilidade indeterminada.

deprimida da América Latina (GEOCZE, 2020). Por isso, torna-se importante uma revisitação a essa obra que aborda *o culto da performance* e suas consequências na subjetividade dos indivíduos.

Esse *culto*, segundo o sociólogo, está ligado a três transformações: a do símbolo da exploração - o empresário/empreendedor - na figura de herói popular (EHRENBERG, 2010, p. 46), a do consumo em vetor de realização pessoal e o esporte-aventura, na metáfora do mundo do trabalho e da vida em sociedade.⁴ Adentrando inicialmente o discurso esportivo, através de uma pesquisa densa em suas manifestações, ele explica acerca da mudança na mitologia da autorrealização, onde diante de um cenário de competitividade, riscos e incertezas, todos podem chegar ao sucesso e cada indivíduo deve contar apenas consigo mesmo para realizar a si mesmo em ‘justa’ competição, não importando o ponto de partida de cada um. O esporte começa a ter funções não esportivas e a atuar, juntamente com a aventura, como metáfora do mundo do trabalho e da vida em sociedade.

No Brasil, podemos citar como exemplo, o marketing esportivo do Grupo Santander Brasil que investiu 65% da verba na competição automobilística, Fórmula 1, objetivando dar mais visibilidade à marca, aos seus valores e seus pilares: mobilidade, inovação e empreendedorismo, transferência tecnológica e apoios acadêmicos. Uma pequena ilustração etnográfica brasileira do *ethos* discutido, pode ser verificado no apoio que o banco fomenta a mobilidade acadêmica, cuja celebração e entrega do prêmio pode participar no ano de 2017⁵ no Autódromo de Interlagos no mês de novembro, na véspera do Grande Prêmio Brasil.

Em minha passagem pelo último ano do evento⁶, a verborragia que relaciona esporte, aventura e a empresa estava presente em todos os discursos. Dos empresários do banco

⁴ O novo individualismo como aspecto dessa mudança na sociedade francesa “é o correlato de três deslocamentos que modificaram as representações que a sociedade francesa dá de si mesma, de suas técnicas de exercício de poder e de sua cultura política.” (EHRENBERG, 2010, p. 173): 1) o esfacelamento da representação da sociedade em termos de classes sociais, 2) o recuo do assujeitamento disciplinar em prol de outras formas de existência do poder que passam pela mudança permanente e 3) o esfacelamento das diversas políticas da emancipação coletiva em benefício daquelas que consistem em produzir-se a si mesmo num projeto pessoal, onde há um duplo processo de privatização do espaço público e publicização do espaço privado (idem, p. 182), agora alçado a único campo possível de transformação. “A aventura empreendedora e a indivíduo-trajetória são a síntese desses deslocamentos.” (idem, p. 174).

⁵ O banco anualmente entrega bolsas de intercâmbio para estudantes de universidades públicas e particulares de todo o país que são selecionados por critérios que variam internamente, mas, ao fim e ao cabo, giram em torno do que se considera o mérito acadêmico. Critério que, embora faça parte de uma modalidade de igualdade, não é necessariamente justo (EHRENBERG, 2010).

⁶ Por coincidência participei do último ano desse programa denominado *Fórmula Santander*, pois o banco deixou sua ligação com a Fórmula 1 e a Ferrari e voltou-se para o futebol, tornando-se um dos principais parceiros da Liga dos Campeões da Europa. Segundo notícias veiculadas, “a modalidade [automobilística] exigia uma relação mais exclusiva, mais VIP do banco. Um marketing mais requintado, voltado para grandes empresas e clientes adinheirados”. Todavia, o banco, segundo a mesma notícia, “mudou de direção, quer abraçar projetos e lutas sociais. E o futebol aparece como o esporte mais ligado a esse tipo de batalha.” Ao que parece, o Santander deseja

ao piloto convidado a palestrar, que fez questão de comparar a pista de Fórmula 1 à vida em sociedade e a busca pelo pódio. A exaltação dos vencedores, do conjunto seleto de estudantes que foram selecionados, a competitividade como um elemento presente na sociedade e que precisa ser encarada com “garra” – um dos valores do banco – os desafios, a capacidade de assumir riscos, a singularidade de cada indivíduo selecionado, permeia as falas dos atores no ambiente envolto em um grande banquete destinado aos estudantes, com bebidas, músicas, jogos, representatividade e treino de Fórmula 1 regado a “banho de Chandon”⁷ por um dia.

Como apresenta Ehrenberg (2010), a nova mitologia do esporte e da aventura se torna, no mundo do trabalho, uma forma do indivíduo assumir a total responsabilidade por sua empregabilidade em meio às carências de políticas públicas de emprego. Ele forja “um indivíduo heroico que assume riscos, em vez de buscar proteger-se deles por meio das instituições do Estado-providência” (EHRENBERG, 2010, p. 25). O discurso empresarial, por seu turno, permeado com frequência – mas não sempre – com o do esporte-aventura, transforma o empreendedor em figura heroica, modelo de ação e conduta para todas as classes. Ambos os discursos “constituem uma maneira de exercer o poder fundada sobre a estimulação da autonomia” (idem, p. 79).

Esse imaginário coletivo da automobilidade e autoprodução provém da crescente perda de referências coletivas, diz o sociólogo. A percepção de que você apenas precisa mudar o seu *mindset*, continuar motivado, contar apenas com suas próprias forças e encarar os obstáculos como desafios⁸ reforça simultaneamente o esvaziamento da esfera política como campo de transformação coletiva e torna o civismo puramente privado, o casamento do uso não esportivo do esporte – que trabalha a dimensão da “justa” desigualdade, onde os melhores vencem – e a aventura – que conjuga a imprevisibilidade e o risco – a resposta para a crise da ação pública centralizada (idem, 2010, p. 16), desde o desmantelamento do Estado-providência.

É, desse modo, na primeira mudança que salta aos olhos a transmutação da sociedade ao *culto da performance* (BENDASSOLLI, 2010, p. 232), onde “a França não seria mais uma nação, mas uma empresa”. Nesse discurso, a empresa vai além e adentra a vida

abraçar lutas sociais, incentivando os indivíduos a autonomia, competitividade, a assumir riscos, dando “a cada um, e, em particular, aos mais desfavorecidos, a possibilidade de entrar em concorrência [...] e de assumir a si mesmos por eles mesmos.” (EHRENBERG, 2010, p. 28). Assim, “Empreender não é mais percebido como um meio de extorquir a mais-valia em benefício do capital”. (EHRENBERG, 2010, p. 117) Ela passa a ser vista como uma solução “mais eficaz de lutar contra a exclusão e as desigualdades de todas as ordens”. (p. 117).

⁷ Era a bebida mais conhecida e comentada pelos estudantes ao meu redor.

⁸ Como atesta a palestra/paródia motivacional de Joseph Climber – realizada pelos Melhores do Mundo – que depois de diversos desastres e percas, até mesmo do controle de seu corpo físico, termina ganhando a vida como um feliz e bem sucedido... peso para papel.

cotidiana, fornecendo o modelo da nossa imagem de ação: *um modo de ser da sociedade e um modelo de ser na sociedade* (EHRENBERG, 2010, p. 49).

Segundo o sociólogo (idem, p. 26), essa mitologia também se torna um suporte de uma grade de leitura do momento democrático atual, o que para o contexto brasileiro também é significativo. Como explica Jessé de Souza (2017), os paradigmas dominantes de interpretação do Brasil, colocam o Estado brasileiro como corrupto em oposição ao mercado virtuoso, onde a privatização é colocada como crucial para acabar com o patrimonialismo e reduzir o primeiro ao mínimo.⁹ As empresas ocupam lugar divinizado e o empreendedor é considerado como a via real do sucesso e a resposta legítima para os nossos males (EHREMBERG, 2010), a sociedade civil mesma “é essencialmente apreendida a partir da referência ao mercado e da concorrência que impelem as instituições, os grupos e os indivíduos, a adotar um comportamento empreendedor” (idem, p. 117), o que representa, segundo Jessé de Souza, uma leitura distorcida de como a sociedade e seus mecanismos de poder funcionam (SOUZA, 2017, p. 113).

Dados sociológicos mostram que o discurso do empreendedorismo, embora tenha origem nos países ricos e desenvolvidos, é mais extenso e difundido nos países com altas taxas de desemprego e fraca economia (CABANAS e ILLOUZ, 2019) “De acordo com o Índice Aprovado, países como Uganda, Tailândia, Brasil, Camarões e Vietnã lideram o ranking dos países mais empreendedores do mundo” (idem, p. 115). No Brasil, em 2017, a taxa de empreendedorismo total (TTE)¹⁰ foi de 36,4% da população, *o que significa que de cada 100 brasileiros e brasileiras adultos (18 – 64 anos), 36 deles estavam conduzindo alguma atividade empreendedora* (GEM, 2017), em números absolutos, isso representa quase 50 milhões de brasileiros. O mesmo relatório executivo indica um perfil substancial de empreendedorismo de subsistência, onde 34,1 (68,2%) milhões de brasileiros recebem no máximo três salários mínimos, na melhor das hipóteses.

A imagem do empreendedor é aquela do indivíduo que se faz sozinho em um cenário de riscos, incertezas e crises e que deve contar apenas com sua *performance* e uma “atitude mental vencedora”¹¹ (EHRENBERG, 2010), tal como o Barão de Münchhausen que se

⁹ Sobre isso, Souza (2020, p. 407) retruca: como se “as falcatuas globais do mercado financeiro americano, que ficaram públicas na crise de 2008, construídas para iludir e enganar os próprios clientes e drenar o excedente mundial a seu favor” fossem certamente “a invenção de algum brasileiro cordial que passou por lá e inoculou o vírus da desonestidade nessas almas tão puras”.

¹⁰ O conjunto dos empreendedores iniciais e estabelecidos.

¹¹ Segundo Ehrenberg (2020, p. 66), “a literatura consagrada aos vencedores repete, indefinidamente, que se trata mais de uma mentalidade...” Como atestam os diversos vídeos a respeito do tema e os livros cujos títulos resumem a ideia: *Mindset: a nova psicologia do sucesso*, *Os segredos da mente milionária*, entre outros.

puxa pelos próprios cabelos para se salvar de uma areia movediça. Assim, a “verborreia de *challenges*, desafios, performances, de dinamismo e outras atitudes conquistadores constitui um conjunto de disciplinas de salvação pessoal” (idem, p. 13) “quando a salvação coletiva, que é a transformação política da sociedade, está em crise” (ibidem).

Se o discurso do empreendedorismo tem origem nos países ricos e desenvolvidos, mas não é tão extenso quanto nos países com altas taxas de desemprego e fraca economia, poderíamos perquirir, assim como Ha-Joon Chang (2002), no livro *Chutando a escada*, já que as fórmulas prescritas pelos países desenvolvidos aos países em desenvolvimento, não foram as utilizadas pelos primeiros - em épocas anteriores - para alcançar o estágio em que se encontram hodiernamente, será que eles não estariam chutando a escada dos países em desenvolvimento para continuar a se beneficiar das desigualdades internacionais sistêmicas? (CHANG, 2002, p. 3).

Com 12,9 milhões de desempregados no Brasil (IBGE, 2020) e nenhuma política pública de emprego ou proteção institucional, espera-se que os brasileiros empreendam, enquanto lutam pela própria sobrevivência, propulsionados pela figura do tubarão no tanque. Eles têm *liberdade* de ascensão social, em um futuro marcado pela incerteza. Liberdade que não é feita, por exemplo, de “uma representação coletiva sindical, social e eleitoral ou política, mas liberdade de *performance* individual” (EHRENBERG, 2010, p. 55), onde o fracasso só é aceitável quando contado em cima do pódio, como discurso pelo qual o indivíduo define-se como figura de começo e de trajetória turbulenta, mas que construiu seu lugar e continua a construir. *A ação de empreender é eleita como instrumento de um heroísmo generalizado*” (idem, p. 13).

O modo de gestão pós-disciplinar e de racionalidade gerencial no mundo do trabalho, incita que o ator haja sobre si mesmo não tendo outro representante (EHRENBERG, 2010, p. 94), atue como recipiente de capital humano e transforme cada momento de sua vida em valor a ser agregado, engaje-se psiquicamente, implique-se na empresa, ganhe em eficácia, se individualize e faça o seu próprio salário e coloca, todos os empregados, não importa o lugar que ocupem, “na perspectiva de ser empreendedor de sua própria carreira” (idem, p. 112), capaz de assumir “suas responsabilidades, até o ponto de assegurar sua própria reinserção profissional e social” (idem, p. 113),¹² prolongando o espírito de empresa na ruptura do contrato de trabalho e eximindo dela propriamente qualquer proteção.

¹² “Os procedimentos de reforma gerencial, de transformações do exercício de autoridade, mesmo que nem todos façam o apelo ao esporte-aventura, desenvolve-se no momento mesmo em que os modos de ação empresariais se difundem na sociedade francesa às expensas dos modos de ação administrativos e assistenciais, em que a forma

Entra a era da vida em sociedade como uma aventura empreendedora, “numa situação em que a exclusão social e o desejo de sucesso individual se confrontam, às vezes, até à explosão” (EHRENBERG, 2010, p. 13). A desigualdade dos pontos de partidas e oportunidades, a rarefação dos contrapesos a essa aventura concorrencial: a ausência dos suportes institucionais, modos de proteção assistenciais, entre outros, se pagam com a depressão nervosa generalizada. Ehrenberg n’*O culto da performance* provê seus leitores de um importante arcabouço teórico para a compreensão do colapso do indivíduo moderno diante da ideologia da autorrealização e da autonomia como norma, onde o indivíduo depressivo-nervoso, no mundo do trabalho, é o *empreendedor* colapsado e o desprovido dos meios institucionais para “bem-suceder” que deve remar sozinho o único barco furado que detém, diante de marés tempestuosas do capitalismo neoliberal.

Ehrenberg nos mostra, então, as consequências subjetivas do discurso empreendedor: a depressão nervosa e o crescente uso de psicotrópicos na França.¹³ Nesse contexto, esse último aparece como o único suporte que o indivíduo colapsado possui para lidar com a árdua tarefa de fazer a si mesmo por si mesmo em um cenário de instabilidade, crise e insegurança. Ele está estreitamente ligado com a nova cultura da conquista e do consumo, como meios de multiplicação da individualidade. Os psicotrópicos “são como a religião do indivíduo que sofre” (idem, p. 141), *são drogas de integração social e relacional* e uma forma de aliviar a carga pesada que sustenta o indivíduo no capitalismo neoliberal, são, em uma palavra: *autoassistência*.

A partir de vários dados de organizações do trabalho, o sociólogo apresenta o crescimento das depressões nervosas, de problemas psicossomáticos e de ansiedades, como também do aumento das exigências de produtividade e concorrência permanente, endereçadas mais diretamente ao psiquismo, fazendo com que a pessoa debilitada, ao invés de pedir uma licença por doença, tome um psicotrópico e continue a agir. Além dos sofrimentos psíquicos, o autor afirma que, por exemplo, as novas formas de organização da produção, “não se acompanham de um reconhecimento social, nem de salário, nem de qualificações.” (EHRENBERG, 2010, p. 163), o que se estende para os empreendedores precarizados que estão

empresa se torna, simultaneamente, um modelo de governo para a sociedade e um modelo de conduta para os indivíduos” (EHRENBERG, 2010, p. 114).

¹³ E no Brasil, como indica um levantamento realizado pela SulAmérica: “em seis anos, houve um salto de 74% no número de antidepressivos adquiridos pelos segurados dessa operadora” (MORAES, 2017). E no SUS, entre 2015 e 2019, o Ministério da Saúde distribuiu 18,1 milhões de doses de tarja preta (AUGUSTO, 2019). Segundo a OMS (Organização Mundial da Saúde), a população brasileira é a mais deprimida da América Latina.

se alimentando do discurso empreendedor, mas não chegam a receber nem o suficiente para sua subsistência, como foi anteriormente elucidado a partir de dados no Brasil.

Nesse cenário de concorrência permanente, as próprias relações intersubjetivas são travadas em termos de comparação e diferenciação, como padrões de medida. “O outro é então instrumentalizado como meio de se mobilizar, de se adaptar permanentemente à incerteza da existência” (EHRENBERG, 2010 p. 74). As drogas “exprimem a busca alucinada pelo controle quando a relação com o outro, compreendendo nisso as formas de solidariedade, é cada vez mais considerada sob o ângulo da concorrência” (idem, p. 143). O indivíduo “viciado” [em drogas], explica Ehrenberg (idem, p. 170) “buscando a todo preço, reencontrar o outro, não reencontra ninguém”. Entramos também na era da *descivilização química*.

Desse modo, a ideologia dominante do culto à performance que incita seus atores a tornar-se empreendedores de si mesmo, ao colocar todo o peso das incertezas modernas na agência dos indivíduos, eximir a estrutura e incitá-los à doença da responsabilização excessiva, traz à tona a face mais obscura do fracasso associado a esse imperativo: a depressão nervosa generalizada. Essa estrutura de valores, comportamentos, autoconsciência e intersubjetividades produz sofrimentos psíquicos, os mais diversos, enquanto os remedia com o consumo abusivo de psicotrópicos: a autoassistência do empreendedor colapsado. Esse fenômeno corrente na sociedade francesa, bem como na brasileira atual que está resumida no subtítulo de seu livro: *Da aventura empreendedora à depressão nervosa*, é um caminho que está traçado para o indivíduo na modernidade, que acredita que pode, com as próprias mãos, puxar-se pelos cabelos para sair da areia movediça, tal como o Barão de Münchhausen.

Referências

- AUGUSTO, Otávio. **Uma em cada 11 pessoas já tomou remédios tarja preta no Brasil**. Metropoles, 13/10/2019. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/brasil/uma-em-cada-11-pessoas-ja-tomou-remedios-tarja-preta-no-brasil>> Acesso em: 21 de junho de 2020.
- BENDASSOLLI, F. O culto da performance como resposta à crise da ontologia do trabalho. *In: O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Tradução de Pedro F. Bendassolli, São Paulo: Ideias & Letras, 2010.
- CABANAS, Edgar; ILLOUZ, Eva. **Manufacturing Happy Citizens: how the Science and Industry of Happiness Control our Lives**. London: Polity Press, 2019.
- CHANG, Ha-Joon. **Kicking away the ladder: development strategy in historical perspective**. London, Anthem Press, 2002.

GEM. **Empreendedorismo no Brasil:** relatório executivo 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/Relat%C3%B3rio%20Executivo%20BRASIL_web.pdf> Acesso em: 21 de junho de 2020.

GEOCZE, Luciana. **Janeiro Branco:** saúde mental. Unifesp, 30 de Janeiro 2020. Disponível em: <<https://www.unifesp.br/campus/sao/noticias/1219-janeiro-branco-saude-mental>>. Acesso em: 21 de junho de 2020.

IBGE, **Desemprego.** 2020. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/explica/desemprego.php>> Acesso em: 21 de junho de 2020.

JUAN, S.; MICHAEL, D. **Responding to COVID-19 Through Socialist(ic) Measures:** a Preliminary Review (March 23, 2020). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3559398> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3559398>.

MORAES, Ana. **Consumo de antidepressivos cresce 74% em seis anos no Brasil.** Veja, Publicado em 6 jul 2017. Disponível em: <<https://saude.abril.com.br/mente-saudavel/consumo-de-antidepressivos-cresce-74-em-seis-anos-no-brasil/>> Acesso em: 21 de junho de 2020.

SOUZA, Jessé. **A elite do atraso:** da escravidão à Lava Jato. Rio de Janeiro: Leya, 2017.