

Estado da publicação: O preprint foi publicado em um periódico como um artigo  
DOI do artigo publicado: <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2025.230886>

# O sol nasce para todos: empreendedorismo popular como identidade periférica em São Paulo

Henrique Costa

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.10012>

Submetido em: 2024-09-16

Postado em: 2024-09-17 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

## **O SOL NASCE PARA TODOS: EMPREENDEDORISMO POPULAR COMO IDENTIDADE PERIFÉRICA EM SÃO PAULO**

HENRIQUE COSTA

<https://orcid.org/0000-0003-1966-8388>

<hen.costa@gmail.com>

Centro Brasileiro de Análise e Planejamento. São Paulo, SP, Brasil

**RESUMO:** O artigo investiga a consolidação de um empreendedorismo popular como identidade significativa nas periferias de São Paulo, resultado de experiências individuais associadas ao trabalho por conta própria. O texto é produto de etnografia conduzida na zona sul da cidade entre 2017 e 2021. Dois perfis de trabalhadores por conta própria são analisados: um caso de empreendedorismo “fraco”, em que o ethos empreendedor pouco articulado se conjuga com um modo de vida tradicional; e dois casos de empreendedorismo “forte”, em que seus protagonistas expressam o léxico característico do discurso empreendedor, porém com resultados diferentes segundo suas aspirações de distinção social. Para cada um dos três casos são analisadas as experiências em relação ao trabalho, a vida comunitária, a educação formal e não-formal e as perspectivas de mobilidade social, apontando para os fundamentos dessa nova identidade.

**Palavras-chave:** periferias urbanas, cultura popular, empreendedorismo, classes sociais, mobilidade social.

## **THE SUN RISES FOR EVERYONE: POPULAR ENTREPRENEURSHIP AS A PERIPHERAL IDENTITY IN SÃO PAULO**

**ABSTRACT:** The article analyzes the possibility of consolidating popular entrepreneurship as a significant identity in São Paulo, understood as a result of individual experiences associated with self-employment in the southern periphery of the metropolis. The text is an outcome of an ethnography conducted between 2017 and 2021. Two profiles of self-employed workers are analyzed: a case of “weak” entrepreneurship, in which the little articulated entrepreneurial ethos is linked to a traditional way of life; then, two cases of “strong” entrepreneurship, in which their characters express the lexicon characteristic of entrepreneurial discourse, but with different results depending on the aspiration for social distinction. For each of the three cases, experiences in relation to work, community life, formal and non-formal education and prospects for social mobility are analyzed. The article dialogues with the literature on urban peripheries and develops a theoretical point of view on the theme of popular entrepreneurship.

**Keywords:** urban peripheries, popular culture, entrepreneurship, social classes, social mobility.

## INTRODUÇÃO

Este artigo explora diferentes impactos do discurso empreendedor, no caso, entre trabalhadores por conta própria, pequenos comerciantes e microempreendedores, reelaborando assim identidades populares. O objetivo é investigar as etapas de formação de um empreendedorismo popular como identidade significativa nas periferias de São Paulo. Frequentemente retratadas apenas pelo viés da submissão a artifícios legais de precarização das relações de trabalho,<sup>1</sup> analiso como indivíduos atribuem significado ao empreendedorismo segundo seus modos de vida, mas também em relação à expectativa de reconhecimento que incorporam nas suas iniciativas empreendedoras.

Como pressupostos dessa resignificação de identidades populares, fenômenos estruturantes ocorridos nos territórios urbanos nas últimas décadas criaram as condições necessárias para a generalização do discurso empreendedor em meio a incerteza crescente quanto aos modos de vida tradicionais. Em cerca de 50 anos, se consolidaram nas periferias de maneira imbricada: 1) a urbanização e as melhorias proporcionadas pela chegada de serviços públicos; e 2) a propriedade da casa autoconstruída, agora regularizada e valorizada (Caldeira, 2017). Para aqueles que sacrificaram tempo, dinheiro e bem-estar em nome da realização da segurança e da coesão da família, a casa própria é um símbolo do progresso alcançado e que permitiu aos filhos estender os estudos e adiar o ingresso na população economicamente ativa. Na perspectiva de voos mais altos, passam a incorporar um novo capítulo do “projeto do trabalhador”: a mobilidade de classe social.<sup>2</sup>

O momento subsequente, contudo, é atravessado por outras dinâmicas não totalmente previstas por indivíduos e famílias, sobretudo inerentes ao mercado de trabalho (Cardoso, 2008). O crescimento insuficiente da economia e da criação de empregos “de qualidade” no país na esteira da reestruturação produtiva impuseram obstáculos crescentes aos jovens dos anos 2000, que viram frustrados seus planos de mobilidade através da formação escolar (Corseuil; Franca; Poloponsky, 2020; Fontes, 2022).

---

<sup>1</sup> Nesse sentido, ver Castro (2016), Colbari (2007) e o dossiê “Alternativas infernais: uma análise sociológica do empreendedorismo”, publicado na revista *Contemporânea*, v. 11, n. 3, 2021.

<sup>2</sup> De acordo com o Feltran (2011), o projeto do trabalhador foi constituído e sustentado por moradores destes bairros durante as décadas de 1970 e 1980, e consistia na ascensão social via participação em movimentos sociais, autoconstrução da moradia e trabalho fabril.

Diante deste cenário de poucas perspectivas, uma parcela daqueles que viveram esse período quando jovens passaria a desdenhar do mercado de trabalho (Costa, 2019). Junto do aumento da escolarização e da multiplicação de cursos de qualificação em todos os níveis (Georges, 2009), a realidade de sua precariedade constitutiva se combina com a indisposição desses indivíduos em se submeter a baixos salários sem expectativa de crescimento profissional no mercado de trabalho convencional. Não se trata de exaltar o período anterior em que o fordismo alcançou muito poucos entre nós, mas de entendê-lo como um horizonte de mobilidade social dentro do projeto familiar, que ao se extinguir, expõe dissonâncias entre pais e filhos. Como disse Vera Telles (2006, p. 176) no auge desse processo, “eles entraram num mundo já revirado, em que o trabalho precário e o desemprego já compõem um estado de coisas com o qual têm que lidar, e estruturam o solo de uma experiência em tudo diferente da geração anterior”.<sup>3</sup>

O empreendedorismo é a forma pela qual processos de modernização se impõem atualmente em contextos populares,<sup>4</sup> renovando um ímpeto contínuo de racionalização que supera resistências às imposições de destradicionalização (Beck, 2011). Mas são nessas brechas que os discursos associados ao par empreendedorismo/empregabilidade encontram ressonância, fazendo crescer no indivíduo uma nova cultura do trabalho avessa a solidariedade social (Machado da Silva, 2018), mas também restaurando seu desejo de autonomia e alcançando subjetividades debilitadas pelo sofrimento (Dejours, 1999). Assim, o mundo popular se refaz e tece novas sociabilidades que robustecem vínculos de dependência familiar, e que ganham feição endógena à medida em que o mundo exterior lhes parece mais ameaçador – o tipo de narcisismo que Christopher Lasch (1991, p. 51) percebeu como uma defesa “não apenas em condições objetivas de guerra econômica, taxas crescentes de crime e caos social, mas na experiência subjetiva de vazio e isolamento”. Ambiguidades que alcançam a própria relação desses empreendedores com seus territórios.

De modo que, enquanto se coloca como uma via alternativa de autorrealização, o empreendedorismo como forma cultural emergente (Williams, 2011) incorpora também o anseio de autonomia daqueles abandonados pela modernização, e, em hipótese que será explorada neste texto,

---

<sup>3</sup> Um interlocutor desta pesquisa, gestor de uma organização social que promove cursos de empreendedorismo, me explicou nos seus termos que “a cultura das famílias na periferia ainda não é empreendedora” (Costa, 2024).

<sup>4</sup> Me amparo na definição de Hall, para quem não existem “culturas” separadas e ligadas, em uma relação historicamente fixa, a classes específicas. Por sua vez, a cultura popular refere-se a “cultura dos oprimidos, das classes excluídas: é a esta área que nos remete o termo ‘popular’” (Hall 1981, p. 238).

constrói um tipo de identidade adequada tanto ao anseio por autonomia quanto à resistência cultural, nos termos de Castells:

Para os atores sociais excluídos ou que resistem à individualização da identidade ligada à vida nas redes globais de poder e riqueza, as comunidades culturais de base religiosa, nacional ou territorial parecem ser a principal alternativa para a construção de significado em nossa sociedade. Essas comunidades culturais são caracterizadas por três características principais. Elas aparecem como reações às tendências sociais predominantes, às quais se resiste em nome de fontes autônomas de significado. São, em um primeiro momento, identidades defensivas que funcionam como refúgio e solidariedade para proteger contra um mundo hostil e externo. São constituídas culturalmente, ou seja, organizadas em torno de um conjunto específico de valores cujo significado e compartilhamento são marcados por códigos específicos de autoidentificação: a comunidade de crenças, os ícones do nacionalismo, a geografia da localidade (Castells, 2010, p. 163, tradução minha).

Esta identidade se conforma e é abarcada pelo fenômeno que chamo aqui de “empreendedorismo popular”. Para abordá-lo empiricamente, este artigo analisa atividades não assalariadas e seus modos de vida, resultado de etnografia conduzida entre 2017 e 2021 e entrevistas aprofundada com roteiro semiestruturado. Destaco um conjunto de experiências de trabalho por conta própria e de empreendedorismo *per se* que acompanhei em diversos bairros da zona sul de São Paulo.

Buscando apresentar uma diversidade de modos de vida em que o empreendedorismo aparece para esses empreendedores populares, são expostos neste artigo quatro personagens que incorporam esse *ethos*, porém com ambições e resultados diferentes. Primeiro, apresento um caso de empreendedorismo *fraco*: um casal de imigrantes baianos e trabalhadores autônomos que pouco faz uso do discurso em voga, mas que incorpora suas características essenciais. As duas seções seguintes mostram dois casos de empreendedorismo *forte*: um jovem adulto que reproduz o discurso com eloquência a partir de certas prescrições, se mantendo com certo êxito; e minha terceira personagem, que não apenas reproduz lugares-comuns, mas se apega ao empreendedorismo de maneira ideológica – ela, contudo, tem grandes dificuldades em sustentar seu negócio. Por fim, sistematizo nas conclusões os achados da pesquisa.

## **EMPREENDEDORISMO POPULAR**

**Toni e Sueli**

Toni e Sueli<sup>5</sup> saíram do sertão baiano, no final dos anos 1990. Na zona rural de Euclides da Cunha, município de 56 mil habitantes, os dois permaneceram até a juventude trabalhando de sol a sol na colheita de milho, mandioca e feijão. Sueli estudava nas horas vagas. Toni, por volta dos 12 anos, ia para a cidade lustrar sapatos e ganhar seu próprio dinheiro. Com 18 anos ele seguiu em direção a São Paulo e trabalhou de tudo, “graças a Deus”. Comprou da irmã já instalada o “barraquinho” em Sapopemba e começou a namorar Sueli, iniciando uma nova etapa de vida que, na sua narrativa, foi de contínuo progresso.

Seu primeiro “trampo” foi vendendo chocolate nos arredores da estação Armênia do metrô, uma das mais movimentadas da cidade. Depois vendeu frutas no Centro, trabalhou de ajudante de cozinha (com carteira assinada), confeitaria, padaria, de motoboy, e finalmente como cabeleireiro, sua ocupação atual, já há 12 anos com seu próprio salão próximo a Heliópolis. Com tantas experiências de vida sem salário (Denning, 2010), surpreende a afinidade que Toni encontrou no ofício de cabeleireiro. Na época dessa descoberta, trabalhava em uma padaria no bairro do Cambuci, entre o centro e a zona sul, de frente para diversos salões onde fez alguns amigos, e guardou na memória. Algum tempo depois, já como motoboy na região da avenida Paulista, manteve o trabalho para uma administradora de condomínio durante o dia e deixou a pizzaria, para quem fazia entregas à noite, para frequentar um curso de cabeleireiro no centro – de segunda a sábado, por três meses. Ele conta que seus primeiros passos na profissão foram bastante difíceis, mas enfatiza a experiência adquirida no dia a dia, já que o curso “é só pra saber como começar”.

Desde a aprovação da Lei 13.352 em 2016, conhecida como Lei do Salão Parceiro, cabeleireiros, barbeiros, manicures, esteticistas e maquiadores podem ser empregados como pessoas jurídicas (PJ), de modo que o *salão-parceiro* fica autorizado a reter uma porcentagem do serviço executado pelo *profissional-parceiro*, sem registrá-lo como funcionário. No caso de Toni, o repasse chegava a 40%. “Pessoas fracas desistem, porque ficam com medo”, diz. Mas sua perseverança demonstrou-se inabalável: depois disso foi para um salão melhor, até que juntou um dinheiro para montar seu próprio negócio. Hoje, atua como microempreendedor individual (MEI).

Com 41 anos no momento da entrevista, Toni não parece ter muitas queixas. Sua mudança para o Sudeste representou deixar o restante da família em Euclides da Cunha, mas ele mantém uma

---

<sup>5</sup> Os nomes dos interlocutores foram alterados para resguardar sua privacidade.

visita anual aos que lá ficaram. Sua adaptação à capital paulista, circulando entre ocupações mais ou menos precárias, é narrada com satisfação diante do que deixou para trás e do modo como identifica a metrópole como referência de um projeto de autorrealização. Hoje, usufruindo de alguma estabilidade, diz não ter dúvidas sobre a escolha que fez. “Foi bom, né? Todos que estão lá querem vir pra cá. Lá é difícil, véio! Lá é só sobreviver, pra comer mesmo, entendeu? Então todos que vão ficando rapazinho querem vir pra cá, trabalhar aqui. Conquistar suas coisas, né?”.

Há poucos anos saiu do aluguel e adquiriu apartamento próprio pela CDHU (Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano de São Paulo) em Heliópolis, onde vive com Sueli e o filho de oito anos. “Mas é um lugarzinho bom, bem localizado, não é lá dentro do barulho, né?”, observa, depois de morar oito anos lá “mais pra dentro”, se referindo à favela de mesmo nome. Conta com orgulho da realização do sonho do carro zero quilômetro, conquistado, no seu entender, pelo trabalho por conta própria. “Graças a Deus aqui é assim, você trabalhar com honestidade, entendeu? Deus te abençoa, né? E ele tá vendo tudo o que a gente faz. E vai tudo dando certo”, declara.

Toni é o autor da frase *o sol brilha para todos*. O contexto da fala mistura elementos típicos da vida sem salário na periferia, como a religiosidade popular e a recompensa àquele que trabalha duro, tudo salpicado por uma boa dose de moderação. Apesar de demonstrar certo incômodo com a nova concorrência e apontar para a falta de experiência dos mais jovens, seduzidos pela suposta facilidade de se aprender um ofício tradicional como o de cabeleireiro através de tutoriais no Youtube, Toni mantém sua dignidade ao não rebaixar o valor de seu trabalho. Contudo, entende que a situação econômica do país cria não apenas trabalho precário, mas também a demanda por ele.

Vou te dizer, aqui o corte é de 23 reais, ali o menino corta de 15 reais, entendeu? Tem muito cliente que vai pelo preço, e tem que ver a situação que nós tá também, né? Tem cliente meu que cortava comigo e agora tá indo cortar com ele. Também nunca fechei a cara pra ninguém, *o sol brilha pra todos*. Até porque tem gente que vem cortar o cabelo aqui, eu falo 23. “Pô, falaram que é 15...”. Eu falo “amigo, virando ali é 15, pode ir lá”. Eu indico pro cara, não tem problema. O sol brilha pra todos, entendeu? Tem cliente que vem de longe cortar comigo, que vem de Osasco, pega duas, três conduções. É maior fácil cortar o cabelo dele, mas ele sabe já, acostuma. Tem confiança. Graças a Deus, cara. Olha, eu posso dizer assim, que tudo o que eu tenho foi dessa profissão, entendeu? Realizei meu sonho, que era comprar um carro novo. Um carro quatro portas, vermelho, zero! [risos]. Em 2013 eu comprei ele. Um Prisma novo, nessa agência aqui. Paguei à vista, 42 mil. Falei, “faça o boleto que eu vou pagar agora!” [risos]. Os vendedores gostam, né? (Toni, 2020)

Na região onde se situa o imóvel alugado, galpões de estocagem, pequenas empresas e botecos

fornecem a clientela de Toni, que cobrava 23 reais o corte em meados de 2020. Por mais que ele absorva a legitimidade da concorrência, isso faz com que esquemas relativamente estabelecidos precisem mudar eventualmente. Esta é outra característica essencial de quem quer manter seu negócio: estar preparado para mudanças trazidas, no caso, pela dinâmica econômica do país. Como um ramo que se expandiu muito nos últimos anos, os salões e barbearias atraem uma imensa quantidade de jovens com pouca qualificação formal trabalhando em espaços muito reduzidos, exigindo de profissionais estabelecidos como Toni o rebaixamento do valor de seu trabalho, ou um investimento que lhe permita um atendimento *distinto* para se manter em um mercado que se pulveriza cada vez mais. Seu plano era “dar uma melhorada” no salão assim que a pandemia permitisse: “Vou mudar. Vou ver se acho um profissional pra trabalhar comigo que faça feminino, não tem ninguém aqui que faça feminino. Eu só faço homem, sou sozinho aqui”.

No salão simples, porém amplo e organizado, nada se destaca muito, com uma exceção: à primeira vista, uma extravagante bandeira dos Estados Unidos estendida sobre uma das cadeiras. Não era o caso, o que não arrefece a curiosidade: Toni havia comprado algumas semanas antes um par de capas, dessas que cobrem o cliente e protegem dos fiapos que caem durante o corte, e que tinham a famosa estampa de estrelas em fundo azul e listras vermelhas e brancas. Durante minha passagem pelo salão, vi seus dois clientes da manhã ensolarada cobertos pela bandeira estadunidense, tendo seus cabelos cortados deslizando sobre ela. A cena insólita combina aspectos ambíguos da cultura popular que tentei explorar com Toni.

Sua primeira explicação para o fato remete à *solidariedade* para com o colega que frequentemente passava no salão vendendo as tais capas e que Toni avaliou ser bom momento para ajudar. Mas por que escolher especificamente aquelas? Entre breves reflexões e gargalhadas, ele citou a moda das barbearias “retrô” que se identificam pelo *totem* em azul, branco e vermelho na fachada, mas percebeu meditando consigo mesmo que talvez esta não fosse uma justificativa suficiente. Assim, reconheceu: “porque tudo de fora é mais bonito! Tudo de fora é melhor, né? Dos Estados Unidos. Não podia ser do Brasil? É complicado. Mas que é bonita, é. É chique, até o cliente gosta. Aí eu comprei logo duas”.

O relato sugere que em seu *ethos* de trabalhador autônomo há um desejo de sucesso arraigado no individualismo popular, o qual tanto ele quanto seus concorrentes perseguem, e cuja expressão soberana é o sonho americano, substituído nesse caso pela vida em São Paulo, mais próximo de sua realidade, assim como os cortes de cabelo da moda que Toni enaltece são os dos cantores sertanejos

e dos jogadores de futebol, símbolos contemporâneos de sucesso. Apegado a essa combinação de ambição com realismo, sua finalidade não é enriquecer, mas viver bem, resumida em um apartamento próprio, um carro, um dia de lazer por semana e uma visita anual aos parentes distantes.

Trata-se novamente de um senso prático que o prende à terra firme, um objetivo palpável que com perseverança, é possível alcançar. Evidentemente que a própria ideia de que “tudo que vem de fora é melhor”, dita de maneira tão peremptória, aplica a esse senso prático uma descrença quanto ao país real que pode ser paralisante, entorpecedor, estreitando ao indivíduo e à família o horizonte de expectativas. A saúde é garantida pela frequência matinal à academia e por um plano de saúde privado. De público, só a escola do filho, que se depender de Toni será cabeleireiro como o pai.

Pontuando frequentemente seus pensamentos com a expressão “é complicado”, Toni, contudo, lida com a vida de maneira bastante simples. Não gosta de fazer dívidas, nem de pagar aluguel. Trabalha de segunda à sábado, e no domingo faz a faxina do salão, antes de ir para o futebol. Sua rotina se intensifica conforme a semana vai terminando, culminando no sábado, dia em que aponta sentir mais cansaço, mas não chega a reclamar. Pelo contrário, justifica o futebol de domingo não pelo lazer, mas porque “nessa profissão, você tem que se cuidar, senão a barriga cresce muito”, sugerindo que, por mais que passe muito tempo no salão, não chega a ser uma rotina muito exigente.

A fuga do trabalho exaustivo, mesmo quando implica perda de direitos trabalhistas, não é facilmente admitida por autônomos que deixaram voluntariamente a segurança da CLT, já que isso escapa à narrativa da ascensão pelo trabalho duro. Mas é essa revelação que emerge de certas decisões, que alguns caracterizam como pela qualidade de vida. Toni demonstra ter muita consideração por Sueli – apesar de parecer não ajudar muito nas tarefas domésticas. Ele fala com orgulho da esposa, destacando justamente o quanto ela é “guerreira”, enumerando as tarefas que ela acumula ao longo do dia, com e sem remuneração – as faxinas eram sua principal fonte de renda na época da entrevista. Por vezes, passa inclusive a impressão de que acha que seu trabalho é menos intenso que o dela, e a respeita *por isso*.

Assim como o marido, a trajetória de Sueli no mundo do trabalho, que começa aos 15 anos na roça de Euclides da Cunha, a faz valorizar o presente: afirma que gosta da “correria” de São Paulo, onde pretende viver a vida toda, e que não aguenta muito tempo de visita aos parentes no sertão, porque acha “tudo muito parado”.

A centralidade do trabalho na vida dessas pessoas é absolutamente incontornável, mas a sujeição ao trabalho intenso, não necessariamente. O caso de Sueli é ainda mais contundente nesse aspecto: trabalhou por 12 anos em um restaurante de shopping da zona oeste até chegar a gerente; depois de quatro anos na função, pediu as contas por causa do estresse. “Depois que meu filho nasceu eu não tinha tempo nenhum pra ele, então eu preferi sair de lá e ficar assim, como a gente fala, fazendo bicos, né? Pra poder ter mais tempo pra ele”, conta ela. Na época, trabalhava seis dias por semana, com um domingo de folga por mês. Sua primeira opção para não ficar sem renda nenhuma foi tentar a profissão do marido. Fez o curso de cabeleireira e ficou na área por um ano, tempo suficiente para perceber que trabalhar por conta própria pode ser ainda mais difícil.

*Por que você não continuou no ramo de cabeleireiros?*

Porque a gente se ilude, né? [risos] A gente pensa que o ramo de cabeleireiro é um ramo bom, que dá uma boa renda. Na verdade, não. Se você tiver seu próprio salão até vai, mas pra trabalhar pros outros, não. A gente trabalha 12 horas por dia e no final do mês o dinheiro não dá pra pagar as contas [risos], aí eu acabei saindo por isso também, porque a renda não tava mais sendo suficiente, era pouca, porque não tem salário fixo, é só o que você faz. (Sueli, 2020)

É uma encruzilhada onde vivem os trabalhadores pobres, *mas não tão pobres*, caminhando sempre sobre uma corda bamba em que precisam escolher entre estabilidade, rendimentos e qualidade de vida, e dificilmente conseguindo conciliar tudo ao mesmo tempo. No ramo da estética, Sueli aprendeu que a contratação por PJ não passa de uma subordinação disfarçada, de ritmo mais intenso e com ainda menos garantias. Para Toni, ainda jovem, sem filhos e sem qualificação formal, foi tolerável até conseguir o próprio salão, mas Sueli não estava nesta situação quando mergulhou na roda viva. Cabe notar ainda que, para além da questão financeira, a escolha de Sueli seria incompreensível para a tese da racionalidade neoliberal também pela renúncia ao valor simbólico com que seu trabalho era percebido, sobretudo em comparação com a atividade de faxineira que passou a exercer afinal e que carrega um significativo estigma de subordinação e humilhação (Castro, 1992). Sucesso não é o seu critério.

De todo modo, apesar de multiplicar as atividades nas quais trabalhava, incluindo também bicos de costura, Sueli não é de reclamar muito. Diz que trabalha por volta de sete horas por dia, evidentemente sem contar as tarefas domésticas: “aí consigo ficar com meu filho, consigo trabalhar,

consigo ver minhas coisas em casa também”. Aceita com resignação que a mudança da CLT para o trabalho autônomo não foi boa financeiramente, mas acha que compensa pelo tempo que aproveita com o filho. A entrevista, por sinal, foi interrompida diversas vezes pelo garoto, que recebia sempre uma reprimenda quando pedia a senha do telefone celular dela – cabe assinalar que estávamos naquele momento em meio à pandemia de Covid-19, e as escolas continuavam fechadas. Quando com um resmungo ele se afastava, Sueli dava um discreto sorriso.

A consideração sobre o trabalho doméstico ser dividido de maneira desigual entre o casal, assim como o fato dela ter descartado um emprego protegido, não é rejeitada por Sueli, mas também não lhe causa estupor porque sua prioridade não é a sua vida profissional, mas sim a família, lugar em que as peças se encaixam, que lhe provê a segurança de uma vida estável. Por isso o empreendedorismo de Toni e Sueli é fraco, pois é parte do projeto familiar e não é articulado ideologicamente como nos casos que veremos a seguir. Contudo, seu futuro imaginado está atrelado ao ideal de autonomia e de vida digna em que ele finca raízes:

Eu não pretendo enricar, mas que você tenha o mínimo de conforto, o mínimo de conforto eu pretendo ter, né? Pra poder dar pra sobreviver bem, não precisar ficar tão apertada, mas não tenho pretensões milionárias não, que é bom se manter com o pé no chão. Tem que ter expectativas que você consiga cumprir, não uma coisa que seja impossível, né? Então, as metas têm que ir subindo devagar, você vai colocando metas pequenas e conforme você for melhorando, você vai colocando uma coisa mais alta. Mas por enquanto a meta é essa: conseguir sobreviver sim do meu comércio, mas sem expectativa de ser rica com isso. Viver com o mínimo de conforto possível. (Sueli, 2020)

## **Diego**

Nos interstícios entre os enclaves fortificados de Santo Amaro, alguns pontos de comércio popular se mantêm em plena atividade, como o calçadão do Largo Treze de Maio. Com 36 anos, Diego abriu nas proximidades sua loja de presentes em plena pandemia. E não era a primeira: ele tem mais três comércios no periférico Jardim Ângela, próximos de onde mora – uma loja de roupa, uma floricultura e outra de presentes, como a que visitei.

A loja de Diego foi resultado de “ousadia e planejamento”, como define. Segundo ele, em Santo Amaro não há muita concorrência no seu ramo, pois “os atacados e varejos só têm no centro, então por tudo que eu estudei e planejei, acredito que não tem como dar errado”. De fato, pelo menos

até o momento da entrevista, Diego afirmava ter aumentado seu faturamento durante a pandemia, vendendo pelo WhatsApp e pelo Facebook enquanto suas outras lojas permaneciam fechadas. Ele mesmo fazia as entregas, até cinco quilômetros distante. Acostumado com a carência do Jardim Ângela, a cerca de nove quilômetros dali, Diego experimentava uma sensação de ascensão social proporcionada pelo convívio em um bairro mais central, onde os salários são mais altos e o público mais impessoal, para quem ele vendia seus produtos a preço mais caro e sem pechincha. “Hoje nós temos um produto aqui a 100 reais, a pessoa paga tranquilamente e raramente pede desconto. Lá o mesmo produto eu tenho a 70 reais e a pessoa pede desconto ainda, então o valor agregado é muito pouco em bairro”, comenta.

Há cerca de cinco anos, ele havia deixado seu emprego de gerente na loja de uma conhecida rede de assistência técnica e produtos automotivos, onde tinha carteira assinada e apenas uma queixa. Diego diz que já tinha o empreendimento “engatilhado”, pois viu nele uma “capacidade maior” do seu conhecimento. Ele é formado em Recursos Humanos, com pós-graduação em Psicologia na mesma universidade privada localizada ali perto, no Largo Treze. Completou seus estudos sem nenhuma bolsa ou financiamento por escolha própria, ainda que tivesse condições de pleiteá-los. Apesar de não exercer a profissão, acredita que sua formação universitária é fundamental para lidar com pessoas e conhecer futuros parceiros; além do mais, valoriza o conhecimento adquirido, pois este “ninguém tira”.

Não vou te dizer que ser comerciante é melhor, porque você trabalha três vezes mais, você não tem férias, não consegue descansar direito. Na empresa que eu estava, realmente o meu salário era bom, mas só que eu sentia que eles não me valorizavam da forma que eu sentia que eu deveria ser valorizado, era para eu estar em um patamar e eu estava em outro e não por falta de conhecimento. (Diego, 2020)

Para Diego, a formação universitária representou um ganho de autoestima que, por ora, o impulsiona para empreender com uma confiança notável. É difícil para ele explicar por que ser comerciante seria melhor do que a estabilidade que tinha antes como gerente, bem empregado em uma empresa de porte médio consolidada no mercado. Ele não se sentia *valorizado*, o investimento no seu capital humano não estava dando o retorno que ele imaginava. Diego não queria apenas se manter competitivo e empregado, ele buscou um tipo de satisfação pessoal narcísica que o trabalho subordinado não era mais capaz de lhe prover. Assim, ele colocou em prática uma das características

principais de um sujeito empreendedor: não se acomodou e assumiu riscos, mas com um pé na realidade que o cerca, não o fez sem antes se precaver.

A despeito da crítica ao hábito da pechincha entre seus clientes do Jardim Ângela, é lá que ele tem o seu negócio mais consolidado, e onde não renuncia a certa austeridade quando opta por fazer as próprias entregas. Santo Amaro, por outro lado, anima seu ego e materializa seu futuro imaginado como empreendedor reconhecido, mas ainda não lhe garante isso. Por ora, Diego colhe os primeiros resultados de seu ímpeto forte, planejando com cuidado, mas sem deixar de vislumbrar a valorização que acredita merecer.

### **Keila**

Keila, segundo caso de empreendedorismo forte, também se preocupa com isso. Ela atuava no ramo da estética e arrendara há cerca de um ano um sobrado localizado na Chácara Santo Antônio entre restaurantes chiques e edifícios corporativos, e lutava muito para mantê-lo funcionando na companhia de uma profissional-parceira. Bem diferente da realidade que via no Campo Limpo, bairro periférico onde cresceu e ainda mora com as filhas e o marido; também tinha ali um estabelecimento comercial antes.

Com apenas 31 anos, Keila esbanja a astúcia de quem começou a trabalhar cedo, teve três filhos, sendo que a primeira nunca conheceu o pai biológico, e já há alguns anos toca seu próprio negócio conciliando-o com cursos de beleza e uma graduação paralisada durante a pandemia. Seu sorriso largo transmite um notável otimismo que contrasta com as dificuldades que vinha passando, sobretudo por conta das medidas de isolamento, o que significava menos clientes. Mas ela é dedicada, está convencida do ofício que escolheu e tem ambições que não espera que caiam do céu. Suas opiniões revelam também uma descrença que lhe viera precocemente. Acredita em si mesma e na família, tem os próprios pais como inspiração, não é muito chegada à vizinhança do Campo Limpo e carrega uma religiosidade moderada de quem foi criada católica, passou pela umbanda e pelo pentecostalismo, mas concluiu que tem uma “comunicação muito forte com Deus”, e isso lhe basta por ora.

Keila idealiza o passado, de quando brincava na rua e voltava sozinha da escola, mas crê que os filhos não possam mais fazer o mesmo. “Meus filhos nunca vão ter essa possibilidade de ficar na

rua brincando de pega-pega, esconde-esconde, polícia e ladrão”, lamenta. Condena o que vê como consumo indiscriminado de drogas nas ruas do bairro e dá importância extemporânea à criação rígida que teve por parte da mãe. “Eu costumo dizer que a juventude começou a dar errado quando o filho parou de respeitar pai e mãe dentro de casa”, disse mais de uma vez durante a conversa.

Sua trajetória no mundo do trabalho, até se encontrar no ramo da estética, foi no setor de call center, onde trabalhou por nove anos até que não aguentou mais a rotina estressante e a insatisfação pessoal. Apesar de poupar as empresas em que trabalhou, ela admite que seus horários eram sempre milimetricamente calculados e exaustivos, mas demonstrando que apreendeu bem a lógica empreendedora, afirma que “o problema não era a empresa. Hoje eu percebo que o problema era eu, porque eu não gostava daquilo que eu fazia”. À época, ela já tinha feito um curso de depilação de sobrancelhas e colocou na cabeça que faria isso para a vida.

Começou um curso técnico de estética nas proximidades da sua casa, no vizinho Capão Redondo, e continuou sua busca por qualificação enfileirando uma especialização atrás da outra, enquanto trabalhava nos salões do bairro, “e aí percebi que aquilo tava pouco pra mim (...) quando eu voltava não tinha esse retorno do pessoal do bairro, e não porque as pessoas não podem pagar, é porque as pessoas valorizam os profissionais de fora”. Com família e contas a pagar, Keila se aplica especialmente nas lições práticas da vida e do ofício: “a mão na massa”, o retorno garantido, o custo-benefício – valores e preceitos que o empreendedorismo fortalece.

Essa lógica empreendedora Keila carrega para ambas as direções da sua vida, a pessoal e a profissional, em que como em uma casa de espelhos, se reflete o senso prático de uma na outra. Seu curso de fisioterapia, que estava trancado naquele momento, seguiu o mesmo critério: a escolha pela estética não foi uma profunda elocubração sobre seus talentos e sonhos, mas sim baseada nas necessidades do *aqui e agora*, nas quais ela pôs em prática sua experiência como irmã, como mãe e como mulher independente. Uma identidade que funciona ao mesmo tempo para ordenar tanto a vida doméstica, a relação conjugal, seus julgamentos sobre feminilidade e a ética empreendedora. Como síntese desse raciocínio, ela menciona o clássico samba-canção “Ai, que saudades da Amélia” como a representação que uma mulher empreendedora como ela deve rejeitar. “Eu sempre falo que tem mulher que é Amélia, que não gosta de empreender, e tem as empreendedoras que não gostam de ser amélias”.

Keila está “engajada no MEI” e com o discurso afinado com o *ethos* empreendedor. Não disfarça as dificuldades que passa, mas na conversa elas não aparecem de imediato. Há de início o elemento familiar, que justifica sua busca por autonomia, por fazer os próprios horários e ter mais tempo para os filhos. “Eu queria ser dona de mim, só que não é tão bonitinho assim”, conta com a melancolia entrecortada por altas gargalhadas, tecendo formulações que não costuma fazer no seu dia a dia. “Dá uma sensação de autonomia com os desafios, então eu gosto de empreender”. De modo que convidada a elaborar suas dificuldades, ela relativiza a responsabilidade individual, como quando sugere ter feito tardiamente um curso de finanças que poderia ter lhe dado melhores condições de administrar seu salão. “Eu acho que aqui no Brasil a educação financeira tinha que vir desde o ensino fundamental, mas o governo não quer que o brasileiro seja inteligente, então...”.

Qual é o cálculo, então, que rege seu destino? Qual é a *razão* que a governa, se até mesmo seu emprego no call center não parecia, nas suas palavras, tão ruim na medida em que garantia bons benefícios, além das vantagens próprias da carteira assinada? E mesmo na sua trajetória por conta própria, são escolhas que do ponto de vista econômico em sentido estrito não encaixa suas peças. Por exemplo, ao explicar por que quis deixar de atender no Campo Limpo, seu dedo aponta para a clientela, que na periferia gosta de pechinchar e reclamar do valor do serviço, enquanto na Chácara Santo Antônio há uma *etiqueta* que não permitiria esse tipo de atitude – à diferença de Diego, contudo, que preferiu manter seu negócio na periferia aberto. Mesmo assim, ela sabe “que os salões do bairro [Campo Limpo] normalmente no final de semana estão bombando. Aqui, final de semana você pode abrir que você não atende, basicamente não tem público pra cair no final de semana”, conta. Mas o fato é que ela tem menos clientes no bairro de classe média-alta e seus custos são maiores, e mesmo o golpe causado pela pandemia não parece motivo suficiente para recomeçar.

Richard Sennett (2012, p. 24) vê na cultura que proclama mudanças de curto prazo, em seu caráter episódico e fragmentário, um “teste de caráter” em que “o importante é fazer o esforço, arriscar a sorte, mesmo quando racionalmente se sabe que está condenado a fracassar”. A sensação de desvalorização diante do tamanho que a ambição de Keila alcançou é o que torna voltar a atender no seu bairro periférico uma alternativa quase insuportável para ela. A crença no empreendedorismo, que partiu da realidade exaustiva do call center combinada com as promessas de mobilidade social pela busca contínua de qualificação profissional, a colocaram num beco sem saída. A ideologia do

empreendedorismo manipula essas ansiedades e as administra com pequenas vitórias que reforcem sua miragem de inevitabilidade (Jameson, 1992).

Para Keila, o investimento no seu capital humano só terá retorno quando ela vencer entre as mulheres elegantes que atendia na Chácara Santo Antônio, e assim concretizar seu futuro imaginado de sucesso. Não é mais possível voltar atrás sem frustrações maiores, retroceder para o lugar que seu novo *ethos* recodificou como degradado e indigno de seus esforços de formação. Sua percepção parecia demasiadamente sustentada pelo merecimento que acreditava ter e pelos primeiros sinais de inadequação com a possibilidade da derrota, um estágio ainda mais profundo do que revelava, por exemplo, o caso de Diego.<sup>6</sup>

Curiosamente, esse *ethos* reúne a idealização de uma tradição sitiada junto de um articulado discurso de empoderamento feminino que, no caso de Keila, não são excludentes, pois ambos são diferentes expressões de narcisismo e da sombra que ele projeta sobre o desejo humano legítimo de autonomia, cujo resultado é o ressentimento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nos últimos anos, o Brasil tem atravessado uma série de acontecimentos dramáticos que combinaram crises políticas e econômicas, além da emergência sanitária causada pela pandemia de Covid-19. Uma das consequências disso foi o crescimento do empreendedorismo, tanto como alternativa ao desemprego e ao desalento quanto como uma utopia de liberdade individual, em que uma promessa de fuga do sofrimento do trabalho surge da precariedade constitutiva do mercado de trabalho nacional (Costa, 2022; Dejours, 1999).<sup>7</sup>

Este texto descreve as experiências de trabalhadores autônomos que atingiram certa estabilidade – Toni, Sueli e Diego, sobretudo – e eventualmente vislumbram objetivos maiores. Meus interlocutores se apegam a um individualismo arraigado na cultura popular, em que senso prático e pés firmemente fincados na terra condicionam suas opções a metas palpáveis. Esse *ethos* do trabalho

---

<sup>6</sup> Cerca de um ano depois, com dificuldades para aumentar a clientela e vários meses de aluguel atrasado, Keila teve que devolver o salão para a proprietária.

<sup>7</sup> Segundo o IBGE, às vésperas do início da pandemia de Covid-19, a taxa de desemprego estava em 11%; o país terminaria 2019 com 19,4 milhões de trabalhadores por conta própria na informalidade, quase 2% a mais do que em 2018. Já o número de microempreendedores individuais saltou de 7,7 milhões para 9,4 milhões em um ano.

duro e paulatino define o êxito, que será alcançado um passo por vez. Evidentemente, quando se atua dentro de margens muito estreitas, a possibilidade de um passo em falso é considerável, lembrando a todo momento como uma parte de seus destinos não se encontra sob seu controle.

Toni e Sueli tiveram escassa qualificação formal, alimentam ambições modestas e elaboram suas experiências sem grandes hipérboles. Não se referem ao discurso empreendedor de maneira sistemática, mas exibem um *ethos* arraigado à cultura do trabalho por conta própria ao rejeitarem a rotina exaustiva e a subordinação implícitas à carteira assinada. Toni encontrou parcerias entre outros autônomos e Sueli tira sua renda principal das faxinas, ofício socialmente visto como subalterno. Este casal de imigrantes, apesar disso, espelha as transformações contemporâneas nos modos de vida das periferias, pois suas aspirações ressignificam o “sonho da casa própria” dentro de enclaves fortificados e refletem sobre o sucesso exaltando símbolos inequívocos – o sonho americano, cantores sertanejos e jogadores de futebol etc.

Diego e Keila, por sua vez, têm discursos mais articulados e introduzem em suas formas de expressão prescrições típicas dos manuais de autoajuda empreendedora. Diego, por sinal, tem formação em Psicologia, que afirma ser útil em sua relação com os clientes. Keila, além disso, ostenta seu empoderamento feminino e tem a ambição de se vender para fora da periferia. Contudo, mesmo quando o discurso empreendedor *forte* desses personagens se emparelha com a fraseologia neoliberal – esta, por sinal, globalizada pelas tecnologias de comunicação, como observa Appadurai (1996) –, não é o cálculo monetário que os motiva, e sim a busca por reconhecimento. Pode-se argumentar que a incapacidade de lidar com o fracasso é uma consequência subjetiva do neoliberalismo. Como discutimos ao longo do artigo, é a partir do narcisismo que esses comportamentos podem ser mais bem interpretados, na medida em que ele funciona com uma capa protetora contra um mundo suspeito e síntese de sobrevivência sob o capitalismo contemporâneo na forma de credenciais, fazendo com que certas decisões pareçam incoerentes sob um ponto de vista econômico em sentido estrito.

Assim, tanto Keila como Diego manifestam descontentamento com o que veem como desvalorização do que conseguiram por *mérito*, mas Keila parece disposta a mais sacrifícios para fazer parte de um estilo de vida distante de sua origem popular, enquanto Diego vê justamente nela a porta de entrada para seu impulso empreendedor. Keila demonstra grande apreço por marcas de *distinção social* (Bourdieu, 2007), isto é, o bairro elegante e a possibilidade de frequentar espaços prestígio – expectativas que não se sustentam no mero cálculo e que, até o momento, lhe causavam grande

sofrimento pelas oportunidades escassas e pelo risco de ter que dar passos para trás.

Seria injusto, no entanto, não reconhecer que, justamente em situações de profunda incerteza, em que apenas a mera reprodução social parece fazer sentido econômico, a expectativa por um futuro melhor é um ativo vital, esperança afinal contida na expressão “o sol brilha para todos” e que impulsiona o empreendedor popular. É essa a astúcia do discurso empreendedor nesses momentos de crise e que o faz sobressair diante da tradicional vida sem salário: ele interpela necessidades reais das pessoas não como uma distração vazia ou mera “falsa consciência”, mas transformando ansiedades em presença efetiva na cultura popular para serem posteriormente “administradas” pelas próprias mercadorias que o capitalismo fornece – literatura de autoajuda e qualificações profissionais, por exemplo.

No cerne desses modos de vida, portanto, está uma relação sempre ambígua com a cultura popular e com a origem periférica, que se resolve bastante bem na ambição modesta de Toni e Sueli e no tino empreendedor de Diego, que vê no popular oportunidades de negócios. Justamente quando o discurso empreendedor se torna essencialmente ideológico e aplaca o interesse na realidade social da periferia ou da comunidade de origem, caso de Keila, é que ele mostra seu caráter francamente meritocrático, narcisista e potencialmente autodestrutivo. O empreendedorismo se revela então como o que é, um sintoma do sobrevivencialismo descrito por Lasch (1991).

A indagação a respeito da pertinência e do quanto uma pesquisa como esta poderia ser caracterizada como “conclusiva” perseguiram a sua realização constantemente. É possível que essa dúvida permanente seja exatamente o pressuposto para que se levante cada vez mais questões a serem levadas para o campo, e que a riqueza do que se permite vislumbrar construa um quadro rico em nuances, porém sem possibilidades de definição.

## REFERÊNCIAS

APPADURAI, Arjun. *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

BECK, Ulrich. *Sociedade de risco*. São Paulo: Editora 34, 2011.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.

CALDEIRA, Teresa. Peripheral urbanization: Autoconstruction, transversal logics, and politics in cities of the global south. *Environment and Planning D: Society and Space* 35(1), 2017.

CARDOSO, Adalberto. Transições da escola para o trabalho no Brasil: persistência da desigualdade e frustração de expectativas. *Dados*, Rio de Janeiro, vol. 51, n. 3, 2008.

CASTELLS, Manuel. *The power of identity*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010.

CASTRO, Bárbara. Trabalho perpétuo: o viés de gênero e o ideal de juventude no capitalismo flexível. *Lua Nova*, n. 99, pp. 169-199, 2016.

CASTRO, Mary Garcia. Alquimia de categorias sociais na produção dos sujeitos políticos. *Estudos feministas*, n. 0, pp. 57-73, 1992.

COLBARI, Antonia. A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. *Sinais*, Vitória, n. 1, v. 1, 2007.

CORSEUIL, Carlos H. L.; FRANCA, Maíra Penna; POLOPONSKY, Katcha. A inserção dos jovens brasileiros no mercado de trabalho num contexto de recessão. *Novos Estudos*, v. 39, n. 3, 2020.

COSTA, Henrique. Estudantes do Prouni na crise do lulismo. *Plural*, v. 26, n. 1, 2019.

COSTA, Henrique. *Um lugar ao sol: utopia e sofrimento no empreendedorismo popular paulistano*. Tese de doutorado. IFCH-Unicamp, 2022.

COSTA, Henrique. O alquimista: um “sujeito periférico” no circuito do empreendedorismo social. *Revista de Antropologia*, 2024 (no prelo).

DEJOURS, Christophe. *A banalização da injustiça social*. Rio de Janeiro: FGV, 1999.

DENNING, Michael. Wageless life. *New Left Review*, n. 66, 2010.

FELTRAN, Gabriel. *Fronteiras de tensão*. São Paulo: Editora da UNESP, 2011.

FONTES, Leonardo. Padrões e modos de vida: mobilidade social nas periferias de São Paulo (2000-2016). *Dados*, Rio de Janeiro, vol. 65, n. 4, 2022.

GEORGES, Isabel. Trajetórias profissionais e saberes escolares: o caso do telemarketing no Brasil. In: ANTUNES, R.; BRAGA, R. (org.). *Infoproletários: degradação real do trabalho virtual*. São Paulo: Boitempo, 2009.

HALL, Stuart. Notes on deconstructing “the popular”. In: SAMUEL, R. (org.). *People’s history and socialist theory*. New York: Routledge, 1981.

JAMESON, Fredric. Reification and utopia in mass culture. In: \_\_\_\_\_ (Org.) *Signatures of the visible*. New York, Routledge, 1992.

LASCH, Christopher. *The culture of narcissism*. New York: WW Norton, 1991.

MACHADO DA SILVA, Luiz Antonio. Da informalidade à empregabilidade (reorganizando a dominação no mundo do trabalho). In: CAVALCANTI, Mariana; MOTTA, Eugênia; ARAUJO, Marcela. (orgs.). O mundo popular: trabalho e condições de vida. Rio de Janeiro, Papeis Selvagens, 2018.

SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter*. Rio de Janeiro: Record, 2012.

TELLES, Vera. Mutações do trabalho e experiência urbana. *Tempo Social*, v. 18, n. 1, 2006.

WILLIAMS, Raymond. Base e superestrutura na teoria da cultura marxista. In: \_\_\_\_\_ (Org.) *Cultura e materialismo*. São Paulo; Editora Unesp, 2011.

#### **DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS DA PESQUISA:**

O conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo não está disponível ao público.

#### **FINANCIAMENTO:**

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

#### **CONTRIBUIÇÃO DAS/DOS AUTORES/AS:**

Henrique Costa foi responsável pela conceitualização, metodologia, investigação, análise de dados e redação do texto.

#### **DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE:**

O autor declara que não há conflito de interesses a mencionar.

#### **MINIBIOGRAFIAS DOS/DAS AUTORAS DO PAPER:**

Henrique Costa é pesquisador de pós-doutorado no Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap), com pós-doutorado em Sociologia pela Universidade de São Paulo. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas.

## Este preprint foi submetido sob as seguintes condições:

- Os autores declaram que estão cientes que são os únicos responsáveis pelo conteúdo do preprint e que o depósito no SciELO Preprints não significa nenhum compromisso de parte do SciELO, exceto sua preservação e disseminação.
- Os autores declaram que os necessários Termos de Consentimento Livre e Esclarecido de participantes ou pacientes na pesquisa foram obtidos e estão descritos no manuscrito, quando aplicável.
- Os autores declaram que a elaboração do manuscrito seguiu as normas éticas de comunicação científica.
- Os autores declaram que os dados, aplicativos e outros conteúdos subjacentes ao manuscrito estão referenciados.
- O manuscrito depositado está no formato PDF.
- Os autores declaram que a pesquisa que deu origem ao manuscrito seguiu as boas práticas éticas e que as necessárias aprovações de comitês de ética de pesquisa, quando aplicável, estão descritas no manuscrito.
- Os autores declaram que uma vez que um manuscrito é postado no servidor SciELO Preprints, o mesmo só poderá ser retirado mediante pedido à Secretaria Editorial do SciELO Preprints, que afixará um aviso de retratação no seu lugar.
- Os autores concordam que o manuscrito aprovado será disponibilizado sob licença [Creative Commons CC-BY](#).
- O autor submissor declara que as contribuições de todos os autores e declaração de conflito de interesses estão incluídas de maneira explícita e em seções específicas do manuscrito.
- Os autores declaram que o manuscrito não foi depositado e/ou disponibilizado previamente em outro servidor de preprints ou publicado em um periódico.
- Caso o manuscrito esteja em processo de avaliação ou sendo preparado para publicação mas ainda não publicado por um periódico, os autores declaram que receberam autorização do periódico para realizar este depósito.
- O autor submissor declara que todos os autores do manuscrito concordam com a submissão ao SciELO Preprints.