

Estado da publicação: Não informado pelo autor submissor

A EMERGÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO PERIFÉRICO: A
FORMAÇÃO DE NOVAS SUBJETIVIDADES EM MEIO AO
MERCADO, AO ESTADO E À SOCIEDADE NAS MARGENS
URBANAS
Leonardo Fontes

<https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.6817>

Submetido em: 2023-09-12

Postado em: 2023-09-14 (versão 1)

(AAAA-MM-DD)

A EMERGÊNCIA DO EMPREENDEDORISMO PERIFÉRICO: A FORMAÇÃO DE NOVAS SUBJETIVIDADES EM MEIO AO MERCADO, AO ESTADO E À SOCIEDADE NAS MARGENS URBANAS

Leonardo de Oliveira Fontes.
<https://orcid.org/0000-0001-9686-7597>
<leo.ofontes@gmail.com>
Unicamp. Campinas, SP, Brasil

RESUMO: O empreendedorismo é um tópico crucial como discurso e prática entre as classes populares urbanas no Brasil contemporâneo. Neste contexto, a interpretação dominante destaca novas formas de dominação e de expressão da ideologia neoliberal por meio do imperativo de se tornar um “empreendedor de si mesmo”. Este artigo tem como objetivo desafiar a conexão direta entre o desejo de ser empreendedor e a adesão à “razão neoliberal”. Para esse fim, será analisado como aspectos subjetivos, políticos e materiais são mobilizados por um grupo específico de pequenos empreendedores formados por moradores de um bairro periférico. Esta pesquisa é baseada em dois anos de trabalho etnográfico junto a um grupo de empreendedores na periferia sul de São Paulo. Este grupo é chamado aqui de “empreendedoras periféricas” devido às suas conexões culturais e políticas com a periferia. Elas levantam demandas por proteção social e redistribuição, libertação de opressões e enraizamento social do mercado. Portanto, argumenta-se que elas operam em um “triplo movimento”, uma vez que o mercado, o Estado e a sociedade podem oferecer respostas complementares ou contraditórias às suas demandas.

Palavras-chave: empreendedorismo, periferias urbanas, neoliberalismo, subjetividade, resistência

THE EMERGENCE OF PERIPHERAL ENTREPRENEURIALISM IN BRAZIL: THE FORMATION OF NEW SUBJECTIVITIES AMIDST THE MARKET, STATE, AND SOCIETY IN THE URBAN MARGINS

ABSTRACT: Entrepreneurialism is a crucial topic as a discourse and practice among urban popular classes in Brazil. In this context, the dominant interpretation highlights new forms of neoliberal ideology and domination through the imperative of becoming an “entrepreneur of oneself”. This paper aims to challenge the direct connection between the wish to be an entrepreneur and the embrace of “neoliberal reason”. For this purpose, it will be analysed how subjective, political, and material aspects are mobilized by a specific group of small entrepreneurs formed by dwellers of an urban peripheral neighborhood. This research is based on two years of ethnographic work among a group of entrepreneurs in the southern periphery of São Paulo, Brazil. This group is called here “peripheral entrepreneurs” due to their cultural and political connections with the periphery. They pose demands for social protection and redistribution, liberation from oppression, and social embedment of the market. Thus, it is argued that they operate in a “triple movement” since the market, the State, and society can offer complementary or contradictory answers to their demands.

Keywords: entrepreneurialism; urban peripheries; neoliberalism; subjectivity, resistance

1. INTRODUÇÃO

É possível ter uma forte disposição para ser empreendedor e resistir à subjetividade neoliberal? Este artigo tem como objetivo desafiar a conexão direta entre o desejo de ter seu próprio negócio ou trabalhar por conta própria e ser um “empreendedor de si mesmo”, com base na análise de um grupo específico de empreendedoras aqui chamados de “empreendedorismo periférico”¹.

Desde a década de 1990, o empreendedorismo é uma questão importante no debate público brasileiro sobre formas de superar a pobreza e as desigualdades da nossa sociedade. Embora a informalidade continue sendo uma medida oficial nas estatísticas do mercado de trabalho – e atualmente represente cerca de 40% da força de trabalho ativa do Brasil – houve uma mudança analítica progressiva em direção a categorias como empregabilidade e empreendedorismo, que colocam a responsabilidade pela inserção econômica nos trabalhadores e em suas condições individuais de inclusão no mercado de trabalho (Machado da Silva, 2002; Tommasi e Corrochano, 2020).

De uma perspectiva sociológica, a principal crítica a esse discurso empreendedor vem do trabalho seminal de Foucault (2008), no qual o neoliberalismo é interpretado não apenas como uma ideologia ou uma política econômica, mas como uma “racionalidade” ou uma forma de governo que tende a organizar a conduta das populações. Dessa forma, a austeridade fiscal, o desmantelamento das políticas de bem-estar social e a desregulamentação das relações de trabalho visariam a produzir uma sociedade na qual os indivíduos estejam permanentemente em competição uns com os outros, lutando por recursos escassos e se comportando de forma egoísta em busca da maximização de seus interesses racionais. Assim, trabalhadores estariam se tornando “empreendedores de si mesmos”, buscando otimizar por meio de cálculos racionais o retorno de um investimento realizado em seu “capital humano”. O neoliberalismo, portanto, não apenas destrói, mas produz uma certa subjetividade ou uma “razão”, uma forma de ser no mundo (Dardot & Laval, 2013).

¹ Farei sempre referência às pessoas que são interlocutoras dessa pesquisa no feminino, pois, como será demonstrado ao longo do texto, trata-se de um grupo majoritariamente formado por mulheres e que tem nas questões de gênero uma de suas preocupações primordiais.

Vários autores brasileiros desenvolveram pesquisas empíricas ou teóricas com base nessa premissa para denunciar os aspectos ideológicos desses incentivos ao empreendedorismo (Amorim et al., 2021; Amorim, Moda, & Mevis, 2021; Souza, 2020; Faria, 2020; Rocha & Carvalho, 2018; Silva, 2017; De Tomasi & Velazco, 2018; Palermo & Ventrice, 2020; Maia, 2019)². Assim, de acordo com essa perspectiva dominante, a subjetividade neoliberal prevaleceria progressivamente, especialmente entre os trabalhadores urbanos pobres que agora estão dispostos a se tornarem empreendedores.

Por outro lado, alguns estudos têm apontado para o crescimento da ideia de empreendedorismo entre segmentos críticos ou socialmente excluídos do capitalismo contemporâneo ou vítimas de diversas opressões. Essa virada recente na análise do empreendedorismo entre as classes populares – à qual este artigo está alinhado – tem destacado a necessidade de analisar essa questão não apenas sob a perspectiva das formas de acumulação de capital e persuasão ideológica, mas também a partir da perspectiva dos empreendedores que optam por essa inserção econômica.

Nesse sentido, encontramos estudos sobre empreendedorismo no campo da cultura (Tommasi & Silva, 2020; Carvalho et al., 2017; Bittencourt & Domingues, 2016; Judice & Furtado, 2014), empreendedorismo feminino (Silva-Peralta & Rompató, 2020; Forero-Bernal & Durán-Duarte, 2019), empreendedorismo negro (Rezende et al., 2018; Silva, 2017)³. Esse empreendedorismo vivenciado e praticado por moradores de periferias urbanas desafiou análises que associam a opção empreendedora com a adesão ou aceitação da “razão neoliberal” pelas classes populares urbanas (Cruz Junior, 2022).

Este artigo é baseado em trabalho de campo etnográfico realizado em um bairro localizado na periferia sul de São Paulo, Brasil. Desde 2019, tenho realizado observação participante (virtual e presencial) em feiras e reuniões de empreendedores e conduzi cerca de 20 entrevistas e várias conversas informais com interlocutores envolvidos em diversos tipos de negócios e com diferentes origens socioeconômicas.

A análise conduzida aqui tem como objetivo “levar a sério” o que os interlocutores da pesquisa dizem sobre suas experiências, projetos e aspirações. Isso não significa “comprar o seu discurso”, mas considerá-lo uma perspectiva epistemologicamente válida (Feltran et al., 2022). Assim, mais do que

² Em levantamento bibliográfico realizado na base Scielo para o período entre 2012 e 2021, 27% dos textos sobre empreendedorismo adotavam essa abordagem teórica (Fontes, 2023).

³ No mesmo levantamento referido na nota anterior, 23% dos artigos dialogavam com a relação entre empreendedorismo e grupos subalternizados (Fontes, 2023).

uma “sociologia crítica da dominação” ou uma “teoria crítica da sociedade”, o artigo busca fazer uma “sociologia da crítica” ou uma “sociologia da sociedade crítica”, que deve enfrentar como tarefa primordial a reconstrução do espaço crítico no qual os sujeitos operam (Boltanski, 2011).

Portanto, este artigo visa desafiar a perspectiva dominante por meio da descrição e análise de aspectos subjetivos, políticos e materiais mobilizados por um grupo específico de empreendedores que chamo de “empreendedorismo periférico”. Essa categoria busca destacar as redes de relacionamento que meus interlocutores estabeleceram nas periferias da cidade e a importância que atribuem à oposição ao empreendedorismo discutido e praticado nas áreas centrais da cidade. Da mesma forma, visa diferenciar o grupo em análise do “empreendedorismo popular” (Costa, 2022), que pode ser atribuído a uma ampla gama de empreendedores das classes populares urbanas.

Autores que apontam para a conexão direta entre empreendedorismo e razão neoliberal tendem a olhar apenas para a situação dessas pessoas no mercado enquanto “empreendedores”. No entanto, como tentarei demonstrar ao longo deste texto, esses empreendedores também têm relacionamentos importantes com outras esferas da vida política e social onde desenvolvem suas subjetividades e projetos de vida. Portanto, este estudo explorará as relações desses empreendedores com organizações da sociedade civil, o mercado e órgãos estatais como forma de analisar as possibilidades de resistência e convivência com a “razão neoliberal”. Argumento que esse “triplo movimento” (Fraser, 2017) no qual minhas interlocutoras estão envolvidas pode reforçar ou contrapor a tendência de mercantilização radical do trabalho identificado por Polanyi (2001) ao mesmo tempo em que procuram mecanismos de “proteção” e “libertação”⁴ de algumas opressões.

O artigo possui três seções adicionais além desta introdução e das considerações finais. A próxima seção resume as principais características desse grupo em termos de identidade e composição social. Em seguida, são exploradas as instituições e matrizes discursivas que sustentam o empreendedorismo periférico. Por fim, analisamos por que esses empreendedores decidiram arriscar e abrir um negócio próprio, uma vez que a maioria deles tinha experiência anterior no mercado de trabalho formal.

2. O "EMPREENDEDORISMO PERIFÉRICO": PERFIL E IDENTIDADE

⁴ Uso o termo “libertação” ao invés do conceito “emancipação” proposto por Fraser por entender que este último tem um sentido mais amplo e englobaria a superação de opressões também relacionadas à lógica capitalista.

Este ramo do *empreendedorismo popular* que estou chamando de *empreendedorismo periférico* me chamou atenção no meu trabalho de campo de pós-doutorado, iniciado no fim de 2019. Eu já havia realizado pesquisas anteriores para minha tese de doutorado no mesmo bairro – chamado Jardim Ângela – desde 2015 e tinha alguns contatos e conexões com moradores e organizações locais que facilitaram meu retorno. No entanto, quando a Covid-19 atingiu o Brasil em março de 2020, algumas mudanças de plano foram necessárias. Pouco depois da implementação das primeiras medidas de distanciamento social, uma colega que sabia sobre meu projeto de pesquisa e trabalhava em tópicos semelhantes me convidou para participar de uma reunião de uma rede de empreendedores que estava se formando e me pediu ajuda para estruturar o grupo.

Essa rede, cujas reuniões eu acompanhei semanalmente online por quase um ano e meio, tornou-se minha principal porta de entrada para o mundo do empreendedorismo periférico. Além das pessoas que conheci durante as reuniões que se tornaram minhas interlocutoras de pesquisa e das anotações que fiz durante as reuniões, elas também me apresentaram a diferentes instituições, organizações públicas e privadas e outras pessoas que trabalhavam oferecendo diferentes formas de apoio a pequenos empreendedores das periferias de São Paulo.

Ao observar as participantes das reuniões e outros eventos online e presenciais, seminários e feiras, e conduzir entrevistas qualitativas, foi possível identificar um perfil predominante do público que formou este grupo. São principalmente mulheres que se identificam como pretas ou pardas, formalizadas como Microempreendedoras Individuais (MEI) e com acesso ao ensino superior. Muitas foram beneficiárias de ações afirmativas e/ou bolsas públicas, especialmente o PROUNI.

Em termos de setores econômicos, elas oferecem principalmente serviços e produtos relacionados à estética (maquiagem e cabeleireiras), moda (roupas e acessórios), alimentação e cultura (produção ou divulgação de atividades culturais ou produtos: eventos, livros, artesanato e ilustrações).

A escolha dessas áreas para desenvolver suas atividades não foi fortuita. Para elas, se tornar uma empreendedora não significa uma “oportunidade de mercado”⁵ onde elas “poderiam ganhar milhões e milhões”. Da mesma forma, elas enfatizam que não se trata apenas de “se virar” fazendo qualquer tipo de atividade que lhes permita sobreviver vendendo sua força de trabalho em uma série

⁵ Todas as expressões entre aspas foram retiradas de minhas notas de campo ou fazem parte de entrevistas que realizei.

de atividades desconectadas. Elas geralmente buscam expressar suas habilidades, bem como sua cultura, história e identidade por meio de produtos e serviços, como cuidados estéticos para pele negra e cabelos crespos, alimentos que são importantes para suas famílias, roupas com temas ligados à ancestralidade africana ou eventos culturais ou produtos que dialoguem com o modo de vida que vivenciam nas periferias.

Com isso, as empreendedoras periféricas têm como objetivo se diferenciar de dois grupos comumente associados ao empreendedorismo. Por um lado, empreendedores das classes médias e altas que são apontados de maneira pejorativa como “empreendedorismo de startups” que “sempre estão em busca de uma nova oportunidade de negócio” ou como “empreendedorismo gourmet”. Nas palavras de um dos meus interlocutores, “esses não são empreendedores, mas herdeiros”, destacando seu status privilegiado. Por outro lado, elas reforçam que são empreendedoras “por vocação”, que se tornaram “empreendedoras genuínas” e não “por necessidade”. Assim, também buscam se separar de outros grupos, com os quais muitas vezes compartilham o espaço social, que iniciaram um “negócio” para evitar privações econômicas e, frequentemente, a fome⁶.

Ao mesmo tempo, muitas delas criticam o discurso oficial sobre o empreendedorismo apontado como uma forma de artificialmente reduzir a taxa de desemprego ou retirar direitos trabalhistas. “Para nós, ser um empreendedor é ir em busca do nosso sonho, mas para o governo, é negar uma série de direitos. Portanto, ser um empreendedor por vocação é uma coisa, outra é se tornar um empreendedor quando a barriga dói”, disse uma de minhas interlocutoras.

Em resumo, as “empreendedoras periféricas” se veem como um grupo particular de empreendedoras que afirmam ser “genuínas”, pois além de escolherem esse caminho por vontade própria são “inovadoras” e superaram obstáculos sociais e econômicos para alcançar um nível de sucesso relativo. Elas também reivindicam uma identidade periférica ao se opor ao empreendedorismo tradicional praticado nas partes centrais da cidade em diálogo com movimentos culturais que surgiram nas últimas décadas⁷. Elas criticam o termo “empreendedorismo” devido ao seu conteúdo ideológico, mas acreditam que podem “hackeá-lo” uma vez que são as “verdadeiras” empreendedoras.

⁶ Segundo pesquisa realizada pela Rede Brasileira de Pesquisa em Soberania e Segurança Alimentar (Rede PENSSAN), em 2022, 58,7% da população brasileira estava em algum grau de insegurança alimentar e 15,5% (33,1 milhões de pessoas) vivenciavam insegurança alimentar grave.

⁷ Para uma análise detalhada sobre as mudanças de identidades nas periferias de São Paulo, ver Fontes (2021).

Finalmente, elas buscam apoiar seus pares na periferia e se baseiam em práticas sociais de reciprocidade e ajuda mútua, como veremos nas seções seguintes.

3. O ECOSISTEMA PERIFÉRICO E SUAS MATRIZES DISCURSIVAS

Durante meu trabalho de campo, me deparei com várias instituições e organizações locais que tinham como objetivo apoiar pequenos empreendedores, como a Feira Preta, Agência Solano Trindade, Black Rock, EmpreendeAí, Emperifa, Afrobusiness, ANIP, e bairro, entre outras. Como indicado por seus nomes, elas geralmente tentam enfatizar que seu público é formado principalmente por grupos subalternos, como pessoas negras, mulheres ou moradores de periferias urbanas.

Algumas delas funcionam como ONGs, outras estão mais próximas de uma cooperativa e outras operam em um modelo de pequena empresa. Algumas organizam feiras ou espaços virtuais para vender os produtos dos empreendedores; outras oferecem cursos de formação em questões técnicas necessárias para o cotidiano dos empreendedores, como marketing digital, contabilidade e finanças; e outras operam como um espaço para troca de experiências e projetos, como a rede na qual participei mais ativamente.

Entrevistei algumas lideranças e coordenadoras dessas instituições, visitei suas páginas oficiais na web várias vezes e participei de eventos que elas organizaram para entender os serviços que oferecem e seu conceito de empreendedorismo. Para economizar espaço, contarei a história de Fabiana e da ANIP (Articuladora de Negócios de Impacto na Periferia) como um caso paradigmático em que será possível identificar as principais matrizes discursivas que formam o empreendedorismo periférico.

O uso de matrizes discursivas aqui segue a compreensão de Sader (1988) que as define como “formas de abordar a realidade”, o que implica diferentes atribuições e significados. No entanto, a produção e reprodução dessas ideias dependem dos lugares e das práticas materiais a partir dos quais as declarações são emitidas. Assim, as pessoas, instituições e espaços de sociabilidade devem ser analisados em suas interações mútuas para entender melhor a formação e transformação dos discursos.

Fabiana é uma mulher negra de 42 anos. Atualmente, ela é coordenadora pedagógica da A Banka e gerente operacional da ANIP. Ela se identifica como ativista em movimentos de educação e cultura e é militante de uma religião de Matriz Africana. Durante a década de 1990, no início da idade

adulta, ela trabalhou na Sociedade Santos Mártires, uma ONG que atua no Jardim Ângela em estreita relação com a Igreja Católica⁸.

Durante esse período, ela trabalhou em um projeto social que oferecia qualificação profissional, com foco especial em mulheres em situações de violência doméstica. A educação não-formal à qual teve acesso durante esse período como trabalhadora e ativista em projetos sociais desenvolvidos na periferia deu a ela a certeza de que as soluções para os problemas da periferia não poderiam ser pensadas sem que os moradores desses bairros fossem ouvidos. Durante nossa conversa, ela repetiu uma frase que o Padre Jaime, pároco local e líder comunitário da Sociedade Santos Mártires, costumava dizer durante negociações com intelectuais e formuladores de políticas: “A cabeça pensa onde os pés pisam”.

Assim, a primeira matriz discursiva que podemos identificar em sua trajetória e que estava presente em várias organizações e histórias de vida nas periferias de São Paulo são os projetos sociais e ONGs surgidos na década de 1990. Essas organizações geralmente trabalham em parceria ou negociações políticas para pressionar o Estado como forma de obter acesso a serviços e recursos públicos para suas regiões. Elas também desenvolvem projetos sociais em áreas como educação, saúde e assistência social, muitas vezes financiados pelo estado ou outros parceiros privados (Fontes, 2020a). Assim, direcionam suas demandas ao estado, mas também buscam garantir que essas políticas públicas tenham diálogo com a realidade local e não sejam formuladas e implementadas de cima para baixo.

Nos anos seguintes, Fabiana conheceu A Banka, um projeto cultural que surgiu do hip-hop e dos coletivos culturais que estavam se espalhando por diferentes bairros periféricos naquele momento. Segundo DJ Bola, um dos coordenadores e fundadores da A Banka, a instituição nasceu em 1999, em um contexto de extrema violência nas periferias de São Paulo. Em 2001, receberam seu primeiro financiamento público para um projeto cultural e desenvolveram expertise no processo de captação de recursos do estado.

A partir desse momento, DJ Bola e outros membros da A Banka começaram a viver com a renda gerada pela própria entidade. Segundo ele, perceberam que a filantropia, o financiamento

⁸ Para mais detalhes sobre a Sociedade Santos Mártires e sua importância no desenvolvimento de projetos sociais no Jardim Ângela ver Fontes (2018a, 2020a).

público ou as doações privadas não chegavam à periferia na quantidade necessária. Portanto, foi necessário oferecer produtos que garantissem a sustentabilidade financeira da instituição.

Para a geração que cresceu nos anos 1990, os projetos sociais realizados na região por organizações como a Sociedade Santos Mártires foram essenciais para a formação política e sociabilidade. Nos anos 2000, esse papel foi desempenhado principalmente por coletivos culturais influenciados pelo hip-hop e pela literatura marginal, como A Banka (Fontes, 2018b, 2020a; 2020b; D’Andrea, 2013). A partir dessa segunda matriz discursiva que vem do “mundo da cultura”, Fabiana aprendeu a usar o rap e outras manifestações culturais como forma de educação política. Esses movimentos também destacam a importância de apropriar-se e valorizar culturalmente o território em que nasceram e cresceram.

Durante os anos 2000 e a primeira metade da década de 2010, os moradores das periferias urbanas no Brasil passaram por um importante processo de mobilidade social, especialmente em termos de acesso ao ensino superior e níveis de renda (Fontes, 2022). A crise econômica que começou em 2015 e os consequentes problemas de desemprego, informalidade e precarização do trabalho entre os segmentos mais pobres da população estimularam Fabiana e seus colegas a olharem para a periferia sob uma perspectiva econômica. Isso levou A Banka a descobrir o Investimento Social Privado, um conjunto de institutos, fundações e organizações ligadas a empresas privadas que financiam ou desenvolvem projetos sociais em áreas carentes ou periferias urbanas de grandes cidades. Em 2008, eles firmaram parceria com a Artemisia⁹, e A Banka se tornou uma associação sem fins lucrativos e começou a se posicionar como um negócio de impacto na periferia.

Em um texto significativo publicado no site da Artemisia¹⁰ com o sugestivo título “Como construir uma carreira com significado?”, a ideia central dos negócios de impacto social é resumida na frase “Entre ganhar dinheiro e mudar o mundo, faça os dois”. A apropriação do discurso sobre negócios de impacto social por meio da ideia de que o trabalho pode (e deve) ter um sentido social e, portanto, coletivo, forma a terceira matriz discursiva do empreendedorismo periférico.

⁹ Artemisia é uma organização sem fins lucrativos fundada em 2004 por uma empresária americana para apoiar “o desenvolvimento de talentos e empreendedores na criação e desenvolvimento de negócios de impacto que ajudem a resolver os problemas sociais da população de baixa renda no Brasil” (Barbalho e Uchoa, 2019).

¹⁰ Disponível em: <https://artemisia.org.br/como-construir-uma-carreira-com-significado/>. Acesso em 11 de maio de 2023.

Como síntese dessas três matrizes discursivas, Fabiana e seus colegas começaram a questionar por que esses grupos privados estavam discutindo a realidade periférica sem ouvir as pessoas que a experimentam diariamente. Portanto, decidiram construir instituições, organizações e empresas locais que pudessem apoiar empreendedoras das periferias com base em seu conhecimento social. Assim, eles poderiam valorizar o conhecimento local e a cultura periférica e produzir impacto social ao mesmo tempo em que construía uma carreira que faça “sentido”.

Fabiana e muitos dos meus interlocutores gostam de destacar que adotam a ideia de empreendedorismo sem romantizá-la. Portanto, ela afirma ser contra a ideia de “meritocracia”, que geralmente está ligada ao empreendedorismo e às reformas pró-mercado. No entanto, ela defende o empreendedorismo como uma maneira de permitir que pessoas pobres busquem carreiras profissionais que tradicionalmente foram negadas devido à exclusão social. “O que temos discutido é por que, para nós, não nos foi dado o direito de fazer certas escolhas de carreira, incluindo ser empreendedores ou ter nossos próprios negócios, com base em nossos sonhos e nas necessidades locais”, ela me disse.

Até 2016, Fabiana e outros companheiros da periferia sul de São Paulo participavam do Fórum de Investimento Social Privado e outros espaços e cursos organizados por empresas e universidades que incentivavam “negócios de impacto social”. Para ela, isso fazia parte de um “campo de batalha filosófico” em que o “ecossistema” de organizações do qual faz parte se oporia ou complementaria os conceitos de empreendedorismo trazidos pela academia e pelos grandes empresários “do outro lado da ponte”¹¹. Assim, em 2017, eles decidiram criar o 1º Fórum de Negócios de Impacto da Periferia e iniciaram um programa para acelerar negócios locais com o apoio de institutos e fundações filantrópicas.

Em 2020, a ANIP mudou de aceleradora para articuladora para “entender, articular e mobilizar os atores estratégicos para a consolidação do ecossistema de negócios de impacto da periferia” (Larroudé, 2022, p. 38). Desde então, eles começaram a atuar em quatro áreas: a) treinamento, b) mobilização e inspiração, c) geração de conhecimento e d) novos modelos financeiros.

¹¹ As “pontes” que cruzam os rios Tietê e Pinheiros são importantes marcos geográficos que separam social e geograficamente o “centro” de São Paulo de suas periferias.

Em suma, o empreendedorismo periférico nasceu da articulação de três matrizes discursivas consolidadas nas últimas décadas nas periferias de São Paulo: 1) as organizações e projetos sociais desenvolvidos nesses territórios que trabalham principalmente com foco em políticas públicas e participação popular; 2) coletivos e movimentos culturais cujas atividades estão voltadas para fortalecer as relações de sociabilidade local e valorizar a cultura periférica; 3) o empreendedorismo de impacto social que, apesar de seu caráter social, tem o mercado como orientação para suas ações. Dessa forma, o Estado, a sociedade civil e o mercado têm funções complementares e potencialmente contraditórias, como veremos a seguir, para o empreendedorismo periférico.

4. A VIDA DOS EMPREENDEDORES PERIFÉRICOS: DO QUE FOGEM E O QUE PROCURAM?

Uma pergunta imediatamente surge quando olhamos para o perfil dessas empreendedoras: por que elas escolhem esse caminho, mesmo cientes dos riscos e da possível precariedade a que estariam sujeitos? Portanto, esta seção tem como objetivo responder a essas perguntas para explicar os processos e experiências que formaram a disposição empreendedora dessas pessoas. Tentarei abordar essa questão explorando elementos das histórias de vida de algumas das minhas interlocutoras para apontar o que elas estão tentando evitar no mercado de trabalho e o que estão buscando na vida de empreendedoras.

Para minhas interlocutoras, o principal objetivo de ser empreendedora pode ser resumido na oposição entre “trabalhar para outros” ou “trabalhar para mim mesma”. Essas categorias nativas, que ouvi várias vezes durante minha pesquisa de campo, mostram as frustrações que elas experimentaram ao vender sua força de trabalho em um mercado de trabalho precário e opressor. Para elas, “trabalhar para outros” significa se submeter a uma autoridade externa e aceitar situações consideradas degradantes ou, no mínimo, castradoras de sua liberdade e autonomia.

Organizarei as situações particulares que identifiquei em três blocos, com base em três histórias de vida que resumem as experiências que elas estão tentando evitar em seu passado e o que aspiram como empreendedoras.

4.1 Humilhações, opressões e busca por propósito

Talita é uma mulher branca de 40 anos. Ela é proprietária de uma agência de comunicação para empreendedores das periferias. Seu pai era jardineiro e sua mãe uma costureira que trabalhava em uma fábrica. Quando Talita era criança, sua mãe sofreu um acidente a caminho do trabalho e teve que se aposentar devido a problemas de saúde decorrentes.

Desde criança, ela experimentou a violência e a opressão de gênero em casa, tendo testemunhado e sofrido várias situações de violência por parte de seu pai. O divórcio dos pais, que ocorreu quando ela tinha 12 anos de idade, piorou a situação econômica da família, e ela lembra de ter que dormir no mesmo quarto que suas três irmãs em uma casa com chão de terra batida. Consequentemente, quando cada uma delas completava 15 anos, “tínhamos que entrar no mercado de trabalho para ajudar” com as despesas familiares.

Nessa idade, Talita participou de um curso de “jovem aprendiz” para aprender atividades de escritório, como enviar um fax, tirar uma fotocópia e atender ao telefone. Ela começou, então, a explorar a cidade para além das fronteiras de seu bairro. Em suas palavras, “foi tipo: uau, olha para esse mundo”.

Após o treinamento, Talita conseguiu um emprego em uma multinacional francesa de bebidas para fazer fotocópias e cuidar do estoque. Depois de três anos, ela foi realocada como assistente em outra empresa do grupo, no setor de perfumes. Com isso, veio a exigência de que ela deveria fazer ensino superior, e ela decidiu estudar Publicidade. A rotina era intensa e perigosa, já que precisava voltar para a casa de sua mãe à noite, localizada em um bairro com altas taxas de violência. Por isso, aos 21 anos, ela decidiu se mudar para uma pensão mais próxima do trabalho.

Após se formar, Talita conseguiu um emprego em uma agência de publicidade, mas não gostou do ambiente de trabalho, especialmente das longas horas extras que tinham que fazer para concluir alguns trabalhos. “Não sei se eles acham muito legal ficar acordados a noite toda para entregar um trabalho [...] Eu não gostava”, ela me disse.

Em seguida, ela foi trabalhar na área de cosméticos de luxo e, posteriormente, no setor de maquiagem. Neste último caso, ela era responsável por cuidar de toda a parte visual das lojas e do merchandising dos produtos. Ela lembra que seus chefes eram “chatos” e extremamente exigentes

com o padrão de entregas que ela tinha que cumprir, o que se tornou um padrão em suas experiências de trabalho:

Na época em que trabalhei na empresa de perfumes, quando era mais jovem, chorava muito. O diretor chegava e falava que tava uma bosta, que o que eu tinha feito tava péssimo, eu chorava, ia pro banheiro, chorava, chorava, chorava. E eu acho que aquilo criou meio que um padrão também. Que eu passei a ficar muito perfeccionista com algumas coisas [...] Porque ele não passava pano. Ele chegava e falava, meu, tá uma bosta, refaz. Até você chegar no nível que ele queria.

Além das humilhações e opressões que sofreu de seus chefes, Talita também teve um conflito moral por trabalhar em um mercado de luxo, enquanto sua família permanecia em condições precárias de vida.

Depois, eu trabalhei com essa americana na empresa de maquiagem quando abriram as lojas. Só que é um trabalho que você trabalha muito e eu tinha uma questão emocional muito forte, porque eu tinha toda essa coisa da minha família continuar na quebrada. Eu tava trabalhando no JK que era o shopping de rico famosos [...] você não se acha merecedora daquilo e, ao mesmo tempo, você acha que você tem que voltar pra quebrada e isso começou a dar bug na minha cabeça.

O contraste entre o mundo de luxo e riqueza em que entrou, com demandas absurdas em termos de padrões de qualidade e trabalho excessivo, e a realidade de onde veio e sua família seguia vivendo, tornou-se insuportável.

Eu vim de uma família em que meu primo foi assassinado pela polícia. Minha mãe às vezes não tinha dinheiro para comer bem, então minha família passou por muitas dificuldades. Uma vez, peguei um táxi e meu tio trabalhava no farol perto do Parque Ibirapuera... e então eu estava em um táxi indo para o aeroporto, e meu carro parou bem em um farol onde meu tio estava vendendo água. Meu tio trabalhou anos naquele farol. E aí pra mim era tudo muito choque de realidade, sabe? E aí o povo [os chefes] fala que tinha que mudar a vitrine e tinha que processar o fornecedor que não entregou no prazo, atrasou a hora. Na minha cabeça, eu falava “gente, tem pessoas passando fome, sabe?”

[...]

E eu achava que, de alguma forma, tudo era fútil. [Eu estava trabalhando sob pressão] e pra vender mais, pra um negócio que eu nunca nem conheci o dono, que eu nem sabia como era a cara da pessoa.

Diante dessa situação de estresse e conflitos internos e externo, Talita pediu demissão. Após alguns meses foi em trabalhar em uma joalheria, e, novamente, ela teve problemas com uma chefe abusiva: “A CEO era bem difícil de se trabalhar. Era aquela pessoa que entrava no escritório e todos ficavam em silêncio, tinham medo dela”. Depois de alguns meses, no início de 2015, Talita teve um *burnout*, ficou deprimida e decidiu voltar a morar com sua mãe, para que pudesse ser cuidada.

Por um lado, esse retorno à periferia foi sentido como uma derrota: “parecia que eu tinha perdido tudo, voltando a morar na casa da minha mãe, saindo de um apartamento com meus

amigos.[...] Para mim, isso foi o fundo do poço. Eu fiquei bem doente, três meses sem sair da cama”. Por outro lado, isso a permitiu redescobrir seu próprio bairro. Ela começou a fazer voluntariado em um projeto para crianças com deficiência. A partir daí, também entrou em contato com saraus de poesia que aconteciam na região e um projeto de educação ecológica. O mundo dos projetos sociais e coletivos culturais, duas matrizes discursivas identificadas anteriormente, se abriram para Talita.

Para conseguir dinheiro nesse período, ela aprendeu com sua irmã mais nova como fazer e vender doces. Nesse momento, seu plano era melhorar sua saúde mental e conseguir um emprego formal. No entanto, a ideia de sofrer humilhações e assédios pelos quais já havia passado causava-lhe grande ansiedade.

Em 2017, sua irmã sugeriu que fizessem um curso de empreendedorismo na EmpreendeAí para aprender sobre questões técnicas como precificação e vendas. Com isso, ela teve contato com a terceira matriz discursiva do empreendedorismo periférico. Durante o curso, ela se lembra de ter que responder a perguntas sobre no que ela era boa e o que gostava de fazer, e percebeu que vender doces e chocolates não era exatamente sua paixão. Ela gostava de atividades de comunicação, e sua irmã a encorajou a encontrar seu próprio caminho: “porque você não pensa a comunicação como algo que traga um sentido pra você? Não ser algo que vai te adoecer tanto assim? Com um propósito e coisas nesse sentido”.

A combinação do seu reencantamento com o bairro por meio de projetos sociais e movimentos culturais, juntamente com a ideia de que o trabalho pode ter um “sentido” e um “propósito”, foi o que deu origem ao seu desejo de criar sua própria empresa de comunicação focada em negócios da periferia.

Apesar de suas diferentes experiências como funcionária formal, Talita se lembra de momentos em que foi uma “empreendedora” diante da necessidade de “se virar”. Primeiro, vendendo roupas usadas com uma amiga quando estava entre empregos e depois vendendo doces com sua irmã. Assim, além do desejo por autonomia e flexibilidade e de escapar da opressão do mercado de trabalho, sua disposição empreendedora também vem dessa ética de “se virar”, comum entre os pobres e moradores das periferias urbanas brasileiras.

Durante as restrições da Covid-19, Talita recebeu o Auxílio Emergencial oferecido pelo governo e um financiamento combinado oferecido por uma fundação social privada, no qual ela precisava arrecadar R\$ 5.000 em doações de pessoas físicas, e a Fundação dobraria o valor arrecadado. Durante esse período, ela também descobriu outra oportunidade de negócios que a agradou: oferecer treinamento em marketing digital para projetos culturais e sociais e pequenas empresas na periferia financiados pelo SESC.

Atualmente, Talita tem um faturamento mensal de R\$ 4.000 em sua empresa, mas metade desse valor destina-se a pagar contas como aluguel, telefone e internet. O restante é o seu “salário”. Apesar da instabilidade financeira que eventualmente enfrenta, ela vê mais vantagens do que desvantagens em ser empreendedora, especialmente a possibilidade de ter uma agenda flexível e evitar trabalhar quando está doente ou quando a quantidade de trabalho é baixa.

Ela é crítica ao que chama de “romantização do empreendedorismo”, que vê o empreendedor como um “lutador ou guerreiro”, mas adota o rótulo porque “vive de seu negócio” e pretende continuar assim no futuro. “[Eu gosto] de saber que posso ganhar dinheiro fazendo algo em que acredito”, resume.

Ao vender sua força de trabalho em um mercado de trabalho precário, mulheres de famílias pobres e provenientes da periferia são vítimas de uma série de opressões que se entrelaçam de maneira específica, envolvendo raça, gênero, local de residência e classe social. “Ter que aguentar” situações de assédio moral ou sexual no ambiente de trabalho devido à necessidade financeira atingiu o limite do suportável para várias de minhas interlocutoras. Talita entrou em depressão e voltou a morar com a mãe. Em outro caso, uma de minhas interlocutoras reagiu a um chefe que tentou beijá-la à força e acabou sendo demitida. Em outro, uma interlocutora me contou que sofreu em silêncio durante anos com os gritos de seu chefe, porque sempre que tentava se demitir, era dissuadida pelo departamento de recursos humanos sob o argumento de que ela precisava do dinheiro.

Portanto, em sua fuga de chefes abusivos e autoritários, de excesso de trabalho sem flexibilidade e de assédio moral que sofreu em vários empregos formais, Talita encontrou uma saída no empreendedorismo. O que por vezes foi uma forma de “se virar”, tornou-se algo que “fazia sentido” para ela. Por meio das instituições e matrizes discursivas descritas na seção anterior, Talita descobriu que, em vez de vender sua força de trabalho em um mercado precarizado, ela poderia vender

produtos e serviços em um mercado “periférico”, onde poderia encontrar dinheiro e significado para si mesma e para as pessoas de seu bairro.

4.2. Alienação, empregos sem sentido e “o significado das coisas”

A desconexão com o negócio como um todo ou com atividades específicas como estímulo para se tornar empreendedora se repete em outras histórias que ouvi. Renata é uma mulher de 35 anos que se considera parda e nasceu na Paraíba, mas veio para São Paulo aos 3 anos de idade. Ela é filha de um vigia noturno aposentado e uma faxineira, que “sempre vendia algumas coisas para complementar sua renda”.

Renata começou a trabalhar em funções administrativas aos 16 anos no Departamento de Recursos Humanos de uma empresa farmacêutica. Durante esse período, ela decidiu estudar Publicidade, o que foi possível graças a uma bolsa do PROUNI. Durante a faculdade, ela foi estagiária na área de marketing e até trabalhou em duas agências de publicidade, mas percebeu que não era o que ela gostava. “Quando saí da Publicidade, percebi que queria trabalhar com arte, queria trabalhar com algo relacionado à criatividade”, me disse.

Mesmo quando tinha um emprego formal, Renata diz que era “empreendedora” em seu “tempo livre”: “Eu sempre tentei fazer as coisas darem certo nesse sentido, de empreendimento. Desde quando eu estava nessas empresas, nas minhas horas vagas, sempre tinha alguma coisinha relacionada, inventava de fazer luminária, de fazer camiseta pra uns amigos”.

Para se aproximar de seu desejo de “trabalhar com criatividade”, ela conseguiu um emprego em um Centro Cultural como Jovem Monitora, o que lhe permitiu fazer vários cursos na área de arte, política e outros tópicos que a interessavam. Durante esse período, ela descobriu o que “gostava de fazer”: “eu trabalhava no setor da biblioteca e aí eu comecei a gostar dessa ideia de descobrir como que o livro era feito”. Uma amiga a ensinou a encadernar livros e cadernos e ela fez cursos para aprimorar suas técnicas.

Renata, então, se mudou com duas amigas para uma “casa-estúdio” e fundou um “coletivo de arte” com elas para produzir e vender cadernos e decidiu que queria “viver disso”. Ela começou a cruzar a cidade diariamente para vender seus cadernos na Avenida Paulista. No início, ela não tinha uma meta de vendas ou ganhos financeiros, “o que eu vendesse no dia estava bom”.

No entanto, seu “flerte com o empreendedorismo” trouxe grande desconforto ao associar sua nova atuação à lógica publicitária da qual ela fugiu. Ela resume esse desconforto na necessidade de comprar “impulsionamento [nas redes sociais] para vender”: “Eu não queria reproduzir nada do que me causava uma certa repugnância do que eu tinha vivido. Porque foi justamente isso, eu resolvi largar um monte de coisa que eu fazia, pra viver de arte... acho que isso foi determinante”.

Depois de algum tempo, seu trabalho se tornou mais conhecido, e ela começou a ser chamada para participar de eventos e feiras para pequenos empreendedores. A partir desse momento, ela se viu “em movimento de empreendedora mesmo”. Apesar da resistência inicial diante dessa posição de ser uma “empreendedora”, logo ela percebeu que “não tinha como fugir disso”. Hoje, ela diz que “acolhe” esse rótulo, pois entende que ele a posiciona em certos lugares que “exigem certas ações, certas respostas, feedbacks”.

Ela sintetiza sua identidade como empreendedora na frase: “O que me diz que sou empreendedora é o fato de que faço produtos”. Mas ela também se define como “artista, artesã e empreendedora”. “Fazer produtos” para ela significa ser responsável por todo o processo de produção e não por uma única parte desconectada dele, que ela considera “efêmera”. Portanto, ela busca “uma realização no final” do processo produtivo. Ao mesmo tempo, ela acha “entediante” atividades que poderiam ser consideradas empregos sem sentido – *bullshit jobs*, conforme define Graeber (2018) –, como a “parte burocrática, de fazer um orçamento no Excel, de gerar um PDF, calcular não sei o quê”.

A busca de Renata enquanto empreendedora está também relacionada a um desejo de desalienação de seu trabalho ao vê-lo materializado em um produto final. Assim, ela enfatiza que se preocupa com “o sentido” da atividade que vem da “intimidade com a origem do projeto que estou fazendo”. Como outros interlocutores que conheci, ela rejeita *trabalhos sem sentido* ou alienantes e busca algo significativo por meio do empreendedorismo.

Quando alguém me pede um trabalho, diz: “Olha, Renata, quero 20 cadernos assim, assim e assado [...] É muito louco, porque são 20 cadernos da minha empresa, para tal pessoa. Eu já sei que essa pessoa vai dar de presente para alguém que é de um projeto ou algo assim. E aí ela já me inspira [...] Tem todo um valor afetivo dessa aproximação com as pessoas que me procuram, [...] que deixa o trabalho diferente.

David Graeber (2018) define um *bullshit job* como um trabalho pago “sem sentido, desnecessário ou prejudicial”, que nem mesmo o funcionário pode justificar sua existência, embora

ele ou ela sinta a obrigação de fingir que não é o caso. Essas atividades tendem a ser fragmentadas e repetitivas e entregam produtos com os quais o trabalhador não se reconhece e, portanto, não vê nenhum significado. Assim, o aumento das atividades intermediárias de micromgerenciamento é uma forma típica de alienação do capitalismo neoliberal.

As empreendedoras que foram minhas interlocutoras de pesquisa tiveram acesso ao ensino superior pela primeira vez em suas famílias e depositaram nele a esperança de romper com um ciclo de pobreza e empregos degradantes – o que Graeber chamaria de *shitty jobs*. No entanto, ao tentar vender sua força de trabalho no mercado formal, eles se depararam com atividades sem sentido para empresas que não dialogavam com suas realidades. Da mesma forma, outro interlocutor me disse que considera esse tipo de atividade administrativa “limitante” e a compara com a viagem humana à lua: “Tudo isso parece algo, ‘uau’. Mas o que ele trouxe de lá?”¹². Assim, o empreendedorismo surgiu para Renata como uma forma de buscar sentido e criar conexões com suas atividades de trabalho e, por meio delas, com outras pessoas.

No entanto, a vida de empreendedora traz incertezas econômicas e a necessidade de se dedicar a múltiplos trabalhos simultaneamente. Como sua renda com a produção e venda de cadernos – cerca de R\$ 1200 por mês – não é suficiente para sustentá-la e ajudar sua mãe, que ficou desempregada durante a pior fase da pandemia de Covid-19, Renata está sempre envolvida em outras atividades. Mesmo que ela esteja ciente de que essa conciliação “é um desafio”, ela se esforça para que outros empregos tenham “alguma integração” com sua atividade principal.

Hoje, a principal fonte de renda de Renata é um “freela fixo” em um importante centro cultural de São Paulo, onde ela tem um contrato como Pessoa Jurídica (PJ) de prestação de serviços por cerca de um ano. Além da jornada dupla como freelancer e fabricante de cadernos, ela também desenvolveu outros trabalhos pontuais de produção cultural em parceria com projetos artístico-pedagógicos, como a produção de cenários e figurinos. Por fim, ela tem oferecido cursos e workshops ensinando as técnicas artesanais que aprendeu e desenvolveu ao longo dos anos, que migraram para cursos online durante a pandemia. Renata gosta especialmente desse “caráter formativo” que encontrou em seu trabalho porque permite que ela “esteja em conexão e troca com as pessoas”.

¹² Na definição de Graeber, a real utilidade de uma atividade não é relevante, mas sim a falta de significado que o trabalhador lhe atribui subjetivamente.

Sua jornada entre vários trabalhos significa que, às vezes, ela precisa trabalhar até às 23h: “eu me sinto aquela própria pessoa workaholic, sabe? Se eu não tiver produzindo, parece que tem alguma coisa errada”. Essa necessidade de realizar várias tarefas simultâneas lhe traz uma certa “angústia” pelo medo de não “fazer direito” tantas atividades. Portanto, ela expressa um conflito comum à subjetividade neoliberal contemporânea: uma crescente autoimposição de trabalhar mais, internalizando a exploração de seu trabalho e correndo o risco de adoecimento mental (Han, 2015). No entanto, no caso de Renata e de outros interlocutores, essa subjetividade está inserida também na ética da “sevirologia”¹³ (Fontes, *no prelo*), comum entre os moradores das periferias urbanas que necessitam se desdobrar em múltiplas atividades para alcançar um nível satisfatório de renda.

Por fim, é necessário destacar a relação que Renata desenvolveu com seu bairro, onde construiu laços significativos, e que ela resume na ideia de “pertencimento”. Ao longo de sua vida, ela morou em vários bairros, incluindo a parte central da cidade e em outros municípios na região metropolitana de São Paulo. Quando tinha 23 anos, voltou para a zona sul da cidade, perto da casa de seus pais. Foi então que ela afirma ter criado “esses laços com o território de uma forma mais forte”. Ela atribui esse sentimento à sua relação com o “mundo da cultura”. Essa conexão com o território e com as pessoas é o que lhe permite “manter esse modo de vida” que “intenciona uma certa autonomia”.

Assim, a relação de Renata com o empreendedorismo deriva da matriz discursiva do empreendedorismo de impacto social e, principalmente, dos coletivos e movimentos culturais das periferias urbanas. Para ela, o empreendedorismo foi uma forma de encontrar um propósito no trabalho por meio de atividades significativas e conexões pessoais com clientes, parceiros e seu território de origem.

4.3. Trabalho reprodutivo, flexibilidade e empoderamento

Cláudia é uma mulher que se define como afrodescendente de pele branca e atualmente tem 36 anos. Ela possui um estúdio de renovação, design e construção de móveis no Jardim Ângela. Ela é filha de um pedreiro e uma dona de casa e trabalha em serviços temporários desde os oito anos de idade. Seja carregando água para alguém no bairro, cuidando dos filhos de um vizinho ou fazendo

¹³ Adoto o termo “sevirologia” e não a noção consagrada de “viração” por respeito à categoria nativa que minhas próprias interlocutoras usam.

outros trabalhos ocasionais, ela sempre trabalhou na infância e adolescência para ajudar nas despesas de casa, mesmo que sua remuneração nem sempre fosse em dinheiro.

Aos 14 anos, Cláudia fez um curso de assistente de escritório e logo conseguiu seu primeiro emprego em um escritório de advocacia. Ela passou algum tempo como secretária e recepcionista em diferentes escritórios. Desde então, sempre que saía de um emprego, usava o dinheiro da rescisão do contrato e “fazia algo, vendia algo para ganhar dinheiro extra” como forma de “fazer aquele dinheiro render”, sem que isso significasse uma dedicação exclusiva ao seu próprio negócio.

A descoberta de que tinha talento e paixão por fazer móveis para casa, e que poderia transformá-lo em um empreendimento e uma fonte de renda permanente, aconteceu por acaso. Depois de se casar, Cláudia não tinha dinheiro suficiente para comprar todos os móveis da casa e começou a renovar alguns móveis usados ou até mesmo encontrados na rua. Ao ver a qualidade do trabalho, seus amigos e vizinhos começaram a perguntar se ela tinha peças para vender. “Então eu disse: Olha! Essa é uma chance de ganhar algum dinheiro!”.

Nesse período, Cláudia trabalhava como vendedora em um shopping e ganhava, em média, cerca de R\$ 3.500 entre salário fixo e comissões de vendas. Como ela reconhece, ela “ganhava bem”, mas não tinha tempo livre: “minha vida basicamente era trabalhar e estudar. Só isso”. Ela e seu marido estavam planejando ter um filho e ela achava que uma condição essencial para isso era ter tempo para passar com a criança sem necessariamente ter que parar de trabalhar. A ideia de estabelecer seu próprio negócio surgiu da possibilidade de conciliar sua vida pessoal com sua carreira profissional. Essa busca por flexibilidade é comum entre as mulheres que decidem se tornar empreendedoras como uma forma de continuar a ser provedoras do lar e cumprir com sua *ética de cuidadora* (Fontes, *no prelo*).

Cláudia fez, então, um curso de tapeçaria e construção de móveis no SENAI. Mais tarde, ela começou um curso universitário em design de interiores, mas logo mudou para um curso tecnológico em design de móveis, pois diz gostar de “colocar a mão na massa”. “Além de projetar, eu gosto de executar meu projeto”, me disse.

A descoberta do conceito de empreendedorismo só aconteceu alguns anos depois, em 2018, quando ela fez seu primeiro curso de empreendedorismo e se aproximou da terceira matriz discursiva anteriormente descrita. Até então, ela achava que “trabalhava por conta própria”. “Eu era

empreendedora há muito tempo, mas não sabia que era empreendedora”. Como em outros casos, o rótulo “empreendedora” é especialmente problemático devido à “romantização” que o termo adquiriu nos últimos anos.

Hoje, vendo o universo empreendedor, muita coisa as pessoas romantizam [...] não é aquele mar de rosas que as pessoas dizem, aquele romantismo todo da internet. É igual a pessoa fala: “Eu faço o meu próprio horário”, mas às vezes a pessoa não conta que o seu próprio horário é 12 horas, né? [risos] “Eu faço meu próprio salário”, mas não conta que às vezes o salário é sofrido. Dependendo do mês, você [só] vai pagar a conta. Eu acho que o pessoal romantiza muito. Não é que seja uma coisa ruim. Mas às vezes as pessoas contam uma realidade que não é verdade.

Assim como em muitos outros casos, a pandemia de Covid-19 teve um impacto devastador nos negócios de Cláudia, e sua renda caiu aproximadamente 80%. Seu principal mecanismo de vendas eram as feiras de empreendedoras em que ela participava expondo seus projetos, com frequência crescente. Apesar de uma tentativa de migrar esses espaços para o mundo virtual, ela diz que, para seus produtos, o virtual não pode substituir o presencial, especialmente o “contato com o cliente”. Para piorar, seu marido, um professor de jardim de infância, foi demitido. O casal conseguiu receber o Auxílio Emergencial, mas mesmo assim, teve que usar suas economias e Cláudia pegou um empréstimo do “Grupo Mulheres do Brasil”¹⁴, que já foi devidamente pago.

Por outro lado, a pandemia também trouxe para Cláudia a oportunidade de descobrir outra atividade profissional que lhe trouxe renda extra e satisfação pessoal, oferecendo workshops artesanais online. Graças a essas aulas, ela conseguiu se recuperar dos momentos difíceis. Hoje, a renda de sua família é de cerca de R\$ 3.000, garantida quase exclusivamente por ela, já que seu marido ainda está desempregado.

No futuro, Cláudia planeja melhorar seu negócio criando uma loja online ou entrando em outras plataformas que funcionem como um *marketplace*. Esse plano, que ela tem há algum tempo, ainda não se concretizou porque ela é uma “equipe”, uma categoria nativa que aponta para a necessidade de desempenhar várias funções além do desenvolvimento e produção de seus produtos, como planejamento, gerenciamento financeiro, vendas, marketing etc.

¹⁴ Criado em 2013 por um grupo de 40 empresárias, o Grupo tem entre seus objetivos “atuar na defesa dos interesses das mulheres e em favor do protagonismo feminino” e “incentivar e colaborar para a mobilização da sociedade, através do ponto de vista feminino”. Para mais detalhes, ver: <https://www.grupomulheresdobrasil.org.br>.

Ela também almeja continuar ensinando e oferecendo cursos de formação. Junto com um grupo de mulheres, ela pretende criar um curso para “ensinar outras mulheres noções de elétrica, hidráulica, mecânica automotiva e também trabalhar na questão do empoderamento”, reforçando que se trata de um “empoderamento de verdade”, focado na “parte econômica e psicológica” e não apenas “estético”.

Na periferia, por exemplo, tem muitas mulheres que passam por violência doméstica e várias outras coisas, por quê? Porque depende financeiramente [do marido]... É lógico, tem outras questões também, mas principalmente [porque ela depende] financeiramente de outra pessoa E às vezes é por quê? Porque ela acha que não é capaz

O propósito do “empoderamento” relacionado ao empreendedorismo surgiu em vários outros momentos da pesquisa. Diversas interlocutoras relataram ter buscado construir seu próprio negócio como uma forma de se valorizar e melhorar sua autoestima, e tinham como objetivo incentivar mulheres, pessoas negras ou moradoras da periferia a fazer o mesmo.

A disposição empreendedora de Cláudia vem, portanto, primeiramente de sua *ética da “sevirologia”*, mas só é ativada pelo desejo de satisfação profissional e pela busca por flexibilidade para cumprir sua *ética de cuidadora*, típica de várias mulheres que são co-provedoras e mães nas periferias (Fontes, *no prelo*). Em uma divisão de trabalho em que as mulheres continuam sendo primordialmente responsáveis pelo trabalho reprodutivo e são vítimas de opressão dentro e fora de suas casas, ela vê o empreendedorismo como uma forma de apoiar e capacitar outras mulheres, oferecendo-lhes uma forma de emancipação econômica de seus maridos. Seu contato com a matriz discursiva do empreendedorismo de impacto social foi crucial para mostrar a ela que, apesar de ser uma “equipe”, ela pode agir coletivamente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este paper buscou apontar que o empreendedorismo periférico é um fenômeno emergente no Brasil, formado principalmente por mulheres não-brancas com níveis relativamente elevados de educação e negócios formalizados. Subjetivamente e em termos de identidade, as empreendedoras periféricas se enxergam como distintas dos “empreendedores de classe média” e dos “empreendedores por necessidade”. Nesse sentido, eles se identificam com a periferia como lugar de origem a partir do qual agem política e economicamente, buscando, com isso, fortalecer seus laços sociais com o

território e seus moradores. Assim, apesar de serem críticas em relação ao termo empreendedorismo, eles acreditam na possibilidade de “hackeá-lo”.

A pesquisa aqui apresentada identificou três matrizes discursivas que moldam a subjetividade e os projetos dessas empreendedoras, cada uma representando um tipo de relação com o Estado, a sociedade civil e o mercado: 1) organizações da sociedade civil que vêm desenvolvendo projetos em parceria com o Estado desde as décadas de 1980 e 1990; 2) coletivos e movimentos culturais que ganharam força nas décadas de 2000 e 2010; 3) o discurso em torno do empreendedorismo de impacto social.

Buscando escapar da humilhação, opressão e alienação representada por *empregos sem sentido*, bem como da falta de flexibilidade no mercado de trabalho, essas empreendedoras buscam “sentido” e “propósito” em suas atividades, realização pessoal e profissional e conexões com as pessoas com as quais interagem, sua cultura e história por meio de seus produtos. Portanto, elas veem o empreendedorismo como uma forma de expressar suas identidades, mas também como um meio de se empoderarem e empoderarem suas colegas, amigas ou parceiras.

Ao contrário do que apontam várias interpretações hegemônicas a respeito do empreendedorismo entre as classes mais baixas, o *empreendedorismo periférico* não envolve a rejeição do Estado como agente de proteção social e redistribuição de riqueza. Minhas interlocutores buscaram processos de formalização para seus empreendimentos a fim de acessar a seguridade social e se beneficiaram de programas sociais que lhes permitiram acessar a educação universitária, obter financiamento para seus projetos ou garantir uma renda mínima em tempos de crise econômica.

Da mesma forma, embora atuem em “equipes” elas não são inerentemente individualistas, pois buscam apoio mútuo e uma perspectiva de libertação de opressões raciais e de gênero por meio das relações sociais que desenvolvem com seus territórios de origem e outros empreendedores. Assim, ainda que vivenciem situações de precariedade em jornadas de trabalho extenuantes, elas não podem ser resumidas na ideia de “empreendedoras de si mesmas” uma vez que suas condutas não têm como referencial apenas a maximização racional de seus ganhos individuais.

Finalmente, elas preferem ingressar no mercado como empreendedoras vendendo seus produtos, em vez de se colocarem como vendedoras de sua força de trabalho em um mercado de

trabalho precarizado e que reproduz opressões e desigualdades. Com essa abordagem, eles buscam enraizar o mercado em suas práticas sociais, na esperança de que este possa oferecer alternativas de libertação de opressões que experimentaram ao longo da vida.

Assim, a luta das empreendedoras periféricas segue a dinâmica descrita por Nancy Fraser (2017) como um “triplo movimento” entre o Estado, o mercado e a sociedade. Cada uma dessas esferas oferece respostas contraditórias e complementares às suas demandas que apontam para lutas em torno da mercantilização do trabalho, proteção social e libertação. Fraser combina as análises de Marx e Polanyi com o intuito de superar o essencialismo de classe de Marx e não cair no excesso de comunitarismo de Polanyi, ao mesmo tempo em que busca incorporar a ação social à perspectiva de caráter mais estrutural sobre o capitalismo contemporâneo.

A subjetividade neoliberal pode encontrar “afinidades eletivas” (Weber, 2001) com o empreendedorismo periférico, em particular por meio da autoexploração de seu trabalho e do imperativo de trabalhar de forma extenuante, mas não há uma conexão automática, como algumas leituras de cima para baixo que homogeneizam o empreendedorismo popular e olhar o tema apenas de uma perspectiva estrutural tendem a ver.

REFERÊNCIAS

- Amorim, Henrique, Guilherme Henrique Guilherme, Felipe Moda, and João Gabriel Pelegrini. 2021. “O Empreendedorismo Contemporâneo ou uma Forma de Mistificação das Relações de Classe”. *Contemporânea - revista de sociologia da UFSCar* 11 (3): 845–73. <https://doi.org/10.4322/2316-1329.2021024>.
- Amorim, Henrique, Felipe Moda, and Camila Mevis. 2021. “Empreendedorismo: uma forma de americanismo contemporâneo?” *Cad. CRH* 34: e021018.
- Barbalho, Alexandre, and Carolina Uchoa. 2019. “As Linguagens do Novo Capitalismo: os casos exemplares da Endeavor Brasil, Artemisia e Ashoka Brasil”. *Revista de Ciências Sociais - Política & Trabalho*, n° 50 (novembro): 156–74. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1517-5901.2019v1n50.38843>.
- Bittencourt, Luiza, and Daniel Domingues. 2016. “Dinâmicas coletivas em cenas musicais: A experiência do grupo #acenavive no Rio de Janeiro”. *Rev. crít. ciênc. sociais*, n° 109: 137–62.
- Boltanski, Luc, and Ève Chiapello. 2007. *The New Spirit of Capitalism*. London: Verso.
- Carvalho, Conceição, Kláutenys Cutrim, and Sarany da Costa. 2017. “Empreendedorismo cultural e turismo: perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil)”. *Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi Ciênc. Humanas* 12 (2): 629–46.
- Costa, Henrique. 2022. “Um lugar ao sol: utopia e sofrimento no empreendedorismo popular paulistano”. Tese de Doutorado, Campinas: Universidade de Campinas.

- Cruz Junior, Brauner. 2022. “Entre mito e solução, a busca por um empreendedorismo realmente existente”. *Contemporânea - revista de sociologia da UFSCar* 12 (3): 827–48. <https://doi.org/10.4322/2316-1329.2022026>.
- Dardot, Pierre, and Christian Laval. 2013. *The New Way of the World: On Neoliberal Society*. London ; New York: Verso.
- De Tommasi, Livia, and Dafne Velazco. 2018. “Transformations in Community Associations and Political Processes in a Rio de Janeiro ‘Favela’”. *Vibrant (Brasília)* 14 (3).
- Faria, Louise. 2020. “Faça acontecer: a política da busca por autorrealização em empresas startup no Brasil e no Reino Unido”. *Etnográfica* 24 (vol. 24 (3)): 555–76.
- Feltran, Gabriel, Cecilia Lero, Marcelli Cipriani, Janaina Maldonado, Fernando de Jesus Rodrigues, Luiz Eduardo Silva, and Nido Farias. 2022. “Variations in Homicide Rates in Brazil: An Explanation Centred on Criminal Group Conflicts”. *Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social* 15 (Especial 4): 349–86. <https://doi.org/10.4322/dilemas.v15esp4.52509>.
- Fontes, Leonardo. 2018a. “O direito à periferia: experiências de mobilidade social e luta por cidadania entre trabalhadores periféricos de São Paulo”. Tese de doutorado, Rio de Janeiro: Instituto de Estudo Sociais de Políticos, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
- Fontes, Leonardo De Oliveira. 2018b. “Do direito à cidade ao direito à periferia”. *Plural* 25 (2): 63–89. <https://doi.org/10.11606/issn.2176-8099.pcs.2018.153617>.
- Fontes, Leonardo. 2020a. “Da formação cultural à mobilização social: espaços de formação e mobilização ao longo de três gerações nas periferias de São Paulo”. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, nº 109 (abril): 51–101. <https://doi.org/10.1590/0102-051101/109>.
- Fontes, Leonardo. 2020b. “Beyond the Institutional Order: Culture and the Formation of New Political Subjects in the Peripheries of São Paulo”. *Latin American Perspectives* 47 (5): 79–93. <https://doi.org/10.1177/0094582X20933971>.
- Fontes, Leonardo. 2021. “Trabalhadores e periféricos: identidades em (des)construção nas periferias de São Paulo*”. e-cadernos CES, nº 36 (dezembro). <https://doi.org/10.4000/eces.6649>.
- Fontes, Leonardo. 2022. “Padrões e Modos de Vida: Mobilidade Social nas Periferias de São Paulo (2000-2016)”. *Dados* 65 (4): e20200132. <https://doi.org/10.1590/dados.2022.65.4.277>.
- Fontes, Leonardo. 2023. “Informality, precariousness, and entrepreneurialism: new and old issues of urban labor in Latin America over the last decade (2012–2021)”. *BIB - Revista Brasileira De Informação Bibliográfica Em Ciências Sociais*, nº 99: 1–28. <https://doi.org/10.17666/bib9901/2023>.
- Fontes, Leonardo. *No prelo*. “Between dreams and survival: the (dis)embeddedness of neoliberalism among entrepreneurial workers from São Paulo’s peripheries”. *International Journal of Urban and Regional Research*.
- Forero-Bernal, Lida, and Lizeth Durán-Duarte. 2019. “Aportes a la construcción del estado de arte del emprendimiento femenino en Colombia”. *Rev. Esc. Adm. Neg.*, nº 86: 77–92.
- Foucault, Michel. 2008. *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978-79*. Editado por Michel Senellart. Traduzido por Graham Burchell. Paperback edition. Michel Foucault’s Lectures at the Collège de France. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Fraser, Nancy. 2017. “Why Two Karls are Better than One: Integrating Polanyi and Marx in a Critical Theory of the Current Crisis”. *Working Paper der DFG-Kollegforscher_innengruppe Postwachstumsgesellschaften* 1.
- Graeber, David. 2018. *Bullshit Jobs: A Theory*. London: Penguin Books.
- Han, Byung-Chul. 2015. *The Burnout Society*. Translated by Erik Butler. Stanford, California: Stanford University Press.

- Judice, Valéria, and Sandra Furtado. 2014. “Gestão de empreendimentos criativos e culturais: estudo de uma organização de ensino e difusão de ritmos afro-brasileiros em São João Del-Rei (MG)”. *Organ. Soc.* 21 (69): 293–314.
- Larroudé, Elisa. 2022. “Jornada ANIP 2018-2021: Articuladora de Negócios de Impacto da Periferia”. São Paulo: Associação A Banca.
- Machado da Silva, Luiz Antonio. 2002. “Da informalidade à empregabilidade (reorganizando a dominação no mundo do trabalho)”. *Cadernos CRH* 15 (37): 81–109.
- Maia, Marcel. 2019. “Como as start-up crescem? Performances e discursos de empreendedores à procura de capital”. *Rev. bras. ciênc. sociais* 34 (99).
- Palermo, Hernán, and Patricia Ventrici. 2020. “Creativos, divertidos, emprendedores y meritocráticos El trabajo en contexto de las tecnologías de la información”. *Cuad. antropol. soc.*, n° 52: 37–53.
- PENSSAN. 2022. “II Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no Contexto da Pandemia da COVID-19 no Brasil [livro eletrônico]”. São Paulo: Fundação Friedrich Ebert: Rede PENSSAN.
- Rezende, Ana Flávia, Flávia Mafra, and Jussara Pereira. 2018. “Black Entrepreneurship and Ethnic Beauty Salons: Possibilities Forresistance in the Social (Re)Construction of Black Identity”. *Organ. Soc.* 25 (87): 589–609.
- Rocha, Lia de Mattos, and Monique de Carvalho. 2018. “Da ‘cidade integrada’ à ‘favela como oportunidade’: empreendedorismo, política e ‘pacificação’ no Rio de Janeiro”. *Cad. Metróp.* 20 (43): 905–24.
- Sader, Eder. 1988. *Quando novos personagens entraram em cena: experiências, falas e lutas dos trabalhadores da Grande São Paulo (1970-80)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Silva, Gleicy. 2018. “Cultura negra e empreendedorismo: Sensibilidades políticas a reivindicações econômicas e o engajamento através do mercado”. *Anuário Antropológico*, n° v.43 n.1 (julho): 11–36. <https://doi.org/10.4000/aa.2744>.
- Silva, Marcella. 2017. “Notas etnográficas sobre o empreendedorismo em favelas cariocas”. *Etnografica* 21 (vol. 21 (3)): 585–98.
- Silva-Peralta, Yamila Fernanda, e María Rompató. 2020. “Perfil psicossocial de la mujer emprendedora. Un análisis cualitativo y local”. *Rev. Esc. Adm. Neg.*, n° 88: 145–64.
- Souza, Cristiane. 2020. “A mulher de negócios no discurso do trabalho feminino”. *Rev. Katálysis* 23 (3): 700–706.
- Tommasi, Livia De, and Maria Carla Corrochano. 2020. “Do qualificar ao empreender: políticas de trabalho para jovens no Brasil”. *Estudos Avançados* 34 (99): 353–72. <https://doi.org/10.1590/s0103-4014.2020.3499.021>.
- Tommasi, Livia De, and Gabriel da Silva. 2020. “Empreendedor e precário: a carreira ‘correria’ dos trabalhadores da cultura entre sonhos, precariedades e resistências”. *Revista de Ciências Sociais - Política & Trabalho*, n° 52 (outubro): 196–211. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1517-5901.2020v1n52.51018>.
- Weber, Max. 2001. *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. New York, NY: Routledge.

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DE DADOS DA PESQUISA: O conjunto de dados de apoio aos resultados deste estudo não está disponível ao público. Os dados utilizados na análise são fruto de entrevistas em profundidade e notas pessoais de campo realizadas a partir de observação participante. A disponibilização pública desses dados poderia comprometer a privacidade dos interlocutores de pesquisa. Em caso de interesse de outros pesquisadores, o autor se compromete a disponibilizá-los de forma privada e anonimizada.

FINANCIAMENTO: O presente trabalho foi realizado com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP), Processos 2019/13125-2 e 2021/13970-4.

CONTRIBUIÇÃO DAS/DOS AUTORES/AS: Leonardo Fontes realizou a pesquisa, a análise de dados e a redação de todo o texto.

DECLARAÇÃO DE CONFLITO DE INTERESSE: As/os autoras/es declaram que não há conflito de interesses a mencionar.

MINIBIOGRAFIAS DOS/DAS AUTORAS DO PAPER: Leonardo de Oliveira Fontes é Doutor em Sociologia pelo IESP/UERJ, professor do Departamento de Sociologia da Unicamp e pesquisador do Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebap).

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.