

O empreendimento moral: valores e política na representação do empreendedorismo

Aloizio Lima Barbosa¹

Resumo

O ato de empreender, refletido nas narrativas das pessoas que o realizam, ao mesmo tempo em que apresenta vários tipos de significação, também é circunscrito dentro de alguns limites. Os seus limites se apresentam a partir do momento em que, ao narrar seus atos e relacioná-los a algum aspecto de suas vidas, as pessoas colocam o empreendedorismo como valor legítimo, no sentido de ser um aspecto não só desejável, mas também alcançável pelo esforço individual. O trabalho que segue tem como objetivo a reflexão, a partir de uma pesquisa sobre o sentido da ação para empreendedores, investigar as formas que esse sentido aponte para alguns elementos morais – os ensejos morais do empreendedorismo – e, dentro do referencial da sociologia pragmática francesa, apontar a relação entre o estudo da moral como momento de um estudo sobre política, ou seja, que os valores morais também são objeto de disputa e de transformação.

Palavras-chave: Moral empreendedora; sentido da ação; sociologia pragmática; sociologia política

Abstract

The act of entrepreneurship, reflected in the narratives of people who realize, at the same time that presents various types of signification, it is circumscribed within certain limits. Its limits are present from the time in which, to narrate their actions and relate them to some aspect of their lives, people put entrepreneurship as a legitimate value, in the sense of being an aspect not only desirable, but also achievable by individual effort. The work that follows aims to reflection, from a research on the meaning of action for entrepreneurs, investigate the ways that this sense point to some moral elements - the moral ensejos of entrepreneurship - and, within the framework of pragmatic sociology, pointing out the relationship between the study of morality as a moment of a study on politic, i.e., that the moral values are also the object of dispute and transformation.

Keyword: Entrepreneurship moral; action sense; pragmatic sociology; political sociology

¹Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Pernambuco (2014), mestrado em Sociologia no Programa de Pós-graduação em Sociologia da UFPE (2016) e está cursando doutorado em Sociologia pela mesma instituição. Foi membro do programa de educação tutorial de Ciências sociais (2011-2013) e é, desde 2012, professor voluntário no Projeto Rumo à Universidade (PRU), onde é responsável pela disciplina de Sociologia. Tem interesse em Fundamentos da Sociologia, Sociologia da moral, Sociologia política e do Direito e Sociologia da cultura; estudando os seguintes temas, representações sociais e quadros, empreendedorismo e moralidade no mundo contemporâneo e teoria social política - com ênfase na relação entre política e Direito.

Introdução

“(…) A gente no mercado tem uma (…) quem trabalha com investimento diz que o investimento é uma droga, o investimento é uma droga, aquilo emociona, aquilo dá empolgação, dá adrenalina. E eu acho que esse “fazer” quando entra no sangue é a adrenalina que você precisa para continuar tocando. O empreendedor é um farejador nato, você sempre está querendo ver outra coisa, um negócio (…)”

Dênis, 32 anos – Empresário do ramo de café

O investimento emociona, dá empolgação e condiciona a adrenalina para continuar tocando o empreendimento para frente. No geral, é esse tipo de percepção que uma parte das pessoas têm quando pensam sobre a possibilidade de gerir o próprio negócio. A relação entre a previsibilidade das escolhas e a maneira como a atividade empreendedora gera alguma emoção é algo muito característico dos valores que podem circundar o empreendedorismo. Dênis tem isso em mente quando narra a forma que ele vê a relação investimento/empreendedorismo e deixa isso claro na medida em que, de alguma forma, essa relação gera satisfação.

O que esse pequeno trecho de fala pode dizer sobre a ideia de empreender? O debate sobre empreendedorismo deve ser percebido, de uma forma geral, como um debate no campo da moral. Assim, dentro do campo da moral, o empreendedorismo se torna uma das características de uma dada formação social. Os valores que o circundam se relacionam com um momento muito específico dentro do capitalismo Ocidental. De toda forma, a questão mais central é saber até que ponto, partindo da compreensão sobre as formas com as pessoas percebem o empreendedorismo, esses valores podem ser pensados em termos de mobilização para as pessoas e, mais ainda, como eles podem ser justificativas para as ações.

Minha contribuição para pensar essa relação (Barbosa, 2016) foi mostrar como o empreendedorismo é permeado por uma multiplicidade de percepções por parte das pessoas. Essa multiplicidade está associada às expectativas e às formas como essas mesmas pessoas se relacionam com seus empreendimentos. Nesse sentido, o empreendedorismo enquanto moral carrega valores e dimensões multifacetadas. Mas, então, existe alguma forma para investigar os modos que essa multiplicidade de valores foi relacionada ao empreendedorismo? O ato de empreender, refletido nas narrativas das pessoas que o

realizam, ao mesmo tempo em que apresenta vários tipos de significação, também é circunscrito dentro de alguns limites. Os seus limites se apresentam a partir do momento em que, ao narrar seus atos e relacioná-los a algum aspecto de suas vidas, as pessoas colocam o empreendedorismo como valor legítimo, no sentido de ser um aspecto não só desejável, mas também alcançável pelo esforço individual. Nesse sentido, essa legitimidade carrega algum elemento propriamente político? Ou seja, ela tem relação com um processo no qual alguns valores são tidos como hegemônicos em detrimento de outros?

É sobre esses questionamentos que quero argumentar aqui. Para tanto, seguirei uma pergunta sutil mas que ajudará na investigação: é possível fazer uma investigação sobre moral compreendendo-a como uma investigação sobre política, ou tendo um elemento político de fundo? Meu objetivo, portanto, será o de tomar o exemplo do empreendedorismo como uma dimensão analítica concreta. A resposta para essa pergunta passa pelo modo como os empreendedores justificam suas ações e a forma que essas justificativas se relacionam com dimensões mais amplas da realidade social, ou seja, sobre a possibilidade mesma de investigar a relação entre moral e política.

Existem, a partir da investigação, alguns aspectos metodológicos que precisam ser explicitados e analisados com um cuidado maior. Antes de entrar na argumentação do texto propriamente dita, farei algumas considerações de caráter metodológico e que servirão de apoio para a posterior análise do material. Em um primeiro momento argumentarei entorno do método escolhido para a construção dos dados. Em uma segunda etapa, tentarei fundamentar a escolha das pessoas entrevistadas. Por fim, passarei para a construção das ferramentas analíticas, no caso, a opção pelo referencial teórico da sociologia pragmática francesa.

I

Em termos gerais, quando se pensa nas dimensões morais das ações das pessoas, o método mais adequada é a entrevista, mais especificamente, a entrevista semiestruturada. Existem elementos importantes quando se analisa a moral que só podem ser percebidos quando as pessoas narram suas atividades. Ação e moral, assim, podem ser percebidas como intrinsecamente relacionadas. A entrevista, nesse sentido, é muito mais que somente

uma escolha, ela se torna parte integrante do arsenal teórico-metodológico. Ao se debruçar sobre a história da entrevista, enquanto método e depois enquanto estratégia de investigação, Jennifer Platt (2012) mostra a evolução lógica do método e a maneira que a entrevista em si se tornou objeto de pesquisa. Pensando a estratégia entrevista como uma situação de interação, as justificativas morais podem aparecer melhor nesse momento. Mas, então, qual tipo de entrevista pode ser pensado para a análise de elementos morais?

Jean-Claude Kaufmann (2013), preocupado com as práticas individuais em seus contextos de realização concretos, coloca a entrevista semiestruturada relacionada com o conceito de compreensão. Assim, pensa a *entrevista compreensiva* como uma estratégia fundamental para dar vazão as formas como as pessoas não só pensam suas ações, como também a maneira que cada contexto é fundamental para essa compreensão. Embora ela tenha preocupações teóricas específicas, esse modo de pensar a entrevista ajuda por dar vazão a duas noções fundamentais: a possibilidade de relacionar narrativas e ações e, com isso, elencar um caminho para a construção do roteiro no qual as justificativas individuais tornam-se o eixo central. Dessa forma, existe a compreensão de que a reflexividade é parte integrante da percepção sobre a moral.

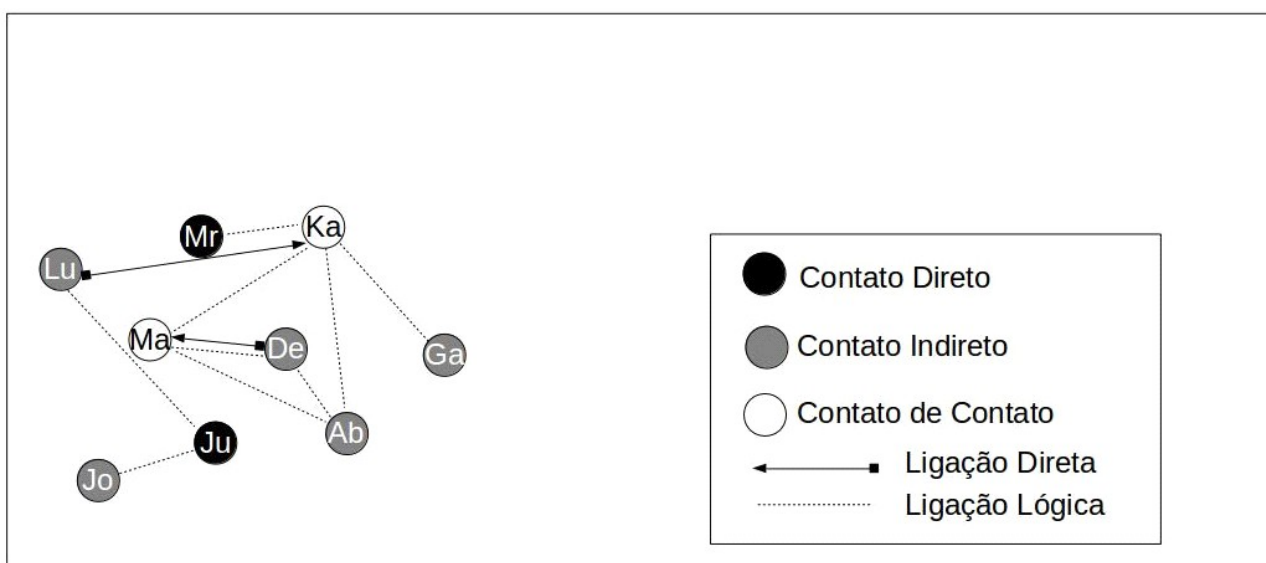
O que apontar nessas entrevistas? O objetivo mais amplo é explorar os conteúdos morais das ações empreendedoras e, com isso, refletir se é possível associar esses conteúdos com questão mais gerais sobre os modos que as justificativas podem, ou não, ser colocadas em uma discussão sobre política; entendendo o sentido de política como antes abordado aqui, ou seja, referindo-se a relações entre tipos de valores que passam a ser legítimos.

II

Como escolher e fundamentar a escolha das pessoas entrevistadas? Existem alguns desafios característicos da pesquisa qualitativa. Desde questões abrangentes como “validade” (Flick, 2009), até desafios operacionais como a escolha das fontes pelas quais os dados serão construídos (Gaskell, 2014). Do ponto de vista lógico, as conexões, as relações, os elementos propriamente analíticos dependem fundamentalmente da maneira que a escolha das pessoas entrevistadas é feita. Como a estratégia é a entrevista semiestruturada,

tendo como o método a técnica da entrevista compreensiva, a escolha das pessoas que serão entrevistadas é crucial.

A noção que dá consistência a essas escolhas é a de *corpus*. Bauer e Aarts (2014) mostram que, em paralelo aos processos de amostragem, a escolha das pessoas selecionadas dependem de duas características essenciais: (I) a proximidade do tema e sua relação com o tipo de problema investigado e (II) a possibilidade de esgotamento das falas nas apresentações das entrevistas. Com essas duas características em mente, a escolha dos entrevistados foi direcionada assim. O diagrama baixo sintetiza a escolha.



Os círculos em preto foram contatos feitos diretamente. A partir de algumas características, esses contatos foram feito a partir do tipo de relação que as pessoas tiverem com os negócios. Os círculos cinzas, são contatos indicados por pessoas próximas. Neles, a questão fundamental foi a relação direta com a atividade empreendedora. Os círculos brancos foram contatos indicados por algum dos outros contatos anteriores. No caso, o ponto fundamental foi a própria rede de contatos da pessoa em questão. Com relação às conexões entre as falas, dois tipos delas apareceram. A ligação direta, quando, a partir da própria indicação de um contato já feito, as falas tornaram-se relativamente parecidas, mostrando uma relação efetiva com uma rede ampla de contatos de empreendedores. A ligação lógica, apontada pela seta pontilhada, representa a proximidade dos discursos mesmo as pessoas não se conhecendo. Aqui, as variações foram maiores. No total foram

realizadas nove entrevistas que esgotaram, momentaneamente, as percepções sobre o tema do empreendedorismo para essas pessoas e, como resultado, produziram um grande material empírico.

III

Com as entrevistas feitas, quais os procedimentos de análise? Dentro uma gama considerável de técnicas de operacionalização e análise de dados, na pesquisa qualitativa, mais especificamente na entrevista compreensiva, a questão mais elementar é que em termos de análise, o próprio arcabouço teórico torna-se um instrumento de análise importante. Assim, é interessante colar a própria pesquisa com os procedimentos de análise.

Tendo como pano de fundo os elementos presentes no pragmatismo francês, principalmente a forma como se entende as ações humanas, o método de análise parte da ideia de que essas (I) ações precisam ser localizadas em seus contextos específicos fazendo referência aos seus significados imediatos e, com isso, (II) esses significados apontam para uma dimensão mais ampla captada pela noção de *espírito* (Boltanski & Thévenot, 1991; Boltanski & Chiapello, 2009). Com relação ao primeiro aspecto, o conceito de *cité* é fundamental por elencar como cada forma de justificação é direcionada ao modo como as pessoas narram suas próprias ações, no segundo, a problema da ponte entre moral e política aparece mais claramente; a noção de *espírito* tem como objetivo imediato a reconstrução dos processos em que determinados valores passam ao primeiro plano em detrimento de outros.

Nesse sentido, a construção de um modelo analítico de *cit  * se caracteriza pela distribui  o das falas em blocos temáticos que generalizam a percep  o dos valores para cada pessoas. Feito isso, o passo seguinte passa a ser a rela  o entre cada fala e cada valor, tendo como pano e fundo que cada pessoa o faz a partir de sua atividade principal. Como parte do momento da entrevista, algumas questões sobre a vida pessoal das pessoas aparecem de maneira mais indireta, no sentido de que cada fala constitui um relato específico sobre a forma como cada pessoa condiciona sua atividade a maneira que chegou até ali. Com rela  o ao segundo momento, a cria  o de uma categoria ampla de sentido, a

preocupação mais básica é relacionar as falas das pessoas com questões contextuais mais amplas da realidade, o procedimento mesmo de que fala Florestan Fernandes (1997) ao se referir a ideia de *reconstrução da realidade presente nas ciências sociais*. E é nesse momento que moral e política precisam ser vistas em paralelo. O que farei nesse momento, fazendo referências aos ensejos da noção de *espírito empreendedor*, presentes na realidade brasileira (Barbosa, 2016: 40-42), é colocar a discussão das *cités* a partir de um debate sobre a possibilidade de fazer uma sociologia da moral e política em paralelo.

* * *

Com essa pequena reflexão de ordem metodológica, a estrutura do argumento se apresenta da seguinte forma: no primeiro tópico, farei uma exploração das entrevistas tendo como foco a seleção e mobilização das justificativas externadas pelas pessoas entrevistadas. O objetivo central nesse tópico é refletir como as ações no empreendedorismo têm uma plicação moral que faz com que, ao falar sobre elas, as pessoas explicitem seus valores e sua compreensão sobre eles. No segundo tópico, as entrevistas serão analisadas a partir do modelo das *cités*. Para tanto, é necessária uma reflexão teórica sobre o pragmatismo francês e as possibilidades de apontar, de um ponto de vista analítico, a relação entre as justificativas e os valores que foram falados por pessoa entrevistada. Assim, o objetivo é colocar as narrativas dentro de um conjunto de significações que apontam para a caracterização da ideia de *espírito empreendedor*. No fim os limites dessas significações serão os caminhos iniciais da conclusão. A relação entre moral e política será colocada em debate a partir das discussões dos tópicos anteriores. Nesse sentido, o ponto central é refletir sobre a possibilidade de uma transgressão da ideia de moral apenas como objeto de pesquisa.

1. Os ensejos do empreendedorismo: moral e ação

Como as ações são pensadas pelas pessoas em termos de suas justificativas? Para explorar as entrevistas, dando a elas um novo recorte, é interessante ter em mente alguns pontos, principalmente em termos da relação entre narrativa, moral e ação. Assim, o cerne principal para que as entrevistas possam ser exploradas é a forma como dois eixos centrais

das justificativas são pensados pelas pessoas: (I) a justificação individual e (II) a justificação em termos de um bem comum (Hirschman, 1979). Do ponto de vista dos valores, as escolhas e a maneira como essas escolhas mobilizam um sentido de “certo” são fundamentais para se pensar na maneira como as ações são refletidas; a reflexividade é uma característica fundante nas justificativas. E é justamente pela reflexividade que esses eixos aparecem nos relatos das pessoas.

Jordan (24 anos) foi a primeira pessoa a ser entrevistada. A entrevista aconteceu na sua casa, à noite – por volta das 19:00h e durou trinta e um minutos. A característica mais marcante da interação foi o fato de que Jordan justificou suas duas atividades como complementares, é estudante de Direito, trabalhando com direito empresarial e mantém uma conta na Plataforma *Instagram*, na qual faz críticas e divulga estabelecimentos comerciais na cidade de Recife.

A conversa teve dois momentos distintos, no primeiro deles, Jordam explorou sua relação com o Direito, sua trajetória dentro da Universidade e a maneira como ele vê seu futuro atuando na área. Ainda relacionado a isso, seu projeto do *Instagram* entrou como mote para ele fazer uma ponte entre seus estudos em Direito e sua atuação no empreendedorismo. O ponto central foi o modo como a atuação com direito empresarial o incentivou ao empreendedorismo e como essas coisas se tornaram valores para ele. No direito, ele lida com a legislação, ajuda empresários e empresas a contornar, legalmente, suas dificuldades, no projeto, ele “aproxima clientes e estabelecimentos” para que os serviços possam melhorar e o reconhecimento de ambas as partes possa vir. É interessante, com isso, notar que ele divide sua vida profissional em duas: uma relacionada ao crescimento pessoal, afinal ele não abandona o direito e a outra está vinculada à possibilidade empreender. O segundo momento da entrevista foi quando Jordam deu suas opiniões sobre o mercado de advocacia e a sua organização em escritórios associados. Ele argumenta que essa ideia de se associar em um negócio mascara o tipo de serviço que os sócios minoritários fazem e que são mal pagos. Dessa forma, ele mobilizou um argumento no qual existe um empreendedorismo que deve ser pensado e feito e um outro que não tem nada das características necessárias. No projeto do *Instagram*, ele reflete sobre a ideia de

empreender e como isso é benéfico para todo mundo, para ele como uma das pessoas que tocam o projeto e para as outras pessoas que podem ter um serviço de qualidade.

Individualmente, Jordam entende que o empreendedorismo, nas suas mais variadas formas, garante uma certa liberdade para as pessoas, no sentido de que elas não precisam de vínculos trabalhistas imediato – sua situação de estagiário em um escritório e a tensão pela contratação pode refletir isso. Ele ainda argumenta que o mercado, enquanto instância regulativa, deve ter as condições necessárias para promover determinadas benesses e garantir o pleno desenvolvimento das pessoas. Nesse sentido, Jordam associa empreendedorismo com mudança social e a própria garantia do empreendedorismo como algo bom. Essa compreensão se tornou recorrente nas entrevistas.

Juliano (25 anos), que é dono de um estabelecimento de informática, por outros caminhos chega a mesma conclusão de Jordam. A entrevista foi feita em um espaço de convivência na UFPE, perto de um estacionamento. Ela foi realizada na parte da tarde, por volta das 13:00h; durou cerca de sessenta e um minutos. Nessa segunda entrevista, a primeira com um empresário de fato, apareceram as categorias que dão forma ao empreendedorismo enquanto relacionado à questões morais mais gerais.

Essa entrevista, em especial, teve três momentos de conversa. O primeiro foi sobre o empreendimento específico, a maneira como a pessoa entrevistada narrou seu empreendimento e como ela associou essa ideia à sua trajetória de vida. Esse aspecto foi interessante pois, de uma forma ou de outra, o elemento vocacional do da compreensão sobre empreendedorismo ficou claro. O segundo momento foi um ponto mais reflexivo, conduzido pela maneira como esse sentido vocacional está associado a determinadas instâncias do ideal de liberdade, de autonomia e de aventura, voltados ao empreendedorismo. Nesse ponto, as emoções envolvidas nas ações, nos riscos, nos erros e acertos, apareceram como elementos de interesse, ou seja, como aquilo que mobiliza de forma mais imediata o ato de empreender. O terceiro momento, mais importante em termos analíticos, caracterizou-se pela definição mesma de empreendedorismo. Juliano refletiu sobre o empreendedorismo dentro da ideia de gerar valor. Nesse ponto, na reflexão sobre a geração de valor, as respostas tentaram relacionar, de uma forma geral, essa geração de

valor para além do campo material mais imediato. O esforço foi grande, mas a pessoa fez ligações que chamaram a atenção.

De uma forma geral, o argumento do ideal de empreendedorismo associado a maneira como a pessoa narrou suas ações ganhou força. No decorrer da entrevista, vários exemplos foram usados, no sentido de tentar mostrar como esse empreendimento depende de alguma dimensão mais prática, ou seja, de uma experiência concreta, feita pela própria pessoa, na condução do negócio. Dentro desses exemplos, desde a relação com funcionários, até a forma como outros empreendimentos foram tentados, a questão fundamental era o esforço e a tentativa de empreender. Algumas afirmações ficaram bem claras, nesse sentido, outras foram contraditórias, como a opinião sobre o ganho financeiro, mas, mesmo levando isso em conta, o ponto foi o reconhecimento na tentativa de empreender como geração de valor.

Valor e impacto podem ser colocados em paralelo. É o que mostra a fala de Aberlado (28 anos), dono de uma empresa e de um serviço de gerenciamento de empreendedores. A entrevista foi feita na própria empresa de Abelardo, no seu espaço de coworking, em uma sala ampla, de vários ambientes que não tinham salas derivadas. Ela foi realizada por volta das 9:00h; durou cerca de 22 minutos. O ponto que saltou aos olhos nessa terceira entrevista, foi a própria dimensão do espaço, tudo muito claro, sem paredes de concreto – os ambientes eram separados por vidro – com as mesas próximas e vários locais de convivência. O elemento central, dentro da entrevista, foi a ideia de ação de impacto, e como essa forma de agir conduz os empreendimentos.

Seguindo a estrutura da outra entrevista, essa conversa teve três momentos mais gerais. O primeiro foi a narrativa sobre a construção do espaço, a ideia de Coworking gerida em um Hub. Esse ponto foi marcado pela maneira como esse empreendimento, dentro da narrativa da pessoa entrevistada, foi entendido a partir da noção de impacto gerado, ou seja, da maneira como essa noção passa a ser o elemento mobilizador do negócio. A forma de organização diferente, o modo como essa organização entende a construção de uma “comunidade de interesse” foi o que ficou mais nítido no primeiro momento da entrevista. O segundo momento foi a dimensão reflexiva da ação, no espaço do Hub. Aqui, o ponto mais central foi a maneira como os valores, o elemento de fazer uma

empresa que gere uma comunidade de interesses, que esses interesses possam se conectar em rede, como essa rede está relacionada à dimensão mais geral da organização da cidade, tornam-se preponderantes. A ideia de impacto, sempre muito recorrente, assume aqui a característica mesma de modo de vida, da forma como esse tipo de empreendimento, o empreendedorismo em geral, é o ponto central em termos valorativos. O terceiro momento, relacionado a ideia de empreendedorismo, mas com dimensões bem mais pessoais, assumiu um aspecto interessante: foi entendido a partir das emoções, mais especificamente da felicidade. Nesse sentido, não é um elemento moral imediato, mas está associado a forma como realização, autonomia e essa ideia de comunidade se articulam e produzem um sentido específico, um sentido moral. No fundo, como na entrevista anterior, pode-se entender esse aspecto como uma geração de valor/impacto.

O mote dessa entrevista, curta em tempo mas densa em conteúdo, foi a maneira como a pessoa expressou, abertamente até, a ideia de que o empreendimento está associado a dimensões morais mais gerais e como essas dimensões podem ter um aspecto generalizante – a pessoa fez uma análise da situação de Recife e suas tendências de negócios. O elemento do impacto, relacionado com coisas como comunidade de interesses, colaboração nos negócios etc., foi o valor mais central ao tentar entender o empreendimento dentro de uma dimensão moral mais geral. No fundo, o grande valor mobilizado por essa narrativa é de que, em algum momento, a atividade empreendedora muda o mundo, a forma de ver as coisas.

Mudar o mundo. Inicialmente a mobilização para o empreendedorismo muda, primeiro, a pessoa envolvida. É o caso de Gardênia (34 anos) que é dona de uma marca de acessórios que tem como bandeira sua sustentabilidade e o fato de ser vegetariana. A entrevista foi feita no espaço de CoWorking onde a marca e a loja estão localizadas. A estrutura tem características bem próprias.: uma casa grande, com clima familiar e com bastante vegetação, pintura clara e com uma varanda enorme, que fica na frente da loja, aparentemente ela deve ter dois andares, na verdade um térreo e um primeiro andar. Um ponto interessante, antes da entrevista, é que, enquanto esperava, fiquei olhando e observando a movimentação da loja, as pessoas e conversei um pouco com o pessoal que estava circulando lá. A entrevista mesmo começou por volta das 11:20h e durou cerca de 20

minutos. O elemento mais fundamental dessa entrevista foi a forma, bem diferente, que a ideia de empreendedorismo apareceu para a pessoa entrevistada, um elemento moral mais imediato, em um primeiro momento dissociado dos valores que tinham aparecido até o momento.

A estrutura do roteiro, que funcionou mais diretamente nas três entrevistas anteriores, nessa perdeu um pouco de efetividade, demandando uma reorganização mais rápida. Como as questões foram outras, como a dimensão da autonomia, que tanto foi evidenciada nas outras entrevistas, ganhou uma forma mais central, a entrevista, em termos da construção do roteiro, teve que tomar um rumo de caracterização mais geral, ou seja, de que a narrativa pudesse ser uma elucidação mais direta do negócio e do caminho feito pela pessoa até chegar ali. Como o tempo foi mais curto, as perguntas tiveram respostas mais curtas, mas que levantaram muitas questões. A primeira delas foi a forma como, a partir da noção “BuyLocal”, compra local, a produção e o consumo de artigos obtiveram uma relação moral que apontava para um modo de lidar com o comércio que, até o momento, não apareceu. A produção menor, os artigos feitos em pequena escala, a ideia de vender para as proximidades da localização da loja, que é em um bairro de Recife, deram outros ares a ideia de empreendedorismo, que deixou de ser uma finalidade em si e passou a substanciar determinada maneira de agir e pensar o mundo, os produtos não têm materiais derivados de animais, a produção de resíduos é mínima etc.

Esse aspecto, dentro de uma reflexão mais geral sobre como o empreendedorismo possibilitou essa demanda específica, sobre como a ideia de compra consciente teve importância, tornou-se a novidade mais contundente da entrevista, tendo como base a maneira como todas essas coisas foram faladas e como cada momento da entrevista, sobre a marca e a loja, remetiam à esses pontos, que possivelmente podem ser entendidos como estruturantes. Gardênia faz questão de lembrar que nunca trabalhou para ninguém, assim como Aberlado frisou várias vezes, e como ela nasceu para empreender.

O empreendedorismo como característica de nascimento. Esse também foi a percepção de Dênis (32 anos), que é dono de uma franquia de cafeterias que têm um investimento alto. A entrevista foi realizada no escritório da franqueadora da marca, dentro de um empresarial em um grande Shopping de Recife. Ela foi realizada na parte da manhã,

às 10:00h e durou cerca de 34 minutos. Essa entrevista tem um elemento fundamental, que ajudou a caracterizar um outro grupo de empreendedorismo. A pessoa entrevistada tem investimentos grandes, valores morais muito consolidados nessa ideia de investimento e crescimento.

Essa entrevista, como boa parte das entrevistas realizadas até aqui, teve três momentos mais visíveis. Antes mesmo de ser perguntada, a pessoa deu um panorama grande sobre seu negócio e sobre seu investimento. Fez uma apresentação visual e falou um pouco sobre os valores e sobre os lugares de investimento. O importante dessa apresentação foi o modo como Dênis mobilizou determinadas justificativas que deixaram muito clara a forma como ele entende não só o investimento em si, como também a própria maneira “certa” de se tocar um negócio. O segundo momento foi mais voltado para a formação pessoal, passagem que a pessoa fez de uma profissão mais convencional para uma atividade empreendedora de fato. O sentido que Dênis deu à sua trajetória, como se passasse por uma mudança de valores. A questão de ter uma empresa, de como isso mobiliza um entendimento sobre o mundo, ficou clara. O último momento foi mais voltado para a maneira como o empreendimento entra na vida pessoal. Os valores, a interferência na vida pessoal, as emoções associadas ao ato de empreender. Aqui, o que ficou mais notável foi uma associação entre empreendedorismo e uma concepção de felicidade, onde trabalho e esforço são os pontos constitutivos.

A entrevista carregou muitas coisas que antes não haviam aparecido de forma muito clara. O crescimento, o investimento e seu retorno, o risco e o sucesso. Essa entrevista apontou para outro aspecto sobre o empreendedorismo que vai em direção à possibilidade de emplacar conseguir gerir uma grande empresa própria, embora a empresa em si ainda não seja tão grande. Os investimentos altos e a maneira como esses investimentos foram justificados, operacional e moralmente, saltaram aos olhos e consolidaram, para Dênis, sua ligação com o empreendedorismo.

Com isso, aparece uma concepção de empreendedorismo que mistura emoção e profissionalidade. Essa é a característica do relato de Maxuel (28 anos) e dono de uma agência de publicidade e uma loja de uma franquia de lojas de informática e papelaria. Essa entrevista foi realizada próxima a residência del, em um bairro da zona sul da cidade de

Recife. Ela aconteceu no final da tarde e começo da noite, por volta das 19:00h e durando aproximadamente 41 minutos. Algumas características, que vinham sendo desenhadas nas outras entrevistas, ganharam mais corpo depois desta sexta entrevista. A associação entre empreendedorismo e esforço individual, crescimento e mudança são elementos que orbitam um sentido de autonomia associado ao ato de empreender.

Uma coisa que chamou a atenção, no desenvolvimento da entrevista, foi o modo como os empreendimentos fazem parte, de fato, da vida de Maxuel. Esse aspecto foi ressaltado nos três momentos da entrevista. Mesmo com perguntas formuladas para a sua compreensão da vida pessoal, ele direcionou as respostas explorando, a partir de associações, o modo como os seus dois negócios fazem parte da sua vida, não separando trabalho e vida pessoal em um primeiro momento. Em termos de roteiro, a entrevista se manteve com três partes amplas. A primeira, que tem um desdobramento interessante, no sentido de ter sido difícil a separação entre trabalho e vida, foi sobre os trabalhos e a vida profissional. O segundo momento foi sobre o entendimento da trajetória individual. Nesse ponto, Maxuel explanou muito a forma como, na sua visão, o empreendedorismo está em “seu sangue”. Boa parte das respostas foram na direção dessa naturalização do elemento empreendedor, quase como inato. Na última parte a entrevista, voltada para o modo como o empreendedorismo expressa uma dimensão valorativa, ele falou muito sobre a dimensão de empreender, sobre a maneira como isso implica uma criatividade, a flexibilidade em trabalhar e coisas desse tipo. Uma coisa que ficou clara, muito diretamente, foi a associação entre empreendedorismo e felicidade.

O modelo do ideal empreendedor, com essa entrevista, ganhou uma dimensão afetiva mais ampla, na verdade uma dimensão emocional mais complexa. Pensando a partir de uma mobilização moral, o modo como o empreendedorismo foi delineado, aqui, o justifica a partir de uma noção de autonomia que garante não só sua concretização, o ato de empreender em si, como o blindam de coisas externas a ele, como por exemplo, uma crise econômica. Maxuel tem isso em mente e expressou de maneira muito clara.

Dentro de um determinado contexto moral, o empreendedorismo é sinônimo de liberdade. Lucas (30 anos), que é originalmente bancário mas tinha acabado de contratar uma franquia, deixa essa associação bem clara. A entrevista foi realizada no paço Alfandega, no

bairro do Recife, em uma cafeteria menos movimentada no estabelecimento. Ela aconteceu por volta das 14h30min, durando pouco mais de uma hora e vinte, sendo, assim, a entrevista mais longa da pesquisa. A característica mais marcante dessa entrevista foi o desenvolvimento dos temas. Depois de um longo período falando sobre as atividades bancárias, o entendimento delas e a forma como a profissão fez parte da sua vida pessoal, os outros assuntos se desenvolveram bem mais e as respostas foram mais longas e reflexivas.

Uma coisa interessante, que ganhou força durante a entrevista, foi o modo como o entendimento da trajetória pessoal acabou se sobressaindo e, a partir desse ponto, as justificativas para a atividade empreendedora apareceram em dois registros básicos: primeiro como desdobramento de uma oportunidade pessoal e, depois, como possibilidade de mudança de vida. Dentre os três momentos da entrevista, o elemento da simbolização da trajetória foi o que teve uma grande importância. Ao desenvolver as atividades realizadas em seu emprego, ao falar do modo como chegou a trabalhar no banco, Lucas começou a mobilizar uma série de argumentos e percepções que justificaram a sua empreitada em um empreendimento. Dessa forma, o sentido moral dessas justificativas ficou mais claro e forte. Já falando do segundo ponto, explorando mais esse elemento reflexivo das justificativas do empreendimento, o que chamou a atenção foi o modo como, quase que politicamente determinada, a visão sobre empreendedorismo ganhou aspectos organizativos, ou seja, foi vista como elemento de transformação e de liberdade. Isso ficou ainda mais evidente no último ponto da entrevista, quando, ao falar das emoções associadas a possibilidade de empreender, ele associou diretamente liberdade e felicidade, dando contornos muito específicos a ação empreendedora.

Essa sétima entrevista dá novos ares ao problema aqui apresentado. Ela trouxe, pela primeira vez diretamente, elementos políticos que podem entrar na percepção moral sobre o empreendedorismo. Ao narrar as emoções, ao colocar claramente que o que move determinadas decisões e escolhas é a felicidade, Dênis direcionou meu olhar para uma dimensão nova: as questões morais e políticas mobilizam uma imersão emocional, subjetiva até, que não pode ser deixada de lado.

Marcos (26 anos), que é economista em formação, segue um caminho parecido. A entrevista foi realizada na Universidade em que estuda, no turno da noite, próximo das 19:00h e durou cerca de cinquenta e dois minutos. O ponto fundamental dessa entrevista foi a articulação entre o ideal de empreendedorismo e a percepção sobre mudança social. A narrativa inicial foi marcada por essa relação e pelo fato de que, em todo o momento, a única saída para situações de desigualdade e desequilíbrio de renda é o empreendedorismo.

A questão inicial foi a descrição das atividades exercidas, seu emprego no SEBRAE e as demandas do curso. Cada um desses aspectos têm uma importância crucial na percepção sobre o ideal empreendedor. Como consultor, Marcos adota uma postura de compreensão com seus clientes, visto que é a própria instituição que os procura e os escolhe. No curso, seja na empresa júnior ou nas atividades normais de um estudante de graduação em fase de conclusão, ele associa sua trajetória à descoberta do empreendedorismo e de atividades, relacionadas ao ramo, que possam ser desenvolvidas com o objetivo de mudar uma dada realidade. Foi assim que aconteceu com o seu engajamento em um projeto de revitalização de um bairro em Olinda e, em outros termos, a justificativa da escolha do próprio curso, que acabou sobressaindo o ganho financeiro.

Essa oitava entrevista foi importante por abrir caminhos para uma compreensão mais ampla sobre os sentidos do empreendedorismo. Os tipos de associações entre a atividade empreendedora e a percepção sobre mudança social são muito complexos e múltiplos. Assim, o elemento importante que percorreu a fala, a mudança social, foi mediado por um entendimento de empreendedorismo que garante não só liberdade mas, também, organiza e gera processos de mudança no nível pessoal.

Empreendedorismo como uma característica pessoal. Essa é a forma como Karla (36 anos), conduz sua relação com o empreendedorismo. Ela é coordenadora de uma pós-graduação em empreendedorismo e é dona de uma empresa. A entrevista foi realizada na instituição de ensino que ela leciona. Ela aconteceu por volta das 10:30h e durou, aproximadamente, trinta e cinco minutos. O ponto alto da entrevista foi o modo como Karla compreende sua atividade de ensino e a trajetória particular dela, ou seja, que sua relação com a atividade empreendedora é completamente compatível com o fato de lecionar sobre

empreendedorismo. Assim, como questão central, ela entende que existe um processo de aprendizagem e desenvolvimento da ação empreendedora.

Como vinda da Universidade, Karla percebe o empreendedorismo como fruto do desenvolvimento de determinadas competências, associadas aos perfis das pessoas. Essas competências, assim, dividem as capacidades humanas e articulam todo o *hall* de possibilidades para o empreendedorismo. Ela ainda entende que a atividade empreendedora, em si, é garantia para a consolidação de intervenções que gerem algum tipo de impacto. O seu próprio empreendimento tem essa preocupação. Outra coisa importante foi que ela exerceu um cargo em uma prefeitura, no qual tinha a função de gerir projetos em empreendedorismo social. Essa experiência marcou a maneira como Karla articulou empreendedorismo e impacto. Assim, como recorrente em outras entrevistas, a atividade empreendedora, para Karla, só faz sentido enquanto permeada pela preocupação no impacto, seja ele qual for.

A nona e última entrevista fechou um quadro de percepções sobre o empreendedorismo que se tornou múltiplo e cheio de desdobramentos. As emoções que foram mobilizadas por ela, sintetizam bem esses elementos. Karla coloca satisfação, liberdade e felicidade como sendo parte de aspectos muito relacionados, assim como fazendo jus ao empreendedorismo em si.

Esse mosaico aponta para uma direção muito específica ao se analisar o empreendedorismo como noção moral. Os valores associados ao ato de empreender ficam muito vinculados aos elementos que justificam, para as pessoas, suas ações. De toda forma, as definições de empreendedorismo, que cada pessoa deu em algum momento das entrevistas, relaciona-se com as atividades que realizam e, com isso, colocam um sentido específico sobre as ações; o sentido que define a ação como uma ação “certa”, em termos de empreendimento. Nesse sentido, a relação entre narrativa, moral e ação se torna muito forte. Se tomarmos como base a argumentação de Charles Taylor (2013), as lógicas de interlocução, que ligam a narrativa pessoal ao fato de que as justificativas morais estão presentes nas ações (Taylor, 2013: 58-59), condicionam não somente a reflexão sobre a ação em questão, no caso o empreendimento, como também a possibilidade que esses valores possam ser externados.

Todos esses valores aparecem como parte integrante de um conteúdo que pode apontar para a determinação do empreendedorismo como regime moral, ao se pensar a forma como as pessoas se engajam no capitalismo. O capitalismo, enquanto regime organizativo mais geral, precisa que as pessoas se engajem e percebam suas ações com sentidos específicos. Demanda para um tipo de ação e a própria ação fazem parte dos aspectos morais presentes em uma dada configuração histórica. Os ensejos de um *espírito empreendedor*, como demanda subjetiva do capitalismo no Brasil, no sentido de sugerir determinadas formas de ação, são percebidos dentro do quadro de valores de um *modelo de ação empreendedora*, que é a forma na qual o ato de empreender produz sentido moral nas pessoas (Barbosa, 2016: 216-128). Enquanto demanda, a literatura referente ao empreendedorismo tem a característica de “dever ser”, apontando para as formas que o empreendedorismo deve ser pensado. O empreendedorismo como saída e o empreendedorismo como fim, esses são as principais características das demandas para empreender.

Nas entrevistas exploradas, as fontes do empreendedorismo giram entorno de elementos morais que apontam para uma justificativa individual, mais especificamente relacionada ao desenvolvimento e crescimento econômico, e em justificativas difusas sobre um bem comum, gerado pelo engajamento em projetos que podem, de alguma forma, oferecer serviços e mudanças na vida de todas as pessoas; empreendedorismo e mudança social. Um *espírito empreendedor* exige um *modelo de ação empreendedora* e um *modelo de ação empreendedora* exige um *espírito empreendedor*. Essa duas dimensões se relacionam com processos mais amplos da formação de valores e de sua legitimação. Ao elencar elementos que consideram fundamentais em seus empreendimentos, as pessoas selecionam, do ponto de vista da sua reflexão pessoal, valores que dizem respeito ao modo como o empreendedorismo é visto não só como desejável mas também como legítimo. Assim, é possível pensar em ensejos de formação de um regime moral do empreendedorismo no Brasil e a forma como esse aspecto é dependente dos sentidos dados pelas pessoas. Tendo isso em mente, é possível perceber esse processo dentro de um quadro de questões políticas amplas?

2. Os projetos em curso: justificação e valores

O sentido moral do empreendedorismo, tendo em mente a forma como as pessoas o pensam e falam dele a partir do desenvolvimento de suas ações, ações essas expressas pela narrativa, aponta para uma pluralidade de valores que têm desdobramentos diversos. Uma desses desdobramentos, inclusive na maneira em que o centro de referência da ação empreendedora é a capacidade do indivíduo, é a relação entre espírito empreendedor e o regime moral presente o individualismo. O ponto de partida para o ideal empreendedor é o indivíduo e a sua capacidade de se responsabilizar por si mesmo. Esse elemento peculiar é a base valorativa que se consolida, no Ocidente, a ideia de indivíduo como soberano de si. É isso que Louis Dumont chama de *ideologia* do individualismo moderno, ou seja, um *ethos* que tem como referência a forma como os processos de individualização diferenciaram indivíduos de grupos e consolidaram valores próprios à noção de indivíduo. O *indivíduo no mundo* ganha força ao se consolidarem os valores de criatividade, de responsabilidade de si e quando o processo reflexivo condiz com a formação de identidades próprias que, em um primeiro momento, não precisam de vínculos externos (Dumont, 1983: 36-37). Esses seriam, em termos amplos, os pontos de contato entre empreendedorismo e individualismo.

Enquanto questão valorativa, os ensejos para o empreendedorismo se consolidam entorno de valores muito associados ao individualismo. Nesse sentido, os seus primeiros desdobramentos são as justificativas em nível individual, apontando para a relação crescimento/progresso. O espírito empreendedor, assim, demanda um empreendedor de si. Do ponto de vista subjetivo, no modo mesmo de significação das ações, O modelo de ação empreendedora é uma das maneiras possíveis que as pessoas produzem os sentidos de suas ações em face ao espírito empreendedor. A justificativa das ações vai além da busca imediata pelo progresso individual, isso pensando em termos das maneiras como as narrativas se desenvolvem. Sempre, ao falar de seus empreendimentos, as pessoas apontam para algum aspecto que pode beneficiar as pessoas de forma geral. Seria, de forma mais direta, a relação do ideal empreendedor com um sentido amplo de bem comum.

Mas então, como elencar esses aspectos de um forma mais sistemática em meio ao modo como os relatos se tornam múltiplos e com valores distintos, no sentido de seu conteúdo? É nesse momento que o modelo analítico da *cit  *. O modelo    o recurso pelo qual, nas primeiras formula  es de Boltanski e Thev  not, para elencar, em paralelo, as

configurações morais mais gerais e a forma que as pessoas as pensam ao mobilizar justificativas para suas ações, reproduzindo ou rompendo com a ação corrente. No livro *De la Justification* (1991), os dois autores formulam dimensões axiológicas para a compreensão de regimes de justificação amplos. Cada regime de justificação é uma *cit  * que se configura por um conjunto de valores amplos que se relaciona com uma compreensão específica das pessoas sobre suas a  es. Tendo essa característica, o modelo    muito útil para se elencar as formas pelas quais as configura  es morais dependem dos sentidos das pessoas e como esses mesmos sentidos dependem das mesmas configura  es morais. Dessa forma, a *cit  * relaciona, especificamente, valores e configura  es morais nos contextos nos quais, pela fala, as pessoas refletem sobre suas a  es.

Mas qual seria, então, a *cit  * que estaria presente no espírito empreendedor e no modelo de a  o empreendedora? Como mostram Boltanski e Chiapello (2009), a *cit  * mais precisa seria a *cit  * por projetos. Para a forma  o dos valores por projetos, ou seja, do conjunto de justificativas morais mais amplas derivadas dos projetos, Boltanski e Chiapello se concentram no fato de que, nos anos de 1990, existe uma multiplicidade de projetos e as pessoas, em termos de sua mobiliza  o subjetiva, derivam seu engajamento dessa mesma multiplicidade (Ibid.: 121). A palavra da vez, portanto, dentro do contexto amplo de reconfigura  o do modelo de empresa e da demanda de empregos por parte das grandes corpora  es,    a flexibilidade, ou seja,    a possibilidade de adapta  o e da capacidade de assumir riscos. O tipo de demanda que, nos anos 1960, apontava para um engajamento dos executivos, nos anos 1990 aponta para um engajamento geral, inclusive dos empregados de cargos hierarquicamente menores (Ibid.: 122). Com o foco nos novos tipos de gestão empresarial nas grandes empresas, Boltanski e Chiapello mostram como essa valoriza  o acaba se tornando geral, acaba virando uma questão empreendedora.

O que toda essa descri  o, então, ajuda na compreensão da *cit  * por projetos? O primeiro ponto    que, dentro do argumento empírico, a descri  o dessas transforma  es aponta também para uma transforma  o valorativa e um modo de imersão subjetiva que coloca outras questões no que tange o sentido de cada a  o para as pessoas. Assim, o aspecto fundamental dessa, digamos, “virada valorativa”,    o tipo de engajamento a partir

da noção de *projeto*. O significado, portanto, aponta para uma compreensão específica que e as pessoas podem ter de suas trajetórias.

Em termos estruturais, Boltanski e Chiapello, na tentativa de mapear os valores presentes na nova configuração dos anos de 1990, apontam para uma relação relativamente mais próxima entre o tipo de percepção que as pessoas têm, pelo menos no meio gerencial e no mundo das empresas, com o liberalismo, na verdade com o neoliberalismo enquanto instância valorativa (Ibid.: 123). Esse diagnóstico é importante por colocar em evidência o tipo de demanda que é relacionada ao modelo gerencial, de empresa, dos anos de 1990. Dessa forma, os projetos incidem não só nos gerentes, como era comum nos anos de 1960, mas também em todo corpo de funcionários; todos são colaboradores (Ibid.: 125). E o aspecto fundamental da noção de projeto – que apareceu fortemente no argumento de Gilberto Velho apresentado no capítulo anterior – é a possibilidade de engajamento individual em termos subjetivos, ou seja, a produção de um sentido ao se integrar com uma atividade. É o que argumenta, por exemplo, Alain Ehrenberg ao falar de como o empreendedorismo virou uma espécie de norma de conduta das ações no capitalismo contemporâneo.

Tendo esse contexto mais geral, inclusive mobilizando elementos teóricos efetivos, as justificativas para os projeto no empreendedorismo mobilizam valores específicos, valores esses que podem ser relacionados em termos de autonomia, inovação e progresso para o espírito empreendedor (Barbosa, 2016: 108-118) e liberdade, criatividade e emoção para o modelo de ação empreendedora (Ibid.: 118-126). Assim, dois tipos de conteúdos podem ser desenvolvidos da relação entre a fala das pessoas e a formação dos possíveis ensejos do espírito empreendedor, não com a preocupação de esgotar suas significações nem com o intuito de definir suas possibilidades. O objetivo imediato do tópico foi elencar aspectos que possam fazer de uma dimensão moral mais ampla, relacionada com as características do capitalismo no mundo contemporâneo, fazendo referência ao modo como a relação entre as questões morais mais gerais podem, ou não, dizer alguma coisa sobre a forma como as pessoas refletem e narram suas ações. O caráter de ensejo – a possibilidade de surgimento, aparecimento ou mesmo diagnóstico – é justificado quando se pensa que, em termos de condições de possibilidade, a diagnose de questões como essas, uma

referência moral ampla relacionada à configuração do capitalismo, necessita não somente de um fôlego maior, como também de um conjunto mais amplo de dados que combine métodos diferentes. O ponto aqui, portanto, foi tentar localizar a narrativa sobre a ação em um quadro mais amplo onde as referências morais podem ser pensadas.

E como dar vazão para um questionamento como esse? O modelo da *cit  *, desenvolvido anteriormente,    o grande elemento analítico que pode fazer a jun  o entre duas dimensões tão importantes da realidade social, as referências morais mais amplas e o modo como as pessoas as mobilizam a partir dos sentidos dados às a  es.

E como ficam os ensejos dessa inscri  o moral? A *cit  * por projetos, dentro de uma dimensão onde o empreendedorismo tem características de referência moral, pode ser formada por dois aspectos relacionados. O primeiro deles    o espírito empreendedor e os valores que o orbitam como demanda para as pessoas. Em termos gerais, a demanda do espírito empreendedor    direcionada ao modo como as pessoas podem se engajar no empreendedorismo e levar em considera  o alguns aspectos, boa parte deles entendidos como promessas para a a  o. A autonomia em suas mais variadas dimensões, todas elas como características e promessas para o empreendedor, a inova  o como elemento constitutivo de um sistema de empreendedorismo que    fundamental, em termos valorativos, quando    pensado como critério de mudança social, além da concep  o mais básica de que o progresso, o desenvolvimento e o crescimento são consequências quase que lógicas do ato de empreender. Portanto, tendo como base o modelo geral da *cit  * por projetos, as demandas do espírito empreendedor, além de suas promessas, v  o em dire  o ao indivíduo, a possibilidade de justifica  o da a  o empreendedora em termos individuais.

Como visto, por várias questões diferentes, as justificativas individuais, por não colocarem em cheque dimensões fundamentais do espectro moral em que são solicitadas, não são suficientes para mobilizar as pessoas em a  es específicas. O espírito empreendedor d   as referências morais mais amplas, mas não    o único que condiciona o sentido para as pessoas, e entra-se no segundo aspecto da *cit  * por projetos. O modelo de a  o empreendedora   , em termos analíticos e ideal t  picos, a maneira como os sentidos dados às a  es no empreendedorismo mobilizam determinadas características valorativas que fazem parte da narrativa direcionada a essas mesmas a  es. Assim, o que efetivamente

atinge o ponto reflexivo das pessoas, a partir do momento em que refletem e narram suas ações, é a maneira como as justificativas são pensadas e articuladas em termos morais, ou seja, quando elas necessitam de avaliações fortes. No caso do modelo de ação empreendedora, essas justificativas passam pelo ideal de liberdade como sendo o valor básico que condiciona determinada percepção sobre as ações, pelo ideal de criatividade, entendido como condição desejável para o ato de empreender e, por fim, ao menos como parte da análise em questão, pelo ideal de felicidade e o conjunto de emoções que o orbitam. O que todos esses valores têm em comum, seja na mobilização efetiva da ação ou na forma como ela é narrada, é que todos apontam para uma noção de bem comum, no sentido de estarem contribuindo para alguma dimensão mais ampla da realidade. Dessa forma, espírito empreendedor e modelo de ação empreendedora dão os ensejos iniciais para uma caracterização do ambiente moral no capitalismo contemporâneo.

Recuperando a pergunta inicial que guiou o trabalho, essas formas de compreensão da moral são suficientes para uma análise dos processos de constituição desses valores? Uma abordagem sobre moral pode se esquivar de uma discussão sobre política, entendendo a política em sentido amplo? Esses questionamentos colocam em cheque determinadas posturas dentro das compreensões da moral no campo das ciências sociais, inclusive quando se pensa a complexa relação entre o objeto de pesquisa e a forma como questões normativas estão envolvidas nas escolhas. A moral como objeto de pesquisa pode apontar para reflexões que a colocam em outra dimensão analítica? O empreendedorismo como regime moral relacionado ao individualismo oferece bons elementos para se pensar esse aspecto.

3. A transgressão da moral: a ponte entre política e valores

Chega-se ao último ponto desta análise, já tendo como base a reflexão entre as condições de possibilidade de formação de um espírito empreendedor e os ensejos de um modelo de ação empreendedora como inscrição moral no capitalismo contemporâneo. De fato, o empreendedorismo ganha contornos morais que apontam para sua legitimidade enquanto um conjunto de valores a serem atribuídos pelas pessoas. Nelas, nas pessoas que exercem essa atividade, o mais importante é conseguir justificar suas ações em termos da benesse que os empreendimentos podem gerar não só para elas, mas para a população como

um todo. Mas, então, se se fala ensejos, qual seria o alcance dessa dimensão moral? Essa é, talvez, a principal pergunta que é resultado dessa discussão e, como consequência, o seu maior limite.

Conduzir uma reflexão sobre a moral é uma tarefa deveras complexa. Ela começa com a fato de tentar mapear, de forma geral, os pontos que podem ser considerados como elementos morais. Charles Taylor mostra como essa questão é difícil ao identificar, do ponto de vista de uma investigação sobre as origens subjetivas da moralidade, uma indissociabilidade entre identidade e moral. Com base nisso, ele afirma que o caráter subjetivo da moral reside na sua compreensão a partir do Bem (Taylor, 2013: 15-16). Essa compreensão é carregada de conteúdos que a tornam parte fundante da ideia de humanidade. Seguindo esse raciocínio, a maneira como cada conteúdo é preenchido a partir da ideia de *pano de fundo* é a forma mesma pela qual se tem um entendimento das categorias morais como categorias do espírito, ou seja, categorias que apontam para sua definição do Bem (Ibid.: 17), ou seja, da vida digna de ser vivida.

Para Taylor, os ideais tornam-se elementos morais, no sentido de sua compreensão por parte dos outros, na medida em que são fruto de avaliações fortes, ou seja, a ideia de que esses valores são fonte admiração e respeito (Taylor, 1985: 19). Nesse sentido, as avaliações fortes (avaliações qualitativas) dizem respeito aos padrões que podem ser julgados, os valores que podem, ou não, entrar no terreno do Bem. As reações morais, os modos como as pessoas refletem sobre esses valores, vão em direção ao respeito a vida (Taylor, 2013: 18-19), ou seja, sobre a ontologia do ente humano. Essa ontologia que se refere a moral, é algo implícito e não evidente, ela só se apresenta na consciência, mais especificamente como objeto de reflexão, a partir do momento que a narrativa, a fala, é acionada (Ibid.: 28-29). Taylor aponta para questões que guardam uma importância fundamental no tratamento da moral e na maneira como ela pode ser percebida. Mas, de uma forma mais direta, como esses conteúdos da moral tornam-se conteúdos?

Ao investigar valores e concepções de mundo, as ciências sociais precisam levar em consideração as condições de possibilidade para o surgimento desses valores, além do próprio processo em que esses valores se tornam fonte de admiração e respeito, e pensá-los fora de abordagens mais sistêmicas, na tentativa de apontar os conflitos e contradições

desses mesmos valores. Essa é a preocupação de Vandenbergue (2015), fincada em uma reflexão que articula a ponte entre uma filosofia moral e uma sociologia moral. Os valores presentes em uma dada época, a forma como as pessoas narram esses valores, e os elementos políticos presentes nesses mesmos valores. Na investigação sobre a moral, existem desdobramentos políticos para os valores? Como entender os processos morais em disputa? Assim, a reflexão sobre a moral é, também, uma reflexão sobre política.

Existe, no nível teórico e analítico, algumas obras que fundamentam essa passagem e passam de uma análise da moral como objeto, para a análise crítica dos processos de consolidação de alguns valores. Um deles foi trabalhado aqui, Boltanski e Thévenot (1991) inauguram, de uma certa forma, as investigações de uma sociologia da crítica. O problema central dessa primeira obra, era entender como as controvérsias mobilizam argumentos de justificativas que se encaixam em determinados regimes morais. Essa intenção é sintetizada pela ideia de que as afirmações fortes das justificativas morais, mobilizam provas que colocam a reflexividade da ação em curso, condicionando uma crise e, posteriormente, uma ruptura (Boltanski & Thévenot, 1999). No trabalho posterior, já tomando como objeto as dinâmicas de transformação do capitalismo, Boltanski e Chiapello (2009) mostram como as justificativas morais para o capitalismo dependem de uma relação tensa entre as ações e as críticas dessas ações. O que era um trabalho sobre as controvérsias, torna-se uma reflexão, de base empírica, sobre a necessidade de renovação da crítica para que ela aponte os modos pelos quais os valores condicionam, e são condicionados, pelas ações das pessoas. Esse postulado se consolida quando Boltanski (2009) pensa uma sociologia direcionada para a emancipação, tomando como ponto de partida a moral enquanto objeto e enquanto possibilidade de realização.

Essa passagem no argumento de Boltanski é apenas um dos exemplos da maneira como é difícil, mesmo em termos analíticos, separar moral e política. Na tradição antropológica, os debates sobre a entorno da obra de Mauss mostram, também, como essa separação é problemática. A “obrigatoriedade” da troca como princípio moral e a ideia fundamental de entender como se constroem os vínculos relacionados ao “dom” têm, no diagnóstico da sociedade Melanésia, um aspecto problemático fundamental: o recorte de gênero. Esse é o problema abordado por Marilyn Strathern (2006) no seu *O gênero da*

dádiva. Tendo em mente alguns dos principais pressupostos de Mauss, ela reflete a experiência etnográfica na Melanésia e o modo como as trocas incidem diretamente sobre as mulheres, no sentido de elas próprias serem mecanismos de trocas que coordenam o princípio da dádiva. Assim, o modo como a vida das mulheres entra no jogo moral é, visivelmente, constitutivo do que Mauss chama de “dom”. Nesse sentido, o que antes era visto como princípio moral, mesmo que relacionado com o seu contexto, passa a ganhar um contorno político fundamental, ou seja, o modo como o valor da troca subjugava a experiência das mulheres Melanésias, aspecto esse não tratado pelo autor da Dádiva.

O exemplo do empreendedorismo mostram também essa relação, embora necessite de uma outra pesquisa, mais aprofundada e com fontes diversas, para que isso fique claro. De toda forma, pelo que foi dito anteriormente e pelas análises trabalhadas até aqui, o empreendedorismo aponta, com seus ensejos, para as disputas sobre a transformação nos sentidos do trabalho. O empreendedorismo surge como valor, inclusive por parte das pessoas, no mesmo momento em que a flexibilização do trabalho, os processos de transformação nos empregos, ganham corpo no mundo, principalmente no começo dos anos de 1980. Essa transformação, que é resultado de intensas disputas, é uma transformação ampla que necessita de uma análise mais cuidadosa. A questão que fica dessa reflexão, na tensa relação entre moral e política, é que, tendo em mente o processo de transformação dos valores no capitalismo, qual seria o lugar do empreendedorismo? Esse lugar que o empreendedorismo ocupa no capitalismo contemporâneo é um lugar político que fundamenta, em determinado grau sua dimensão moral.

Referências Bibliográficas

BARBOSA, Aloizio Lima. 2016. *A concórdia do sucesso: o sentido da ação para pessoas do meio empreendedor: ensejos de uma inscrição moral*. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CFCH. Pós-Graduação em Sociologia, Recife.

BAUER, Martin W.; AARTS, Bas 2014. “A construção do *corpus*: um princípio para a coleta de dados qualitativos”. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs.) *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Vozes.

BOLTANSKI, Luc. 1999. *Les cadres: la formation d'un groupe social*. Paris: Minuit.

_____. 2009. *De la critique: précis de sociologie de l'émacipation*. Paris: Gallimard.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Eve. 2009. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: WMF Martins Fontes.

BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. 1991. *De la justification: les économies de la grandeur*. Paris: Gallimard.

EHRENBERG, Alain. 2010. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida, SP: Ideias & letras.

ELIAS, Norbert. 1995. *O processo civilizador: Volume I: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora.

FERNANDES, Florestan. 1997. *A reconstrução da realidade nas ciências sociais*. Revista mediações. Londrina, v. 2 nº 1, p. 47-56, jan-jun.

FLICK, Uwe. 2009. *Introdução à pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Artmed.

GASKELL, George. 2014. "Entrevistas individuais e grupais". In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs.) *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Vozes.

HIRSCHIMAN, Albert O. 1979. *As paixões e os interesses: argumentos políticos a favor do capitalismo antes do seu triunfo*. São Paulo: Paz e Terra.

KAUFMANN, Jean-Claude. 2009. *Ego: Para uma sociologia do indivíduo*. Lisboa: Instituto Piaget.

KAUFMANN, Jean-Claude. 2013. *A entrevista compreensiva: um guia para pesquisa de campo*. Petrópolis, RJ: Vozes; Maceió: Edufal.

PLATT, Jennifer. 2012. "The history of interview". In: The SAGE handbook of interview research: the complexity of the craft. SAGE publications.

RENAUT, Alain. 1989. *A Era do Indivíduo: contributo para uma história da subjectividade*. Lisboa: Instituto Piaget.

SENNETT, Richard. 2004. *A corrosão do carácter: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record.

SIMMEL, Georg. 2005. “O indivíduo e a liberdade”. In: SOUZA, J.; OELZE, B. (Orgs.). *Simmel e a modernidade*. Brasília: Ed. UnB.

STRATHERN, Marilyn. 2006. *O gênero da dádiva: problema com as mulheres e problema com a sociedade melanésia*. Campinas-SP: Editora Unicamp.

TAYLOR, Charles. 1985. “What is human agency”. In: *Human agency and language: philosophical papers I*. London: Cambridge University Press.

_____. 2013. *As fontes do self: A construção da identidade moderna*. São Paulo: Edições Loyola.

VANDENBERGHE, Frédéric. 2015. *A sociologia como uma filosofia prática e moral (e vice e versa)*. Sociologias. Porto Alegre: Ano 17, nº 39, Mai/ago, p. 60-109.

VELHO, Gilberto. 1989. *A utopia urbana: um estudo de antropologia social*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora.