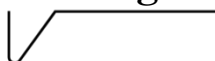


## A educação para o empreendedorismo, ou a socialização da comunidade universitária sob as lógicas da concorrência



Olivia Chambard<sup>1</sup>

Tradução de Jéssica Ronconi<sup>2</sup>

Durante duas décadas e até a recente Lei de Programação da Pesquisa (LPR) adotada pelo Parlamento em 24 de dezembro de 2020, o ensino superior francês passou por uma sucessão de reformas<sup>3</sup>. Realizadas gradualmente para não “incendiar a universidade”, segundo as recomendações do relatório Aghion-Cohen<sup>4</sup>, elas caminham mais ou menos na mesma direção: remover, um a um, os obstáculos à criação de um mercado do ensino superior e da pesquisa e impor o princípio de uma concorrência livre e sem distorções em todos os níveis (estudantes, professores-pesquisadores, instituições), o que supostamente configuraria uma garantia da excelência e da atratividade internacional. Esta lógica foi perfeitamente resumida pelo presidente do CNRS [Centro Nacional da Pesquisa Científica da França], que ao falar da LRP, em novembro de 2020, defendia “*uma lei ambiciosa, desigual*

---

<sup>1</sup> Pesquisadora da Universidade Paris 1 Panthéon-Sorbonne no Centro de estudos do emprego e do trabalho (Cnam – Centre d’études de l’emploi et du travail).

<sup>2</sup> Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de São Paulo. E-mail: [jessica.ronconi.fernandes@gmail.com](mailto:jessica.ronconi.fernandes@gmail.com)

<sup>3</sup> Em 2002, a reforma “Graduação mestrado doutorado” (LMD) teve como objetivo harmonizar o ensino superior na Europa; em 2005, a criação da Agência Nacional de Pesquisa (ANR) bucou impor a lógica do financiamento por projeto em detrimento dos créditos permanentes concedidos às equipes de pesquisa; em 2006, a criação da Agência de avaliação da pesquisa e do ensino superior (AERE, posterior HCERES) tinha o objetivo de preparar a identificação dos polos de “excelência” – desde então denominados idhex (“iniciativas de excelência”) e labex (“laboratórios de excelência”) e de monopolizar, em 2011, os recursos provenientes do “grande empréstimo”, de acordo com uma lógica típica do *new public management*; a lei relativa às Liberdades e Responsabilidades das Universidades (LRU) que, desde 2007, reduziu os orçamentos universitários e introduziu a possibilidade de recrutar professores-pesquisadores com contratos de direito privado, bem como o princípio da modulação de serviços; e, finalmente, a introdução da seleção dos estudantes na universidade com a implementação do sistema *Parcoursup* em 2017.

<sup>4</sup> Philippe Aghion et Élie Cohen, *Éducation et croissance*, rapport pour le Conseil d’analyse économique (CAE), 2004, Paris, La Documentation française.

- *sim, desigual, uma lei virtuosa e darwiniana, que incentiva os cientistas, as equipes, os laboratórios e estabelecimentos de maior sucesso em escala internacional*”<sup>5</sup>.

Essas transformações, que se inscrevem em um processo de "desregulamentação" (CHARLES, SOULIÉ, 2015) comum a outros setores, foram analisadas por diferentes trabalhos nas ciências sociais (GRANGER, 2015; DOUSSOT e PONS, 2020). Proponho lançar luz sobre eles a partir de um movimento provavelmente menos comum, mas que não contribui menos quando se trata da socialização em profundidade dos membros da comunidade universitária segundo as lógicas da concorrência: a introdução da retórica do empreendedorismo no ensino superior através de uma série de dispositivos, como já analisei anteriormente (CHAMBARD, 2020).

## 1. A promoção da retórica empreendedora na universidade

Fundadas num contexto de valorização da criação de empresas, as primeiras áreas destinadas à formação de empresários surgiram no ensino superior francês desde o final dos anos 1970. A formação “*HEC Entrepreneurs*” [HEC Empreendedores]<sup>6</sup> foi criada em 1976, antes que algumas escolas de comércio e de engenharia ou ainda alguns raros departamentos universitários de gestão seguissem seus passos ao longo dos anos 1980 e 1990. Contudo, foi durante os anos 2000 que se difundiu mais amplamente pela máxima internacional, usado entre outros pelo OCDE [Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico] e pelas instituições europeias, sobre a importância e até mesmo a urgência de conscientizar os jovens quanto ao “espírito empreendedor”<sup>7</sup>. Inicialmente, isto diz respeito aos doutorandos e estudantes de engenharia, que são encorajados, como os próprios pesquisadores<sup>8</sup>, a criar empresas numa perspectiva de inovação e de renovação da malha produtiva.

Essa problemática da inovação é, todavia, progressivamente acompanhada do objetivo de promover a inserção e a empregabilidade das pessoas. Trata-se, portanto, de infundir um “espírito empreendedor” no corpo estudantil, sem que isso signifique

---

<sup>5</sup> Antoine Petit, PDG du CNRS (Centre national de la recherche scientifique), *Les Échos*, 26/11/19.

<sup>6</sup> A HEC, Escola de Altos Estudos Comerciais, é considerada uma das melhores escolas de negócios da França (N.T).

<sup>7</sup> Ver por exemplo *Encourager les jeunes à entreprendre : un défi pour les pouvoirs publics*, relatório da OCDE, 2001.

<sup>8</sup> Pela lei de 1999 sobre a inovação e a pesquisa (conhecida como “*loi Allègre*”).

necessariamente conduzi-los a se tornarem empreendedores no sentido econômico. Neste período, as associações como a “Empreender para aprender” ou a “100.000 Empreendedores” começaram a organizar intervenções em estabelecimentos de ensino secundário nesta mesma perspectiva (Tanguy, 2016). Essas associações, oriundas do mundo econômico, operam com a bênção do poder público.

No início da década de 2010 o “empreendedorismo estudantil” foi efetivamente elevado a um problema digno de intervenção estatal. Uma sequência de ações públicas se desenrolou, marcada pela sucessão do plano “Estudantes empreendedores” (lançado em 2009 sob a presidência de Nicolas Sarkozy) seguida pelo plano Estudantes pela inovação, transferência e empreendedorismo (lançado em 2013 na presidência de François Hollande). O primeiro projeto levou à criação dos PEE (Polos estudantes empreendedores), transformados pelo segundo projeto em Pepite (Polos estudantis para a inovação, transferência e empreendedorismo).

Os 30 Pepites que hoje abrangem o território francês constituem uma espécie de centro único de atendimento para o qual se dirigem os estudantes interessados pelos projetos oferecidos pelas instituições de sua região para a conscientização, formação e acompanhamento em empreendedorismo. Também é junto ao Pepite que eles podem se candidatar ao estatuto nacional de estudante-empREENDEDOR (SNEE) que, desde 2013, tem permitido que os estudantes “*porteurs de projets*” [portadores de projetos]<sup>9</sup> se beneficiem de um planejamento de seus estudos. Tomei como ponto de partida esta sequência de ações públicas entre 2009 e 2014 – entendida como um momento crítico (BOURDIEU E CHRISTIN, 1990) – para reconstituir, a partir de uma abordagem ao mesmo tempo sociohistórica e etnográfica, as condições de possibilidade e as questões em jogo nesse projeto educativo que consiste em formar os jovens estudantes ao “empreendedorismo”.

Nesse sentido, os mecanismos atualmente oferecidos sob este rótulo nas universidades e nas Grandes Escolas<sup>10</sup> francesas<sup>11</sup> assumem formas variadas. Eles estão disponíveis em: módulos únicos oferecidos fora do currículo (reuniões com empresários,

---

<sup>9</sup> Pessoa responsável pela concepção e definição de um projeto e que busca recursos para que ele seja realizado (N.T).

<sup>10</sup> Na França, além das universidades as Grandes Escolas também fazem parte do ensino superior nacional e consistem em estabelecimentos prestigiosos e altamente seletivos e reconhecidos (N.T)

<sup>11</sup> Encontramos situações parecidas em outros países, mas minha pesquisa foi desenvolvida no contexto francês.

*business game*, workshops propostos pelos serviços de inserção profissional, etc.); nas aulas de disciplinas regulares que compõem os currículos; em cursos de graduação – bacharelado profissional, mestrado e diplomas institucionais, voltados para a formação de empresários, de “funcionários empreendedores” ou ainda de instrutores para o empreendedorismo – bem como em meios de treinamento de “*porteurs de projets*” (*mentoring*, incubadoras, aceleradores, etc.).

Todos esses mecanismos – centralizados desde 2013 pelas Pepite – prometem transmitir um conjunto de conhecimentos, *savoir-faire* [saber-fazer] e *savoir-être* [saber-ser] “empreendedores” e afirmam se apoiar em uma pedagogia “ativa” e “lúdica”. Esse “programa comum” não impede a existência de especificidades marcantes em função do perfil das pessoas formadas – estudantes de universidades ou de Grandes Escolas, de áreas literárias, econômicas ou científicas, etc. –, mas também de seus instrutores – que podem ser professores-pesquisadores (muitas vezes na área de gestão), bem como profissionais oriundos de empresas ou agentes administrativos das instituições encarregadas de mandatos como a inserção dos estudantes ou de promoção das relações entre universidades e empresas.

A educação empreendedora pode, dessa forma, assumir múltiplas faces, desde um centro de referência “start-up” até o desenvolvimento pessoal (“tornar-se empreendedor de sua existência”), passando pela disciplina universitária apoiada na pesquisa em ciências de gestão. Em minha abordagem, não busquei identificar a “verdadeira” educação empreendedora ou dizer o que ela deveria ser. Como a definição do próprio termo *empreendedorismo* (neologismo dos anos 1990-2000, uma tradução de *entrepreneurship*) é objeto de lutas, o escopo deste texto foi antes reconstituir o espaço das controvérsias ao qual a definição dá origem, observando a relação com as múltiplas camadas semânticas que foram depositadas na palavra ao longo do tempo.

### **Uma investigação etnográfica multisituada**

A investigação que realizei no âmbito de uma tese de doutorado em ciências sociais (defendida na EHESS em 2017) tinha dois eixos.

Uma investigação de arquivos, entrevistas, questionários e observações em nível nacional buscou compreender os mecanismos da produção da causa da “educação ao empreendedorismo”. A investigação realizada foi desenvolvida por meio de contínuos deslocamentos em diferentes momentos entre os diferentes espaços físicos e sociais de

onde vêm os principais promotores dessa causa – universidades e Grandes Escolas, ministérios, organizações patronais, imprensa econômica e educacional, instituições internacionais, etc. A investigação etnográfica foi realizada entre 2009 e 2017, mas a consulta de arquivos e de trabalhos históricos nos permitiu remontar ao século XIX. Da mesma forma, se o trabalho de campo foi realizado na França a fim de desvendar as lógicas específicas da difusão do vocabulário empreendedor dentro do espaço cultural e político nacional, grande atenção foi dedicada às circulações internacionais sobre a temática do empreendedorismo, pois elas são decisivas para a compreensão do sucesso deste último.

Ao mesmo tempo, eu conduzi uma pesquisa etnográfica em instituições que oferecem módulos variados de educação empreendedora. Eu estudei sobretudo oito mecanismos de alcance e natureza variados, oferecidos em diferentes tipos de cursos localizados em várias regiões da França:

1. As *24 horas de empreendedorismo* (“business game” organizado por uma escola de comércio para estudantes daquela escola e de universidades parceiras);
2. Os *Empreendedores* (seminário destinado aos estudantes de mestrado de um grupo regional de universidades e de escolas);
3. A *Disciplina Iniciação à vida econômica* (opção de um mestrado em Letras, universidade);
4. A *Graduação Profissionalizante Empreendedorismo* (IUT);
- 5, 6, 7 *Três mestrados*: HEC *Empreendedores*, o mestrado especializado em *Empreendedorismo* (co-patrocinado por uma escola de engenharia e uma escola de comércio) e o mestrado *Acompanhamento empreendedor*;
8. O sistema de apoio aos *Jovens Empreendedores* (escola de comércio).

A fim de garantir o anonimato dos entrevistados, mudei os nomes desses projetos e não divulguei o nome das instituições pelas quais eles são ofertados. Somente o mestrado HEC *Empreendedores* é mencionado pelo nome porque a pesquisa ali foi menos aprofundada e porque seu estatuto de modelo para as outras formações tornava problemático o fato de não o nomear.

Se o interesse em fornecer as ferramentas a (alguns) estudantes interessados pelo caminho de criação de empresas<sup>12</sup> pode ser facilmente compreendido, por exemplo no quadro de estruturas existentes de auxílio à inserção profissional, o que significa elevar a educação para o empreendedorismo ao patamar de missão da universidade de modo equivalente ao ensino e a pesquisa<sup>13</sup>? Quais são as causas e os efeitos dessa circulação da

<sup>12</sup> Mesmo se este “interesse” se difunda também em razão da propaganda que é feita em torno da figura do empreendedor na sociedade e do processo de desestabilização da condição salarial.

<sup>13</sup> O procedimento de credenciamento de instituições, introduzido pela lei relativa ao Ensino superior e à Pesquisa de 22 de julho de 2013, inclui em suas especificações a implementação de esquemas de formação para o empreendedorismo.

retórica do empreendedorismo – categoria constituída no mundo econômico para designar a criação de uma atividade lucrativa – inclusive nos segmentos do ensino superior que, *a priori*, são os mais afastados do polo econômico? Mostrarei a seguir que este projeto comporta três questões principais: estimular a criação de empresas, difundir um "espírito empreendedor" na sociedade em geral e no ensino superior em particular e, finalmente, favorecer certas reformas da universidade que vão no sentido de uma aproximação com o mundo econômico, seus esquemas e seus valores.

## 2. Produzindo empreendedores

A promoção do empreendedorismo para todos se inscreve, antes de tudo, na revalorização do trabalho não assalariado ou autônomo, através do enaltecimento da figura do empreendedor. Desde meados dos anos 1970, o incentivo à criação de empresas foi, na França como em outros países, um objeto de política pública (DARBUS, 2008). Desde a famosa instigação à criação do seu próprio emprego, feita em 1978 pelo Primeiro-ministro Raymond Barre aos desempregados, uma série de medidas (incentivo fiscal, simplificação administrativa, auxílio, etc.) se sucederam ao longo das duas décadas seguintes para incentivar a criação de empresas. Os objetivos são estimular o crescimento e a inovação em um contexto de intensificação da concorrência mundial e combater o desemprego. Como efeito dessas medidas implementadas pelos governos tanto de direita quanto de esquerda, além das profundas transformações econômicas que afetaram todos os países industrializados, assistimos a partir dos anos 1980 ao surgimento de novas formas de autoemprego, que não invertem, contudo, a antiga tendência ao trabalho assalariado da população ativa.

Apenas nos anos 2000 que o ressurgimento do emprego não assalariado, em parte oculto nas estatísticas pelo declínio massivo do emprego agrícola, tornou-se estatisticamente (sensivelmente) visível. Em 2008, ele foi estimulado notadamente pela criação do regime do autoempreendedor que incentiva o acúmulo de atividades independentes com outros estatutos. A partir dos anos 2000, os novos imaginários sobre o empreendedorismo, centrados na “*start-up*” e na “*tech*” (novas possibilidades ligadas à

tecnologia digital), e também na “economia social e solidária” ou no “neoartesanato”<sup>14</sup>, contribuíram para renovar radicalmente a imagem do pequeno proprietário, que é “inovador e flexível, (e agora) encarna o verdadeiro ‘espírito empresarial’ em oposição ao capitalismo gerencial” (ZALC, 2012). A celebração dos valores do empreendedorismo (a “audácia”, o sucesso econômico, a “subversão”, etc.) encontra seu ponto culminante nos anos 2010, notadamente sob a liderança de Emmanuel Macron. Também durante este período, a aparição das plataformas digitais contribuiu para o aumento de empregos pouco qualificados, na fronteira entre o emprego assalariado, o trabalho autônomo e o desemprego. A “uberização”, em referência aos motoristas da Uber, encarna desde então a face sombria da “nação *start-up*” elogiada pelo Presidente Macron durante sua campanha.

Este incentivo total para se tornar empreendedor é cuidadosamente concebido para nutrir a ilusão de que empreender está ao alcance de todos. Quando analisamos as motivações apresentadas pelos estudantes que participam de programas de educação empresarial, encontramos – ao lado daqueles que os seguem de maneira desprendida (“apenas para ver”) ou por motivos puramente acadêmicos (validar uma opção vista como “fácil”, facilitar o ingresso na escola de comércio, etc.) – os jovens que participam com a intenção mais ou menos clara de “criar seu próprio negócio”. Apresentando este caminho como mais “estimulante” que o do emprego assalariado, quase todos elogiam a “autonomia” do empreendedor e a possibilidade de ter um verdadeiro “impacto” sobre e através do seu trabalho.

Essa ênfase vocacional – baseada em uma imagem mistificada do empreendedor, percebido como um personagem fora do comum e levado a desempenhar um papel de destaque no atual contexto de erosão da legitimidade do setor público e das grandes empresas – é estimulada pelas mídias, tanto nas redes sociais como nas formações voltadas ao empreendedorismo. Durante as entrevistas, muitos deles mencionaram que acompanham as notícias do “mundo das *start-ups*”, que leem biografias de empresários (figuras empreendedoras da “*tech*” como Elon Musk (SpaceX, Tesla), Oussama Amar (incubador francês de *The Family*) ou mesmo Frédéric Mazzella (Blablacar)), que conversam nas redes sociais com outros “entusiastas do empreendedorismo”, etc., o que contribui para que se forme neles um universo de representações comuns.

---

<sup>14</sup> Os neo-artesãos são pessoas com diploma superior, muitas vezes prestigiosos, que mudam de carreira e decidem se dedicar à trabalhos manuais e artesanais (N.T).

E no entanto, além desse discurso estereotipado, a análise detalhada de suas trajetórias nos permite objetivar os mecanismos socialmente diferenciados na construção dessas “vocações” empreendedoras, que só podem ser compreendidas à luz das trajetórias passadas e das perspectivas futuras de cada um e que possuem todas as chances de culminar em realizações muito desiguais em função das disposições e dos recursos individuais. Distinguiremos duas trajetórias típico-ideais.

Para os titulares desses “pequenos” e “médios” diplomas de ensino superior (ORANGE, 2009), que já não garantem mais automaticamente acesso ao emprego qualificado, o empreendedorismo pode aparecer como uma via de mobilidade social ou, pelo menos, promete evitar o *déclassement* [desclassificação, declínio social]. Foi o que analisei na parte do meu livro intitulada “*Escapando da Decathlon*”. Neste grupo, o estudo longitudinal das trajetórias de inserção nos permitiu distinguir, de um lado, aqueles que possuem os recursos específicos (apoio familiar, redes, recursos econômicos, etc.) que lhes permitem vislumbrar, com sucesso, a criação de empresas ou que conseguem aproveitar um fracasso empresarial para conseguir um emprego assalariado; e de outro lado, aqueles que, devido a falta desses recursos, possuem poucas esperanças e para quem o empreendedorismo é raramente acessível, exceto “por baixo”, através do estatuto de microempreendedor, que muitas vezes é uma forma de “*salarial déguisé*” [assalariado disfarçado] (ABDELNOUR, 2017). Se o estatuto formal de “autônomo” pode então manter sua promessa de acesso ao emprego, isto é feito levando esses trabalhadores à precariedade.

As perspectivas são muito diferentes para os graduados dos cursos mais prestigiados do ensino superior francês, e que muitas vezes também realizaram parte de sua formação no exterior. Esses jovens fortemente dotados de capital econômico, social e cultural, consideram o empreendedorismo sob o registro de valorização da “*start-up*”, como uma maneira de acumular um prestígio e uma liberdade superiores aos oferecidos pelos *emploi de cadre* [empregos executivos] (ver a seção do livro intitulada “*Escapando da Loréal*”). Se o empreendedorismo pode servir para esses herdeiros (BOURDIEU e PASSERON, 1964), de modo transversal, podendo assustar alguns de seus familiares, a maioria das experiências nesta área dura apenas um tempo limitado e oferece, a longo prazo, possibilidades importantes de ganhos simbólicos e materiais a esses jovens empreendedores, seja vendendo sua empresa ou valorizando esta experiência no mercado de trabalho.



Esses jovens *surdiploômés* possuem, com efeito, plena consciência – eles o dizem facilmente em entrevistas – de que eles não têm nada a perder, mas tudo a ganhar com tal experiência. As incubadoras e outros espaços de *coworking* que vêm crescendo há alguns anos nas grandes cidades estão repletas de jovens que se formaram nas Grandes Escolas e que são suficientemente dotados de todos os tipos de recursos para aproveitar as numerosas ajudas oferecidas (subsídios, empréstimos honorários, espaços de trabalho, mentoria, etc.) e para experimentarem o empreendedorismo por alguns anos, sem muito risco. Tudo se passa como se “criar sua *start-up*” pertencesse a uma *nouvelle bohème* de alguns jovens oriundos das classes privilegiadas.

Entretanto, na medida em que o trabalho autônomo corresponde apenas a cerca de 10% da população ativa – em contraste com o lugar simbólico dado ao empreendedorismo na sociedade em geral e no ensino superior em particular – a criação de empresas não pode ser considerada como uma solução para a inserção profissional de diplomados em larga escala. É através da sensibilização de um “espírito empreendedor”, mais amplo e mais difuso, que os poderes públicos buscam promover a empregabilidade dos futuros trabalhadores.

### 3. Difundindo um “espírito empreendedor” a serviço do capitalismo

Ao dirigir-se a “todo mundo”, a educação empreendedora visa a formar um “espírito empreendedor” ou um “espírito de empreender” em cada aluno e estudante, mas também nos professores e no pessoal administrativo responsável pela implementação desses dispositivos. Erigido ao novo *ethos* do trabalhador contemporâneo, este “espírito” é visto até mesmo como uma forma mais global de apreender a existência inspirada na figura do empresário.

O que impressiona quando observamos os dispositivos implantados sob este rótulo é a forma segundo a qual a educação voltada para o empreendedorismo é associada por seus defensores a um meio de desenvolver os *savoir-faire* e os *savoir-être* dos estudantes em matéria de “autonomia”, “iniciativa”, “criatividade”, etc. Essa forma de apresentar as coisas constitui, portanto, um modo de legitimação eficaz para convencer os estudantes e os funcionários a se engajarem nesses projetos. Quem seria a favor da heteronomia, do *suivisme* [seguidismo, adesão acrítica] e do conformismo? Todavia, a associação entre características

e o vocabulário do empreendedorismo levanta questões. Um pesquisador do setor público, um artista ou um engenheiro assalariado de uma grande empresa também não podem se revelar autônomos, audaciosos e criativos? Será que eles devem necessariamente se considerar e se autodenominar empreendedores para desenvolver essas formas de agir? Certamente não. Isto nos leva, portanto, à reflexão sobre a função deste crescente recurso do campo lexical do empreendedor e do empreendedorismo na esfera educacional.

Durante os cursos, eu primeiro notei que essas competências ou qualidades estavam amplamente associadas às categorias da economia dominante. Inculca-se nos estudantes a ideia de que uma “iniciativa” só é interessante se ela puder ser lucrativa, que “ser criativo” significa antes de tudo criar valor no sentido econômico, e que só é válido o que pode ser “valorizado” de acordo com as lógicas do mercado. A utilidade social dos projetos é assim pouco questionada em benefício da valorização da criação de qualquer empresa capaz de gerar lucros. A comunicação em torno de certos mecanismos certamente apresenta primeiro extensas concepções de empreendedorismo e assim atrai, como no caso das *Entrepreneuriales* [Empreendedoras], estudantes que desejam trabalhar em projetos de associação ou de empresas “verdes” ou “sociais”. No entanto, ao longo da sessão observada, eu notei avisos frequentes dos supervisores sobre as exigências de “realismo econômico” que, na verdade, acabam desestimulando projetos alternativos. As preocupações ecológicas e sociais de certos projetos são assim reduzidas na medida em que os instrutores recordam os estudantes sobre os imperativos econômicos, os princípios de viabilidade empresarial e a necessidade absoluta de rentabilidade. É assim que Hervé Henri, um consultor que ministra a disciplina *de Introdução à vida econômica* de mestrado em Letras em uma universidade parisiense, tenta convencer seus estudantes de que a posse de competências empreendedoras (notadamente “a tomada de consciência do princípio da rentabilidade”) abriria a eles muitas perspectivas profissionais nos campos artísticos e culturais que os atraem (“o que lhes permitiria fazer o que eles quisessem em seguida”). Em uma entrevista, ele me apresenta sua “missão educativa” que visa a uma conversão suave dos estudantes ao liberalismo como uma espécie de empreendimento missionário.

Trata-se de... a palavra talvez seja um pouco agressiva..., mas trata-se de desiludi-los sobre certos assuntos pois, ao contrário de outros estudantes, eles não sabem nada sobre empresas, então a criação de uma empresa é um passo além! Mas a gente percebe, porém, que justamente ao fazê-los trabalhar na criação de empresas, a gente coloca em jogo... a gente recoloca

em jogo muitas coisas relativas à economia em geral, à microeconomia, ao funcionamento dos atores econômicos entre eles, à negociação, quem faz o quê, por que um mercado funciona de uma certa maneira e não de outra, e a relação entre estes diferentes atores.

Ele chega ao ponto de apresentar como um sucesso o fato de que os próprios estudantes, após um semestre de trabalho em seu projeto, propuseram contratar estagiários não remunerados:

Quando eles mesmos se perguntam sobre como lançar uma ideia, um teatro, por exemplo... Onde você vai encontrar os *prescripteurs* [divulgadores]? Como você vai encontrar os atores? Quanto você vai pagá-los? Por que você deveria pagá-los? Tudo isso os leva a refletir sobre o que é um mercado, um intercâmbio mercantil ou não mercantil [...] Além disso, é muito engraçado ver os próprios estudantes dizerem no final: “não, não podemos arcar com isso, vamos pegar estagiários”. E nós dizemos a eles [risos]: “Vocês estão vendo, vocês não estão muito longe de encontrar soluções para não pagar as pessoas!”.

Como já dissemos, não se limitando a produzir empreendedores no sentido estrito do termo, essas formações difundem as categorias da economia dominante juntos aos estudantes socializados para se comportarem de maneira “empreendedora” no sentido adquirido em um regime capitalista. Trata-se de formar futuros assalariados capazes de trabalhar por projeto, preocupados com sua rentabilidade (BOLTANSKI, CHIAPELLO, 1999), dispostos a aceitar remunerações cada vez mais individualizadas e vinculadas ao lucro que geram para seu empregador (BERNARD, 2020), e assim as proteções associadas ao estatuto salarial são cada vez menores. A figura valorizada é a do “empreendedor de si” (STEVENS, 2012), ou seja, a do trabalhador flexível, capaz de se adaptar e de “se recuperar” em um contexto econômico instável que o constrange a mudar de atividade regularmente e a acumular diferentes estatutos.

O que está em jogo nesta empreitada educacional é também a difusão de uma ideologia segundo a qual qualquer um, graças somente ao seu espírito empreendedor, pode “ter sucesso” (para conseguir um emprego, para ganhar dinheiro, etc.) de acordo com a injunção liberal do “quando a gente quer, a gente pode”. Essas armadilhas do léxico da “autonomia” já eram conhecidas, seja no campo social – onde é usado para tornar cada pessoa responsável pelo seu próprio destino e para estigmatizar a “assistência” – ou no campo universitário - onde o recurso da autonomia tem sido frequentemente usado na supressão das instâncias colegiadas de direção em prol do fortalecimento de um poder

gerencial local sob tutela ministerial. Vemos novamente aqui que este vocábulo está a serviço de um discurso que se apresenta como sendo meritocrático, mas que serve antes de tudo aos mais favorecidos socialmente, como este punhado de “*startupper*” bem-sucedidos e celebrados nas mídias e que, na maioria das vezes, são oriundos das principais Grandes Escolas e dos meios mais privilegiados (ver acima).

Os efeitos deste projeto de formação de “indivíduos empresas” (FOUCAULT, 2004) só se manifestarão com o tempo na sociedade. Mas o que é mais imediatamente perceptível é a contribuição deste programa educacional para uma reconfiguração do significado e da forma do ensino universitário.

#### **4. Reformar a universidade tomando como referência o polo privado do ensino superior**

Através da educação voltada para o empreendedorismo, o Ministério de Educação superior, da Pesquisa e da Inovação introduz certas reformas no ensino superior. Por meio de um chamado secular para a “abertura” da universidade, este antigo professor de francês, que se tornou responsável pela missão “Empreendedorismo” no ministério, expressa perfeitamente o significado deste projeto durante uma entrevista:

Trata-se de romper com a ideia de que a universidade é um lugar onde se aprende de forma completamente centrada na acumulação de conhecimento, na pesquisa, etc. Na tentativa, portanto, de abrir um mundo há muito tempo um pouco fechado em si mesmo... isso remonta à Idade Média... sobre a sociedade civil, sobre o mundo exterior.

O avanço crescente dos dispositivos em torno do empreendedorismo está, com efeito, diretamente relacionado à valorização de certos métodos pedagógicos e certos conteúdos de ensino, diretamente inspirados por um ensino superior privado em plena expansão. Enquanto as escolas de comércio estão atraindo um número crescente de estudantes na França, estamos assistindo em alguns espaços da universidade à cristalização de um modelo de ensino superior inspirado pelo o que se pratica nessas últimas. Nos mecanismos estudados, constatamos assim um afastamento da cultura escrita e dos objetivos de transmissão de conhecimento e de formação de um espírito crítico em prol da valorização do “*savoir-faire*”, do “*savoir-être*” – ou do “*soft skills*” (CHAMBARD, 2021) – extremamente normativos e associados à figura do empreendedor e à ascensão crescente dos conhecimentos de gestão (LE GALL, 2014). Observamos também nessas formações

uma valorização das categorias “prático” e “imediatamente útil”, em detrimento do que é “teórico” ou “abstrato”.

Essas formações contribuem ainda para introduzir, nas universidades, métodos pedagógicos inspirados em empresas – tais como a realização do *business plan* e a formação do *pitch*<sup>15</sup> (FRANCES, LE LAY, 2020) – e em maneiras de selecionar os estudantes e de avaliar seus trabalhos, que podem entrar em conflito com as normas acadêmicas, seja pela valorização extrema da “personalidade”, pelo favorecimento da forma oral sobre a forma escrita nos trabalhos avaliados, ou do resultado sobre o processo, mesmo que isso signifique às vezes valorizar formas de “blefe” (por exemplo, um *business plan* baseado em números errôneos, mas apresentado com o auxílio de um *pitch* eficaz) em nome da eficácia que esse procedimento poderia reverter “na realidade” para convencer os investidores. Essas diferentes dimensões pedagógicas são desempenhadas por acadêmicos das ciências de gestão (ou *management* [administração, gerenciamento]), bem como por “profissionais” do setor privado (consultores, empreendedores, etc.) que participam cada vez mais das missões de ensino. Se algumas dessas características são há muito tempo constitutivas do polo econômico do ensino superior, sua difusão massiva, da qual participam os mecanismos de educação voltada ao empreendedorismo, indica e faz parte de uma “transformação da tabela de valores acadêmicos” (FAURE, MILLET, SOULIÉ, 2005).

Contudo, deve-se observar que essas transformações também se realizam à custa de um paradoxo. A integração do empreendedorismo no *curriculum* universitário só é possível através de uma (relativa) adequação acadêmica deste ensino. Na medida em que se instala de forma duradoura na universidade – ao ser incluído nos programas, ao suscitar a criação de cursos especializados, etc. – este ensino também deve lidar com as exigências universitárias, seja através da codificação dos conhecimentos ensinados, seja através da associação com a pesquisa (principalmente nas ciências de gestão, que são agora um subcampo) ou mesmo se reinventando como uma vanguarda da “pedagogia ativa”, o que desagradou alguns representantes do campo econômico que lamentam uma “academização” do ensino em empreendedorismo.

---

<sup>15</sup> O *pitch* é um exercício de comunicação, trata-se de uma espécie de apresentação sobre um projeto realizada em um curto espaço de tempo e que deve ser eficaz e convincente (N.T).

\*\*\*

O projeto que consiste em fabricar empreendedores entre os jovens evidentemente se dirige apenas a uma parte relativamente restrita da juventude: aquela que possui certos recursos para se apropriarem com sucesso desse caminho empresarial, em uma sociedade que ainda é, de todas as formas, dominada pelo trabalho assalariado. Contudo, a educação voltada para o empreendedorismo comporta dois objetivos mais amplos. Por um lado, trata-se de conscientizar a geração mais jovem em relação à evidente concorrência como o funcionamento normal das relações sociais – para difundir, como diz Pierre Bourdieu, o *nomos économique* em todos os campos da sociedade. Por outro lado, trata-se de reformar a universidade conforme as normas, valores e práticas pedagógicas em vigor no polo econômico do ensino superior. Em ambos os casos, os objetivos econômicos para estimular o crescimento e o objetivo social de inserção de jovens diplomados se confundem.

Podemos duvidar, todavia, do fato de que a escala do empreendedorismo individual é a mais importante para estimular a inovação hoje e, por consequência, que ela constitua uma saída séria para as dificuldades econômicas dos países. A criação de pequenas empresas com pouca entrada de capital não constitui, de fato, uma solução suficiente para responder às grandes problemáticas econômicas, sociais e ecológicas que exigiriam investimentos importantes em pesquisa e em desenvolvimento. Além disso, estimular um “espírito” (empresário, empreendedor, etc.) não é a maneira mais eficaz de aumentar o número de criação de empresas e/ou de tornar os jovens diplomados e assalariados mais “criativos”.

A dinâmica atual de criação de empresas está em parte ligada à tendência das grandes empresas de terceirizar um número crescente de suas funções, sem mencionar os casos de *“salariat déguisé”* [assalariado disfarçado] que preenchem os postos de microempreendedores. Se os trabalhadores se tornam autônomos, é menos em razão de um “espírito empreendedor” do que pela existência de uma parcela de empregos nesses formatos e pela condição salarial que sofre, por sua vez, diversas formas de degradação tanto em relação ao estatuto do emprego quanto à condição de exercício da atividade em si, o que reduz sua atratividade. A fim de incentivar a inovação econômica e a inserção profissional dos diplomados, seria mais eficaz implementar políticas de democratização dos

estudos, de elevação da qualidade do ensino oferecido – em especial, melhorando a proporção de professores por estudante na universidade – e de apoio à pesquisa.

## Referências

- ABDELNOUR, Sarah. *Moi, petite entreprise. Les auto-entrepreneurs, de l'utopie à la réalité*, Paris, PUF, 2017.
- BERNARD, Sophie. *Le nouvel esprit du salariat. Rémunérations, autonomie, inégalités*, Paris, PUF, 2020.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Eve. *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999.
- BOURDIEU, Pierre; CHRISTIN, Rosine. La construction du marché. Le champ administratif et la production de la "politique du logement". *Actes de la recherche en sciences sociales*, 81-82, 1990, p. 65-85.
- BOURDIEU, Pierre; PASSERON, Jean-Claude. *Les Héritiers. Les étudiants et la culture*, Paris, Éditions de Minuit, 1964.
- CHAMBARD, Olivia. *Business model. L'université nouveau laboratoire de l'idéologie entrepreneuriale*, Paris, La Découverte, 2020.
- CHAMBARD, Olivia. Faire sauter l'idée toute faite que l'université est un lieu où on apprend". La socialisation des étudiants à l'entrepreneuriat. *Sociétés contemporaines*, no prelo 2021.
- CHARLE, Christophe; SOULIE, Charles (eds.). *La dérégulation universitaire. La construction étatisée des « marchés » des études supérieures dans le monde*, Paris, Syllepse/M Éditeur, 2015.
- DARBUS, Fanny. L'accompagnement à la création d'entreprise. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 175, 2008, p.18-33.
- DOUSSOT, Sylvain; PONS, Xavier (eds.). La LPPR et la réforme de l'enseignement supérieur et de la recherche : analyses critiques. *Revue française de pédagogie*, Paris, 127, 2020.
- FAURE, Sylvia ; MILLET, Matthias; SOULIÉ, Charles. *Travail des enseignants-chercheurs : vers un bouleversement de la « table des valeurs académiques*, rapport d'enquête, 2005.
- GRANGER, Christophe. *La destruction de l'université française*, La Fabrique, 2015.
- LE GALL, Brice. La résistible ascension de la gestion universitaire et la transformation de la culture académique, *Savoir/Agir*, 29, 2014, p. 51-58.
- FOUCAULT, Michel. *Naissance de la biopolitique*, curso no Collège de France (1978-1979), Paris, Gallimard-Seuil, 2004.
- FRANCES, Jean; LE LAY, Stéphane. Docteurs, Pitches et ascenseurs. L'étrange recette du concours Ma thèse en 180 secondes, *Savoir/Agir*, 51, 2020, p. 51-58.
- MEMMI, Dominique. Le retour de la 3<sup>e</sup> classe ? Comment déclasser sans larmes dans le service public, *La vie des idées*, mise en ligne le 16 octobre 2018.
- TANGUY, Lucie. *Enseigner l'esprit d'entreprise à l'école. Le tournant politique des années 1980-2000 en France*, Paris, La Dispute, 2016.
- ORANGE, Sophie. Un « petit supérieur » : pratiques d'orientation en section de

technicien supérieur, *Revue française de pédagogie*, 167, avril-juin 2009.

STEVENS, Hélène. Autonomie récusée, autonomie fabriquée. Informaticiens à l'épreuve de l'*Entreprise de Soi*, *Genèses*, 87, 2012, p. 90-112.

ZALC, Claire. Les petits patrons en France au xx<sup>e</sup> siècle ou les atouts du flou, *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 114, 2012, p. 53-56.