

O CAMINHO PARA O EU EMPRESARIZADO: UM ENSAIO TEÓRICO SOBRE O PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO DO EU

VITOR ABREU ARNONI¹; MARCIO SILVA RODRIGUES²

¹Universidade Federal de Pelotas 1 – vitor.arnoni@hotmail.com 1

²Universidade Federal de Pelotas – marciosilvarodrigues@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

O processo de empresarização (SOLÉ, 2004; FOUCAULT, 2004; ABRAHAM, 2006 RODRIGUES, 2006; 2013) tem sido abordado tanto em nível macro (o Estado, as políticas públicas, a saúde, a cultura, a educação e o espaço) quanto microssocial (o indivíduo), passando por um nível meso (as organizações). Em vista de avançar nas discussões acerca do processo de empresarização em um nível individual, propomos, no presente ensaio, um olhar em relação ao indivíduo e sua personalidade, seu “eu” (*self*), em uma espécie de modificação de sua identidade ou personalidade através da incorporação de pressupostos e práticas empresariais.

Buscamos discutir como o processo de empresarização contribui para a construção de uma nova identidade, pela qual Hardy (2008) chama de *enterprising self*. A partir da relação do processo de empresarização com algumas perspectivas que tratam da relação da ideia de empresa com o indivíduo, como Foucault (2004), Laval e Dardot (2009), Gaulejac (2014), Rose (1999), Ainsworth e Hardy (2008), pretendemos dar seguimento a esse novo olhar.

Compreendemos o “eu”, neste trabalho, como sendo a personalidade do indivíduo, ou seja, aquilo que o caracteriza (valores, crenças, ideais), aquilo que está relacionado a quem ele é e materializa-se em seu cotidiano. O “eu”, portanto, caracteriza o cotidiano e tudo o que está em volta do indivíduo (ROSE, 1999).

Entendemos também que a perspectiva da empresarização do eu venha a se diferenciar por ter o intuito de discutir a modificação das formas com que o indivíduo expressa o seu “eu” (*self*) seja através de seus hábitos, sua linguagem, sua vestimenta, sua identificação com movimentos artísticos e esportivos, e, suas paixões em geral. Trata-se, portanto, de entender como o processo de empresarização é empregado na formação de uma nova identidade do indivíduo.

Para isto, partimos da literatura que abordou o processo de empresarização em conjunto com outros autores que trataram especificamente do indivíduo para começarmos a entender esse processo, visto que este é um primeiro contato com aquilo que chamaremos de empresarização do eu. Assim, propomos uma discussão teórica, com o objetivo de lapidar nossa compreensão sobre o processo de empresarização do eu.

É de suma importância o entendimento, por parte do leitor, de que não pretendemos tratar esta nova mirada ao processo de empresarização do indivíduo (empresarização do eu) como a criação de uma nova categoria. Trata-se, em realidade, de uma adaptação ou incorporação de uma perspectiva teórica já bastante desenvolvida a um campo ainda pouco explorado neste sentido em que estamos propondo.



2. O PROCESSO DE EMPRESARIZAÇÃO DO EU

Dando início a essa discussão teórica, propomos um ponto de partida a partir das obras de Foucault (2004), Gaulejac (2014), Laval & Dardot, 2009), Rose (1999) e Ainsworth & Hardy (2008). O caminho que chegamos para chegar a estes autores inicia-se em Solé (2004). O autor afirma que a empresa é o modelo organizacional modelador da sociedade moderna, chamando-a de mundo-empresa. A partir disto, Abraham afirma que a empresa é uma instituição da sociedade moderna, em que as maneiras de agir e de pensar empresariais passam a tornarem-se evidências neste tipo de sociedade. Isto irá se intensificar a partir do avanço do ideário neoliberal segundo Foucault (2004) e Laval & Dardot (2009) e por consequência a formação do sujeito empresário de si. Este é o ponto de partida para as discussões aqui presentes.

Em Foucault (2004), a respeito do empresário de si, são discutidas as definições de trabalho, renda e salário, a partir do entendimento de que, do ponto de vista do trabalhador, o seu próprio salário não é visto como o preço de venda pela sua força de trabalho, mas sim uma renda, e, por definição, uma renda de capital (o capital humano).

O trabalho comporta um capital que, neste caso, é formado por uma aptidão ou uma competência que o indivíduo desenvolve ao longo de sua vida. Já o salário será a renda deste capital, dada pela sua força de trabalho. Este capital, chamado de capital humano, possui uma espécie de competência-máquina que é indissociável do indivíduo, justamente por constituir uma série de aprendizados formados pelos diversos investimentos educacionais acumulados ao longo de sua vida (formação).

A partir deste entendimento sobre o capital humano, Gaulejac (2014) irá discutir a partir da perspectiva da gestão gerencialista, relacionando esta discussão com a frutificação egóica individual. Segundo o autor, com as transformações que se dão a partir da evolução do capitalismo financeiro e a constante progressão rumo ao individualismo, o Ego de cada indivíduo passa a constituir um capital que precisa ser frutificado, um fardo que pode somente ser de sua própria responsabilidade. Uma responsabilidade, pois, em meio ao mundo empresarial, o Ego será aquilo que garantirá ao indivíduo o seu próprio sustento e sobrevivência. Assim, todas as relações, momentos, ambientes, ou seja, o cotidiano dos indivíduos passa a ser constantemente permeado por elementos gerenciais e empresariais.

Em um mundo tomado pela empresa, pelo ideário neoliberal e pela necessidade de frutificação do ego, a ideia de homem empresarial ou sujeito empresarial parece naturalmente tornar-se uma evidência, pois, neste sujeito encontra-se o potencial para que a ideia de empresa como organização ideal seja levada a adiante. O processo de empresarização associado ao ideário neoliberal irá produzir um sujeito que lhe convém: um sujeito cujos valores se equivalem àqueles idealizados a partir da modernidade.

Dentro deste contexto, podemos enxergar esta idealização de valores a partir da obra de Rose (1998). Conforme o autor, não existe um valor mais inegável para os indivíduos do mundo moderno do que o eu (*self*) e os termos que estão imbricados a ele (a autonomia, a identidade, a individualidade, a liberdade, a possibilidade de escolha e o sentimento de satisfação pessoal). É exatamente através destes termos que entendemos nossas paixões, desejos e medos, moldamos nossos estilos de vida.

De acordo com Rose (1998), o *self* estaria caracterizado por traços de coerência, inseparabilidade, individualidade e intencionalidade. Além disso, age



como o foco do pensamento, da ação e das crenças, tornando-se a origem de suas próprias ações. Nossa *self*, ou “eu”, estaria desta forma relacionado diretamente à nossa trajetória, formando a nossa biografia (ROSE, 1998, p. 3).

Nossa individualidade, ou ainda, nosso “eu”, seria caracterizado por uma profunda interioridade (condutas, crenças, valores e discursos) que faria com que os nossos próprios “eu” tomassem forma corpórea. Assim, nós, enquanto humanos em carne e osso, seríamos os nossos próprios “eu” externalizados. Essa psicologia que caracteriza o grande universo interno do “eu” está no centro daquilo que forma as maneiras pelas quais nos conduzimos e que são consideradas “normais”, da mesma forma que nos faz julgar aquilo que é “anormal” (ROSE, 1998). Ainda segundo Rose (1999), com o passar do tempo, percebe-se uma alteração na forma como o cidadão se enxerga e é enxergado no que diz respeito à imagem que possui das funções econômicas por ele desempenhadas. Esta imagem econômica primária passa daquela de produtor para a de consumidor. Ou seja, aqueles valores internalizados alteram-se, formando um novo *self* (ROSE, 1999).

Diante disso, segundo o estudo de Ainsworth e Hardy (2008), através dessas transformações de características na imagem do sujeito produtivo, o discurso em torno da empresa forma uma espécie de identidade ideal à qual o indivíduo deve obter para estar devidamente inserido no processo social. Esta identidade pode ser chamada de “eu empresariado” (*enterprising self*). A partir deste ponto de vista, os autores afirmam que a empresa traz consequências significativas para os indivíduos através da construção de novas identidades laborais, “promovendo um olhar determinado de como as pessoas são e como deveriam ser” (AINSWORTH & HARDY, 2008, p. 390).

Desta maneira, o “eu empresarial” apresenta-se como uma identidade universal e o discurso empresarial prescreve uma identidade ideal para os governados, a do “eu empresarial”, onde os indivíduos se tornam empresários de si mesmos. Aqui, encontra-se o limite que irá desencadear o desdobramento do processo de empresarização, que gostaríamos de chamar de empresarização do eu. O processo de empresarização, visto como um fenômeno totalizante e intensificado pelo ideário neoliberal, faz com que o indivíduo passe a enxergar-se como uma empresa em todos os aspectos da vida. Isto, associado à radicalização do individualismo como um valor da modernidade e a predominância da ideia de empresa, faz com que a identidade do “eu empresariado” seja idealizada, por ser aquela que se enquadra melhor nestes padrões sociais (SOLÉ, 2004; AINSWORTH & HARDY, 2008).

3. CONCLUSÕES

As leituras realizadas até aqui revelam, em síntese, que a partir da generalização da ideia de empresa na sociedade a partir do processo de empresarização, intensificada pelo avanço do ideário neoliberal, ocorre a formação de um sujeito empresarial. Dentro deste contexto, todas as relações passam a ser permeadas por relações empresariais, culminando na formação de uma nova identidade individual ideal, sendo esta o “eu empresariado” (SOLÉ, 2004; LAVAL & DARDOT, 2009; FOUCAULT, 2004; GAULEJAC, 2014; ROSE, 1998; AINSWORTH & HARDY, 2008).

A partir destas associações e amarrações teóricas realizadas, podemos começar a entender o processo de empresarização do eu como algo que não necessariamente está relacionado a uma lógica caracterizada pela transformação das paixões do indivíduo em trabalho, mas sim na compreensão do processo de



empresarização como um referente de conduta, aquilo que constitui seu “eu”, e que o colocam no processo de inclusão no mundo-empresa. Todas as atividades que fazem parte de seu cotidiano estarão, de certa forma, irrigadas pelo “eu empresarizado”.

Em tempo, se o indivíduo necessita adotar o “eu empresarizado” em sua personalidade para que seja incluído na sociedade, é esta personalidade que passará a determinar as suas paixões, seu cotidiano, sua personalidade, seu “eu”. Podemos avançar ainda mais sobre esta compreensão na definição de alguns indicadores que podem sinalizar o eu empresarizado no cotidiano do indivíduo, como linguagem empresarial, ideia de sucesso, investimento em si, comportamento empresarial e adaptação. Desta maneira, temos um caminho para operacionalizar a discussão.

Assim, constitui-se o que iremos chamar de processo de empresarização do eu, um processo de transformação, ressignificação e adaptação do *self* ou “eu” individual para um “eu empresarizado”, imbuído com valores condizentes com as demandas e implicações dadas pelo mundo-empresa (SOLÉ, 2004; ABRAHAM, 2006; FOUCAULT, 2004; LAVAL & DARDOT, 2009; GAULEJAC, 2014; ROSE, 1998; AINSWORTH & HARDY, 2008).

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAHAM, Yves-Marie. **L'entreprise est-elle nécessaire?** In: DUPUIS, Jean-Pierre (org.). *Sociologie de l'entreprise*. Montréal: Gaëtan Morin Editeur, 2006, p.

AINSWORTH, Susan; HARDY, Cynthia. The enterprising self: an unsuitable job for an older worker. **Organization Articles**, [s. l.], 2008.

DE GAULEJAC, Vincent. **Gestão como doença social**. [S. l.: s. n.], 2007.

FOUCAULT, Michel. **Nassaince de la biopolitique**. 1. ed. rev. Gallimard: Éditions de Seuil, 2004.

LAVAL, Christian; DARDOT, Pierre. **A nova razão do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. Tradução: Mariana Echalar. 1. ed. Paris, France: Boitempo, 2009.

RODRIGUES, M. S.; SILVA, R. C. da. **Empresarização e modernidade: a ideia de empresa no centro do mundo**. Revista Brasileira de Estudos Organizacionais, v. 6, n. 1, p. 40-76, abr. 2019a.

ROSE, NIKOLAS. INVENTING OUR SELVES: PSYCHOLOGY, POWER AND PERSONHOOD. **GOLDSMITHS COLLEGE, UNIVERSITY OF LONDON**, [s. l.], 1998.

ROSE, NIKOLAS. **Part two: The Productive Subject: The production of the Self**. In: **GOVERNING the Soul**. 2. ed. 57 Warren Street, London W1T 5N: FREE ASSOCIATION BOOKS, 1999. cap. 2, p. 103-119.

SOLÉ, Andreu. A empresarização do mundo. In: SOLÉ, Andreu. **A empresarização do mundo**: ensaio sobre a sociedade neoliberal. Paris, France: Boitempo, 2004.