



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA E CIÊNCIA POLÍTICA
CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS

Isabela de Souza Furkin Pereira

**EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E GERAÇÃO DE RENDA NA PERIFERIA:
UM ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA
“CHAMADA DE IMPACTO MONTE SERRAT”**

Florianópolis

2024

Isabela de Souza Furkin Pereira

**EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E GERAÇÃO DE RENDA NA PERIFERIA:
UM ESTUDO DE CASO DO PROGRAMA
“CHAMADA DE IMPACTO MONTE SERRAT”**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Ciências Sociais do Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Ciências Sociais

Orientador: Prof. Dr. Jacques Mick

Florianópolis

2024

Pereira, Isabela de Souza Furkin
EDUCAÇÃO EMPREENDEDORA E GERAÇÃO DE RENDA NA
PEHMFERTHO DE CASO DO PROGRAMA CHAMADA DE IMPACTO MONTE
SERRAT / Isabela de Souza Furkin Pereira ; orientador,
Jacques Mick, 2024.
92 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Filosofia e Ciências Humanas, Graduação em Ciências
Sociais, Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Ciências Sociais. 2. empreendedorismo. 3. educação
empreendedora. 4. trabalho informal. 5. geração de renda.
I. Mick, Jacques. II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Graduação em Ciências Sociais. III. Título.

Isabela de Souza Furkin Pereira

Educação empreendedora e geração de renda na periferia: um estudo de caso do
Programa Chamada de Impacto Monte Serrat

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do título de
Bacharela e aprovado em sua forma final pelo Curso de Ciências Sociais.

Local Florianópolis, 11 de julho de 2024

Insira neste espaço
a assinatura

Coordenação do Curso

Banca examinadora

Insira neste espaço
a assinatura

Prof. Dr. Jacques Mick
Orientador(a)

Insira neste espaço
a assinatura

Prof.(a) Thais Lapa
Universidade Federal de Santa Catarina

Insira neste espaço
a assinatura

Lucas Ferreira
Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 2024

À minha avó Maria José, mulher e professora extraordinária, cujo amor incondicional mudou a minha vida e a de tantas outras pessoas.

AGRADECIMENTOS

A conclusão deste trabalho marca o encerramento de uma jornada repleta de desafios, mas cercada por uma rede de apoio fundamental para que eu chegasse ao fim da graduação.

Expresso aqui minha gratidão às pessoas que desempenharam um papel essencial neste percurso, sobretudo fortalecendo em mim a confiança de que o sonho deste diploma era um sonho possível.

Presto um agradecimento especial a todas as pessoas cujas trajetórias de vida foram uma fonte de inspiração para este trabalho. Ao meu pai, Davi, exemplo de resiliência e força, enquanto pessoa mas sobretudo como trabalhador, cuja história de vida compôs a inspiração para a escolha de tema desta pesquisa.

À minha mãe, Sinai, e minha avó Maria José, que contribuíram para a formação de um número incontável de pessoas e me ensinaram o valor inestimável da educação como o caminho possível para gerar oportunidades e transformar vidas.

Agradeço também ao meu orientador, Prof. Dr. Jacques Mick, e aos representantes do Sebrae/SC e do Instituto Vilson Groh (IVG), pela imensa contribuição a este trabalho e por dedicarem parte de suas vidas à transformação social.

Por fim, o mais sincero agradecimento aos participantes da Chamada de Impacto que fizeram parte deste trabalho, por dividirem comigo suas incríveis histórias de vida, desafios e alegrias em horas de conversas, nos momentos mais especiais que tive ao longo desta pesquisa.

Espero que este trabalho tenha feito jus às suas trajetórias e possa, de alguma forma, contribuir para que suas vozes sejam ouvidas e tenham o reconhecimento que tanto merecem. Conhecer e contar parte das suas histórias foi uma honra e o meu maior desejo com este trabalho.

RESUMO

O presente trabalho tem como tema a experiência de trabalhadores informais no programa de capacitação empreendedora “Chamada de Impacto Monte Serrat”, que teve como público-alvo empreendedores da comunidade de mesmo nome, em Florianópolis/SC. Para isso, empregou-se como metodologia o estudo exploratório, tendo abordagem qualitativa e o estudo de caso como método de pesquisa. As técnicas de pesquisa utilizadas foram a pesquisa documental e entrevistas semi-estruturadas. A pesquisa investigou as percepções dos organizadores e participantes da Chamada de Impacto sobre os impactos do Programa nos negócios, na autoestima e na autoimagem dos participantes. Também identificou como os recortes de raça e gênero e a condição de moradores da periferia incide em diferentes desafios para estes trabalhadores. Por fim, também identificou-se de que forma a razão neoliberal, que orienta boa parte dos programas de capacitação em empreendedorismo, esteve presente na Chamada de Impacto. Os resultados evidenciam a percepção positiva de participantes e organizadores em relação ao programa, em aspectos como a autoestima e autoimagem dos participantes, além de êxito em suas respectivas atividades laborais. Também apontam que as questões de gênero, raça e condição periférica surgiram de forma espontânea durante as aulas e que, embora o programa tenha sido estruturado com base na racionalidade neoliberal, no Monte Serrat estes princípios se mesclam com valores da economia popular solidária, presente em territórios periféricos. Por fim, ressalta-se a importância da oferta contínua de programas de capacitação para trabalhadores da periferia, estruturados para estes territórios, na linguagem, nos desafios atrelados à sua condição social e no modelo econômico local.

Palavras-chave: empreendedorismo; educação empreendedora; geração de renda.

ABSTRACT

The present work focuses on the experience of informal workers in the entrepreneurial training program "Chamada de Impacto Monte Serrat," which targeted entrepreneurs from the community of the same name in Florianópolis, SC. For this purpose, an exploratory study methodology was employed, with a qualitative approach and the case study as the research method. The research techniques used were documentary research and semi-structured interviews. The results highlight the positive perception of participants and organizers regarding the program, in aspects such as the self-esteem and self-image of the participants, as well as success in their respective work activities. It also identified how race and gender disparities and the condition of living in peripheral areas create different challenges for these workers. Finally, it was also identified how neoliberal reasoning, which guides many entrepreneurship training programs, was present in Chamada de Impacto. The results highlight the positive perception of participants and organizers regarding the program, including aspects such as participants self-esteem, self-image, and success in their respective work activities. They also indicate that issues of gender, race, and peripheral condition spontaneously emerged during classes and that although the program was structured based on neoliberal rationality, in Monte Serrat these principles blend with values of solidarity economy, prevalent in peripheral territories. Lastly, it emphasizes the importance of continuously offering training programs tailored for peripheral workers, addressing their specific language, challenges linked to their social condition, and the local economic model.

Keywords: entrepreneurship; entrepreneurial education; income generation.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 DO TRABALHO INFORMAL AO EMPREENDEDORISMO	18
2.2 QUALIFICAÇÃO EMPREENDEDORA	28
3 O CONTEXTO E O PROGRAMA	31
3.1 O MACIÇO DO MORRO DA CRUZ E O MONTE SERRAT	31
3.2 SEBRAE	34
3.3 INSTITUTO PE. VILSON GROH (IVG)	36
3.4 IMPACT HUB	37
3.5 A CHAMADA DE IMPACTO MONTE SERRAT	38
3.6 METODOLOGIA	39
4 RESULTADOS DA PESQUISA	44
4.1 RESULTADOS DA PESQUISA COM OS ORGANIZADORES DO PROJETO	44
4.2 RESULTADOS DA PESQUISA COM PARTICIPANTES	55
4.3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	65
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	71
REFERÊNCIAS	76
ANEXO 1	87
ANEXO 2	89

1 INTRODUÇÃO

O processo de informalidade atinge mais de 38 milhões de brasileiros que, pela dificuldade de acesso ao mercado formal de trabalho, desenvolvem formas alternativas de subsistência, através, sobretudo, do trabalho autônomo ou por conta própria.

O trabalho informal é uma constante no Brasil desde os tempos do regime escravagista, em que o trabalho por conta própria coexistiu com o emprego de mão de obra escravizada. Com a abolição da escravidão em 1888, parte dos escravos libertos somou-se ao contingente de trabalhadores informais, na busca por sobrevivência e na ausência de oportunidades dignas de trabalho.

A partir dos anos 1980, o problema da informalidade foi agravado pela severa reestruturação produtiva e desestruturação do mercado de trabalho a nível global, influenciada pelo avanço da economia neoliberal.

Com essas mudanças, a ideologia neoliberal encontrou, na flexibilização e precarização do trabalho, “uma nova estratégia para alcançar seus objetivos” (Santos, 2021), flexibilizando direitos, benefícios e proteções antes garantidos à massa de trabalhadores, mas agora obstáculos ao crescimento da economia. Essa flexibilização atinge trabalhadores em distintas proporções, sendo as mulheres negras e pobres as mais prejudicadas.

Em 2008, o Governo Federal criou a figura jurídica do Microempreendedor Individual (MEI), por meio da Lei Complementar 128/2008, em um esforço para reduzir o número de trabalhadores informais no país, visto que, além das consequências da informalidade para estes trabalhadores, a informalidade também gera problemas ao Estado, como a queda na arrecadação fiscal e o crescimento de crises na seguridade social. Apesar desta política, milhões de trabalhadores permanecem na informalidade, sem acesso a direitos sociais e benefícios previdenciários.

Com a implementação da política do MEI e a crescente ênfase no empreendedorismo em todos os níveis da sociedade, a promoção de uma educação empreendedora se tornou um alicerce fundamental para a subsistência e crescimento de microempreendedores, bem como o êxito de seus negócios em um mercado altamente dinâmico e competitivo.

Neste sentido, surgem diferentes atores, estratégias e programas com foco na oferta de iniciativas de capacitação para empreendedores e desenvolvimento de seus negócios. Contudo, como resultado da hierarquia social, racial e de gênero ainda presente na estrutura socioeconômica do Brasil, perpetuam condições desiguais de acesso da população a essas oportunidades.

A população periférica, em virtude da sua condição de exclusão social e desigualdade econômica, encontra inúmeras barreiras e desafios para acessar recursos que apoiem a criação e o crescimento de seus negócios, como programas de capacitação, incubadoras e aceleradoras de negócios, entre outros programas similares. Os desafios “são ainda maiores para as mulheres negras, que permanecem inviabilizadas na sociedade brasileira”. (Ferreira *et al*, 2023)

Mesmo em localidades definidas como grandes centros ou ecossistemas de inovação e fomento ao empreendedorismo, a população periférica encontra dificuldade para acessar as oportunidades que são mais facilmente ofertadas à população de fora da periferia.

Isto evidencia a demanda pela criação de programas com recortes específicos para a periferia, tendo em vista a dificuldade de acesso a oportunidades fora deste território, os desafios locais e sua dinamização distinta em relação a territórios e empreendedores não periféricos.

A partir destes desafios, é criado o Programa Chamada de Impacto Monte Serrat, tendo como objetivo “a geração de empregos e renda para comunidades periféricas por meio do empreendedorismo”. (SEBRAE, 2020)

Tendo em vista o contexto apresentado, em especial os desafios que empreendedores da periferia encontram para acessar programas de capacitação em empreendedorismo e outros recursos para desenvolvimento de negócios, levantou-se a seguinte problematização: como se dá a experiência de

empreendedores da periferia em um programa de formação empreendedora, a partir de um estudo de caso sobre o programa Chamada de Impacto Monte Serrat?

O objetivo é compreender se há diferentes percepções sobre esta experiência do ponto de vista de participantes e de organizadores do Programa, bem como compreender os desafios que levam criadores de negócios na periferia a buscarem programas de capacitação, incluindo desafios impostos em função de suas condições de gênero, raça e origem periférica. Além disso, busca-se entender o impacto que o programa teve sobre os negócios desenvolvidos pelos participantes, além de suas respectivas autoestima e autoimagem. Por fim, a pesquisa busca compreender ainda se de alguma forma a razão neoliberal, que têm moldado as relações e condições de trabalho nas últimas décadas e está presente em muitos dos programas de capacitação para empreendedores, se faz presente na Chamada de Impacto Monte Serrat.

Para responder tais perguntas, foi empregada a metodologia de estudo exploratório, com abordagem qualitativa, que se utiliza do estudo de caso como método de pesquisa. As técnicas de pesquisa empregadas foram a revisão bibliográfica, a pesquisa documental e entrevistas semi-estruturadas.

A fim de alcançar os objetivos elencados acima, este trabalho está estruturado da seguinte forma: o primeiro capítulo tem o objetivo de introduzir o tema deste trabalho, apresentando sua justificativa, problema de pesquisa e objetivos. O segundo capítulo apresentará o referencial teórico que fundamentará o desenvolvimento do trabalho. O terceiro capítulo trará a introdução do Programa Chamada de Impacto, bem como a contextualização do Monte Serrat, comunidade onde o programa foi realizado e onde reside a maior parte dos participantes do projeto. Além disso, também apresentará os procedimentos metodológicos utilizados para a pesquisa e suas limitações. O quarto capítulo trará os resultados alcançados pela pesquisa e discussões. O quinto capítulo trará as considerações finais. Por fim, são apontadas as referências bibliográficas e inseridos os anexos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A informalidade é um fenômeno complexo que permeia a realidade socioeconômica de milhões de trabalhadores no Brasil. Rosenfield (2015) mostra que o mercado de trabalho brasileiro tem sua trajetória histórica marcada por altas taxas de informalidade. Segundo Mick, Nogueira (2023) o trabalho por conta própria é uma constante no Brasil desde o fim do século XVIII, visto que pessoas livres e pobres desenvolviam estratégias variadas para obter renda e sobreviver nas vilas escravistas brasileiras. Como principais atividades, havia a logística da cidade (carregadores e entregadores), prestadores de serviços pessoais (barbeiros, cabelereiras, manicures), artesãos, comerciantes (ambulante ou camelô) e a população de rua, que além de pedintes, poderia obter renda como recicladores e catadores.

Antunes, Fleck, Troian (2023) mostram que com a abolição da escravatura em 1888, ex-escravos, agora libertos, se incorporaram ao contingente de trabalhadores informais, como forma de obter meios de sobrevivência em um cenário no qual os empregos dignos não estavam ao seu alcance. Parte deste contingente continuou trabalhando nas casas dos seus antigos senhores, principalmente mulheres em funções domésticas.

Isso mostra que, como afirmam Mick, Nogueira (2023), o trabalho informal coexistiu com o regime escravagista, logo, havia um sistema econômico que não era dominado apenas pela monocultura. Embora escravos e senhores fossem grupos centrais na estrutura social brasileira, existiam outros grupos, também importantes para a sustentação do regime escravagista. Assim, tem-se a existência de um lento processo de transição da escravidão para o trabalho livre no Brasil, com formas escravistas e não escravistas de exploração do trabalho coexistindo por muitas décadas. Para os autores, essa trajetória histórica reflete um longo ciclo de exclusão sistemática de pobres, negros e principalmente mulheres negras, de oportunidades no mercado formal de trabalho.

Segundo Santos (2008), a globalização e a reestruturação produtiva das últimas décadas agravaram o problema da informalidade, ao gerar uma severa

desestruturação do mercado de trabalho, que resultou em alterações nas relações laborais, com crescimento do desemprego estrutural, afrouxamento dos direitos sociais, flexibilização, precarização e terceirização do trabalho.

O trabalho assalariado ou formal, definido como aquele em que empregador e empregado estabelecem relação de trabalho regida pelas regras da CLT (Consolidação das Leis do Trabalho), vem sendo, como mostra Holzmann (2013), gradativamente substituído por outras formas de inserção no mercado de trabalho.

Santos (2021) aponta que, no Brasil, a desestruturação do mercado de trabalho na década de 1980, resultante da reestruturação produtiva do capitalismo global nos anos 1970, encontrou na precarização do trabalho uma nova estratégia para alcançar seus objetivos, amplamente influenciados pelo avanço da economia neoliberal.

Holzmann (2013) aponta que o crescimento da informalidade no mercado de trabalho é resultado, dentre outros motivos, de um acirramento da competição na economia globalizada, que exige respostas cada vez mais ágeis às flutuações do mercado. Essas respostas ágeis são, como mostra a autora, viabilizadas pela desregulamentação dos arranjos laborais, que põe fim à rigidez dos contratos de trabalho. Com isso, deixa-se de assegurar aos trabalhadores benefícios e proteções até então vigentes, em uma reorganização da produção e da atividade laboral, tidas como obstáculos à dinamização da economia.

Toni (2007) aponta que, no Brasil, os processos ligados à reestruturação produtiva e organização do trabalho começam a ocorrer de forma mais ampla a partir da década de 1990, decorrentes da crise econômica de 1980 e da maior inserção do país no processo de globalização.

Tendo em vista o impacto dessas transformações sobre os trabalhadores no Brasil, o tema da informalidade tornou-se objeto de estudos cada vez mais frequentes no campo da economia e sociologia do trabalho.

A definição de informalidade pode ser abordada através de distintos marcos teóricos e assumir diferentes significados, a depender da compreensão teórica de cada autor. Pode ser encontrada na bibliografia sob os nomes de trabalho autônomo, trabalho informal, atividade informal ou trabalho por conta própria.

Cacciamali (2000) define a informalidade como um processo de mudanças estruturais na sociedade e na economia, decorrentes da reestruturação produtiva e internacionalização das economias, que criam cenários de incerteza e apresentam impactos sobre as formas de inserção do trabalho.

Em sua conceituação de Processo de Informalidade, Cacciamali (2001) categoriza como “informais” os trabalhadores por conta própria, empregados sem carteira assinada e trabalhadores domésticos sem carteira.

De acordo com a autora, os trabalhadores por conta própria são os indivíduos que se auto-empregam, por vezes motivados pela necessidade de sobrevivência, pelas dificuldades de ingresso ou reingresso no mercado de trabalho ou pela necessidade de gerar renda suficiente para a subsistência. Com isso, criam ocupações no mercado, principalmente na prestação de serviços.

Araújo e Lombardi (2013) afirmam que a informalidade constitui traço histórico no mercado de trabalho brasileiro e continua a afetar um enorme contingente de trabalhadores, ainda que o país tenha passado por momentos de recuperação econômica e queda expressiva do desemprego. Estas melhorias, ainda assim, não são suficientes para incorporar a grande massa de trabalhadores que permanece envolvida em formas de trabalho precárias, desprotegidas e ilegais.

Para Lima (2010), a informalidade deixa de ser transitória para constituir-se em definitivo, visto que passa a incorporar um contingente cada vez maior de trabalhadores antes no mercado formal e protegido. Além disso, aponta um intenso processo de “casualização” do trabalho, que representa a necessidade de trabalhadores combinarem atividades formais e informais para atender suas necessidades de subsistência.

Além da necessidade da classe trabalhadora de inserção ou recolocação no mercado de trabalho, Wissmann (2017) mostra que a precarização, decorrente da crise do capital, também afeta postos formais de trabalho, tornando esse tipo menos atrativo para os indivíduos. Isso é, como aponta o autor, um motivador para que trabalhadores antes assalariados procurem alternativas de trabalho e renda, como a abertura de seus próprios negócios, migrando assim de uma situação de trabalho formal para o trabalho por conta própria.

Cacciamali (2000), considera como aspectos principais da informalidade a desproteção legal do trabalho, a ausência de acesso legal aos direitos sociais do trabalhador, a reprodução das desigualdades sociais e a precarização das condições de trabalho. Além dos impactos sobre o trabalhador, Arruda (2017) argumenta que a informalidade também resulta em prejuízos para o Estado, como redução da receita fiscal, crise no sistema de seguridade social e prejuízo à produtividade, impactando o crescimento econômico do país.

De acordo com Campanha *et al.* (2017), no geral, os trabalhadores informais não possuem acesso a programas de seguridade social, como aposentadoria e seguro desemprego, o que pode gerar ao governo uma carga adicional, mediante necessidade de fornecer assistência social a esses trabalhadores em períodos de crise.

Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua (Pnad), em 2022 o Brasil ultrapassou 38 milhões de pessoas em situação de informalidade, o que representa 40% da população ocupada, isto é, pessoas que trabalham pelo menos uma hora completa em trabalho remunerado. Segundo a pesquisa, cerca de 63% destes trabalhadores são pretos ou pardos, sendo as mulheres pretas mais afetadas pela ausência de carteira assinada e contribuição previdenciária, o que mostra que os desafios da informalidade são ainda maiores quando os recortes de gênero e raça operam em conjunto.

Martins (2012) afirma que a reprodução de desigualdades é inerente ao modo de produção capitalista. Assim, apesar das transformações no mundo do trabalho atingirem a classe trabalhadora de modo geral, brancos e negros são afetados em graus distintos. Segundo a autora, o desemprego, a precariedade e a informalidade no mundo do trabalho afetam trabalhadores negros em maior medida, como resultado do processo de racialização desenvolvido no Brasil desde o período colonial. A valorização da força de trabalho estrangeira, após o fim da escravidão, definiu “o lugar” do negro no mercado de trabalho, como um lugar de desocupação, informalidade e precarização, alheio ao trabalho assalariado que era reservado aos brancos estrangeiros. Mesmo com a expansão urbana e agrícola na década de

1930, o negro passou a se inserir no mercado formal apenas em ocupações rejeitadas pelo trabalhador branco.

Mick, Nogueira (2023) mostram que a ascensão do trabalho livre como base da economia foi acompanhada pela entrada contínua da população negra em atividades mal remuneradas e que, em razão de um processo de construção do mundo do trabalho a partir do racismo estrutural, a informalidade de trabalhadores e trabalhadoras no Brasil, sobretudo os periféricos, deve ser vista a partir de perspectivas interseccionais, entre classe, gênero e raça, visto que o racismo estrutural é um obstáculo à geração de renda, com as mulheres negras sendo duplamente afetadas.

Dado o contexto apresentado anteriormente, com aumento do contingente de trabalhadores informais, em decorrência da reestruturação produtiva e rearranjos laborais, diversos países passaram a investir em políticas públicas para redução da informalidade, dentre eles o Brasil.

Como mostram Campanha et al. (2017), essas políticas são embrionárias no mundo todo e no Brasil os esforços também são recentes. A principal medida para formalização de trabalhadores brasileiros foi concretizada com a Lei Complementar nº 128/2008, que criou a figura jurídica do Microempreendedor Individual - MEI e estabeleceu, pela primeira vez na história brasileira, mecanismos específicos para micro e pequenas empresas.

O MEI consiste em uma forma simplificada de formalização para trabalhadores por conta própria, que passam a ser juridicamente reconhecidos como uma empresa, ou empresário individual. Com isso, os trabalhadores passam a ter acesso a benefícios como carga tributária simplificada, com impostos unificados em uma única guia; contribuição para a previdência social e, com isso, acesso a benefícios previdenciários; registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), o que facilita a abertura de conta bancária, pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais.

Com o advento do MEI, milhões de trabalhadores, antes desamparados pela legislação, se tornaram formalizados, chegando a quase 14 milhões de Microempreendedores Individuais com registros ativos em 2023, segundo boletim do

Mapa de Empresas, elaborado no 3º quadrimestre de 2023 pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços, do Governo Federal. Por registro ativo, entende-se que a empresa está em operação e sem pendências ou irregularidades. Periodicamente, o governo atualiza o cadastro de MEIs, eliminando CNPJs inadimplentes ou inativos.

Apesar dos avanços da legislação, ainda existem entraves à formalização dos trabalhadores por conta própria, com uma grande parcela permanecendo na informalidade. Silveira e Teixeira (2011, p. 226 apud Oliveira e Forte, 2014, p. 33) indicam como fatores que desestimulam a formalização de trabalhadores por conta própria o custo de legalização, a falta de informações e a incapacidade desses trabalhadores arcarem com os impostos.

Adicionam ainda que, em determinados casos de processo de “casualização” do trabalho, isto é, a combinação entre atividades formais e informais, opta-se pela não formalização mediante o risco de perda do seguro-desemprego, visto que, ao registrar-se como MEI, o indivíduo perde direito a este benefício. Wissmann (2017) destaca ainda que, através da Lei do Microempreendedor Individual - MEI, cristalizou-se o discurso do empreendedorismo como nova ótica sobre o trabalho por conta própria. As faces deste fenômeno serão abordadas a seguir.

2.1 DO TRABALHO INFORMAL AO EMPREENDEDORISMO

Costa, Barros e Martins (2012, p. 357) argumentam que estamos vivendo a era do capitalismo empreendedor, resultado de uma alteração discursiva na qual o capitalismo de mercado deixa de ser questionado ao ganhar uma nova abordagem.

Este tópico busca conceituar o empreendedorismo e contextualizar a evolução do discurso empreendedor ao longo da história, bem como sua relação com o trabalho informal e a consolidação do capitalismo empreendedor.

2.1.1 O conceito de empreendedorismo

Apesar de não ser novo, o fenômeno do empreendedorismo tem circulado com grande relevância nas últimas décadas, seja no vocabulário popular, nas políticas públicas e na área acadêmica. A atividade aparece recorrentemente em jornais, revistas especializadas e programas de incentivo ao empreendedorismo criado por órgãos do governo, entidades do terceiro setor e empresas privadas.

Gomes (2005) aponta que, apesar disso, ainda não há um consenso sobre a origem do termo empreendedorismo. Todavia, pode-se encontrar inúmeras bibliografias que apresentam o empreendedorismo como algo fundamental para o desenvolvimento econômico.

Do advento do capitalismo aos dias de hoje, o conceito de empreendedorismo - e as características ideais do perfil empreendedor - sofreram diferentes interpretações. Ao longo da história, houve diferentes tentativas de determinar o que seria o empreendedorismo e, além disso, quais características definiriam o seu agente social: o empreendedor.

Na segunda metade do século XVIII, Richard Cantillon apresenta o empreendedor como um indivíduo em constante busca por oportunidades de negócios. Gomes (2005) ressalta a consonância entre a perspectiva de Cantillon e o ideário de pensadores liberais da época. Para Cantillon, ser empreendedor estava relacionado às atitudes do indivíduo, independente da sua posição ocupada na sociedade. Para ser empreendedor, era necessário identificar boas oportunidades de negócio e assumir riscos perante as oscilações de oferta e demanda, obtendo rendimentos a partir do reinvestimento de capital.

Costa, Barros e Martins (2018) expõem a concepção do economista liberal Jean Baptiste Say, que destacou o papel fundamental do empreendedor para o desenvolvimento econômico, que se dá através da criação de novos empreendimentos e pelo dinamismo de seus empresários. O empreendedor é o empresário, dono de empresas, com capacidade de gerir negócios, buscando a maximização de lucros. Possui a capacidade de adaptar sua produção às demandas do mercado, promovendo o equilíbrio do sistema. É, ainda, um agente de mudanças, indivíduo econômico racional que age em meio a um mundo de incertezas. Segundo

Gomes (2005), a concepção de Say (em que o empreendedor é um agente de mudanças com caráter inovador) permanece até os dias atuais.

Para Costa, Barros e Carvalho (2011), apesar da importante contribuição de Cantillon e Say para a construção do conceito de empreendedorismo, foi Joseph Schumpeter quem deu projeção ao tema, definindo o empreendedor como um agente de inovação no desenvolvimento econômico. Para o economista, o empreendedor é capaz de identificar novas oportunidades, quebrar paradigmas e impulsionar mudanças através de novos arranjos no sistema econômico, chamados “empreendimentos”, ainda que não seja necessariamente o dono do capital.

Gomes (2005) mostra que o empreendedor é definido por Schumpeter como um motor do sistema econômico, um líder com iniciativa individual, com auto-suficiência e capacidade de realização, que ousa e se dispõe a assumir riscos.

Apesar das diversas propostas de definição de empreendedorismo, Costa *et al* (2011) argumenta que, atualmente, o empreendedorismo é valorizado como a principal base para o desenvolvimento da economia e geração de emprego e renda, atraindo a atenção de governos, universidades, organizações do terceiro setor e do setor privado. Para os autores, a crença de que os empreendedores são os atuais responsáveis pela eliminação de barreiras comerciais e culturais, criando novas relações de trabalho e de emprego, leva alguns autores a afirmarem que estamos vivenciando a era do capitalismo empreendedor.

Costa *et al* (2011) argumentam que, no capitalismo atual, os sentidos atribuídos ao conceito de empreendedorismo estão intrinsecamente ligados ao paradigma do neoliberalismo, no que a noção de empreendedorismo é apresentada como o ideal de trabalho a ser alcançado, sendo nele que o trabalhador alcança uma autonomia e liberdade que não seriam possíveis na cultura do trabalho assalariado.

Ademais, os autores argumentam que o imaginário acerca do empreendedor persiste ligado ao padrão branco, masculino e heterossexual, tido como perfil para o qual são direcionadas a maioria das ações e programas de fomento ao empreendedorismo, sejam eles capacitações, programas de incubação, de aceleração ou oportunidades similares.

Contudo, este padrão não condiz com o perfil predominante quando olha-se para a periferia. Ao mapear o perfil de empreendedores na periferia paulistana, o estudo *Empreendedorismo da Periferia de São Paulo* (2020), produzido pela aceleradora de negócios Quintessa, identificou a predominância de mulheres negras, jovens adultas (de 30 a 39 anos), que comandam sozinhas negócios nascentes - com menos de dois anos de existência.

Estes negócios são em maioria formalizados, mas se encontram no chamado “vale da morte”, período em que o negócio encontra-se em operação há algum tempo, mas não fatura o suficiente para cobrir seus custos, dependendo muitas vezes de doações ou de dupla jornada de trabalho para alcançar a subsistência.

Ferreira *et al* (2023) aponta que as mulheres negras e periféricas, em virtude da sua condição de raça, gênero e classe social, encontram maiores dificuldades não apenas no mercado formal de trabalho, como também no acesso a recursos para gerenciar seus negócios, tendo limitada a sua possibilidade de empreender e alcançar a autonomia financeira.

De acordo com Jesus (2021), o conceito de periferia carrega um sentido político, econômico e social, sendo sua definição um processo de caráter complexo, visto que deve considerar diversos aspectos, dentre eles territoriais, raciais, sociais, econômicos e simbólicos. Ferreira *et al* (2023) apresenta a periferia como uma área com estrutura urbana precária, onde se instala a população que não pode pagar para ter acesso a localizações melhores, sendo, com isso, “um lugar onde os marginalizados da sociedade são predestinados a sobreviver, sem as condições mínimas de acesso aos demais cidadãos”. Para Jesus (2021), a periferia se contrapõe aos

padrões idealizados pelos modos de ser aprovados pelos movimentos culturais majoritários (Domingues, 1994), isto é, dos modos considerados válidos por quem ocupa os espaços de privilégio no meio urbano, o que inclui aspectos comportamentais, estéticos e linguísticos (Jesus, 2021, p. 59)

Segundo D'Andrea (2020), a periferia é um conceito complexo e dinâmico, sujeito de disputas ideológicas e transformações ao longo do tempo. O autor delinea duas dimensões históricas para compreendê-la: uma quantitativa e outra qualitativa. Na abordagem quantitativa, a periferia é definida de forma objetiva, com base em elementos geográficos (distância em relação ao centro) e socioeconômicos (pobreza e precariedade), refletindo processos de segregação socioespacial. Aqui, o território periferia é contrastado com o território centro, delimitado por critérios arbitrários e mensuráveis que definem “quem está dentro e quem está fora”. Assim, pensar uma definição quantitativa de periferia implica pensar sobre qual centro essa periferia se contrapõe, levando em consideração que os limites da periferia podem variar conforme esses fatores se modificam ao longo do tempo.

Por outro lado, a dimensão qualitativa se relaciona historicamente a um processo de positivação da periferia, impulsionado pelos seus moradores. Se, até a década de 1980, a periferia era estigmatizada como território de pobreza, marginalidade e exclusão, com seus moradores preferindo se identificar por outras categorias como povo ou classe trabalhadora, a partir de 1990 o termo periferia ganha visibilidade sob um olhar positivado, iniciando um processo de ressignificação no qual os moradores buscavam estabelecer uma narrativa própria. Nela a periferia deixou de ser apenas um território sociogeográfico, para se tornar uma categoria política e cultural, emergindo como um espaço de denúncia e resistência contra o neoliberalismo e suas políticas de exclusão, também buscando pacificar esses territórios:

Se a geração das sujeitas e dos sujeitos populares das décadas de 1970 e 1980 tinha dificuldades de utilizar o termo periferia, dada a conotação estigmatizante que possuía, a geração forjada na década de 1990 a partir de lutas contra o neoliberalismo se utilizou da arte e da cultura para reivindicar politicamente as periferias urbanas. Muito mais que locais reduzidos a violência, pobreza e estigmas, essa geração passa a reivindicar as periferias urbanas como locais de solidariedade, organização política, cultura e potência. (D'Andrea, 2023, p. 243).

Este sentido tinha maior capacidade de aceitação por grande parte da população, que mesmo tendo diferenças internas, se unificava através de uma consciência periférica, expressa pela compreensão do pertencimento local e do território periferia como espaço de cultura, solidariedade e potência.

Com isso, a periferia se transforma, segundo D'Andrea (2020), em categoria de representação, com os componentes racial e urbano ganhando relevo. Apesar da multiplicidade de significados, as lutas políticas pela legitimidade da classificação periférica persistem, assim como os estigmas sociais associados a ela. A periferia continua sendo um campo de disputas simbólicas e ideológicas, que espelham as contradições e desigualdades das sociedades contemporâneas.

2.1.2 A transformação do trabalho informal em empreendedorismo

A partir da política do MEI, em que parte da massa de trabalhadores informais passa a ser formalizada, ocorre o que Leite e Gomes (2019) definem como “transmutação do trabalho informal em empreendedorismo”, na qual o objetivo do Estado era garantir que parte da população tivesse acesso a políticas de proteção social como a aposentadoria, além de fomentar a inclusão produtiva da massa de trabalhadores até então informais e alheios à inclusão cidadã. Para os autores, a formalização do trabalhador por conta própria como Microempreendedor Individual gerou uma mudança de concepção sobre este sujeito, que deixa de ser um trabalhador autônomo e passa a ser reconhecido como um empreendedor. Esta mudança vai além de uma mera transmutação conceitual, visto que traz significativas consequências políticas e sociais, dando aos trabalhadores até então informais o status de cidadãos de direito:

Trata-se de integrar esse mundo de reconhecimento e cidadania do qual se manteve alijado durante toda a sua vida profissional na condição de trabalhador informal. Remete mais a seu valor simbólico e só secundariamente à perspectiva de benefícios no âmbito do mercado de trabalho. (Rosenfield, 2015, p. 121)

Leite e Gomes (2019) mostram que, enquanto a informalidade tem um valor negativo e é tida como um problema a ser superado no campo da precariedade, a requalificação dela enquanto empreendedorismo traz uma roupagem positiva, apresentada aos trabalhadores como uma oportunidade de prosperar economicamente e integrar a cidade como cidadãos portadores de direitos, e não mais trabalhadores em situação ocupacional precária e desprotegida.

Oliveira, Moita e Aquino (2016), ao estabelecerem as possíveis relações entre empreendedorismo e trabalho precarizado, descrevem o empreendedorismo como um novo mecanismo de exploração do trabalho, ainda mais precarizado e respaldado pelo discurso da flexibilização, do sucesso individual e da independência financeira. Neste contexto, o espírito empreendedor é, portanto, uma estratégia do capital para se adaptar a uma crise social cada vez mais agravada.

Enquanto se difunde pelo Brasil uma perspectiva do empreendedor como “o herói provedor do desenvolvimento” (Oliveira, Moita e Aquino, 2016, p. 210), responsável individual pelo sucesso do seu negócio, ao olhar-se para o fenômeno com maior subjetividade, vê-se na verdade trabalho informal e precarizado. Leite e Gomes (2019) apontam que, no processo de transmutação do trabalho informal em empreendedorismo, naturaliza-se o discurso do trabalhador como entidade econômica autônoma, em que o eu empreendedor é responsável pela autogestão da sua carreira, por viabilizar sua subsistência se enxergando, inclusive, como um negócio.

Neste contexto, o empreendedorismo é uma “ideologia do novo espírito do capitalismo contemporâneo, dirigindo, justificando e legitimando o comprometimento dos indivíduos com o sistema.” (Boltanski e Chiapello, 2009 apud Costa et al 2011, p. 183). Como afirmam Leite e Gomes (2019, p.25)

[...] a informalidade, característica das formações sociais de capitalismo periférico [...] deixou de ser vista como uma ausência a ser superada, transformando-se em um dado intransponível e positivo da realidade. O trabalho informal passou de uma condição represada e passível de transformação para se tornar o principal aspecto das novas relações de trabalho, com uma conotação de adesão e justificativa aos processos em

curso. Assim, legítima mais do que analisa o novo cenário social, simbólico e econômico da reprodução do trabalho. (Leite e Gomes, 2019, p. 25)

Dessa forma, a informalidade deixa de ter uma conotação negativa, associada à precariedade e flexibilidade, sendo agora positivada sob a forma de empreendedorismo, “como algo que lhes permitiria prosperar economicamente e finalmente integrar a cidade como cidadãos detentores de direitos” (Leite e Gomes, 2019, p. 33).

Costa, Barros e Carvalho (2011) argumentam que este processo de valorização do empreendedor e do empreendedorismo privilegia um modelo de desenvolvimento econômico e social pautado pelo capitalismo de mercado, que passa a ser considerado como modelo natural e ideal:

A partir dessa ótica, para que uma sociedade possa potencializar todos os supostos benefícios provenientes de um mercado livre capitalista, necessita do espírito empreendedor gerador de inovação e de riquezas. (Costa, Barros e Carvalho, 2011, p. 183).

Leite e Gomes (2019) argumentam que, neste modelo de desenvolvimento, territórios até então “à margem” passam a ser tidos como oportunidades de se transformarem em “territórios de negócio”, contando com o Estado e outras organizações - ONGs, Igrejas e empresas - como atores na “produção de indivíduos para o mercado”. Com isso, configura-se a periferia como terreno marcado por valores contraditórios, onde a lógica econômica do mercado e a lógica da economia solidária formam uma pluralidade de processos econômicos, que se complementam em graus diversos.

Diniz (2019) aponta que a economia brasileira, bem como outras economias latino-americanas, pode ser considerada uma economia mista sob a dominância capitalista, caracterizada por outras lógicas, princípios ou processos econômicos, além da economia empresarial orientada para o lucro.

Dentre estas lógicas há a economia popular solidária, na qual prevalecem princípios de cooperação, solidariedade, ação coletiva e ajuda mútua, “cuja racionalidade se orienta para o trabalho e não para o capital” (Diniz, 2019).

Segundo Diniz, Tonucci (2023) a economia popular, com seu componente de solidariedade, tem sido um elemento estrutural integrado às redes de produção e articulação internacional desde os tempos da sociedade colonial. Contudo, seu papel passou por transformações significativas nas últimas décadas, em resposta às mudanças no mundo da produção e do trabalho, tornando-se um componente da precarização do trabalho e do desenvolvimento da economia informal.

Na economia popular e solidária, a produção é pautada em outros objetivos que não o lucro, bem como em outras relações com o trabalho, sendo, conforme aponta Singer (2001), a solidariedade “a arma dos desprovidos de capital”. Segundo o autor, é a posse de capital - financeiro, social e cultural - que permite, em princípio, entrar em situações de competição por posições de poder, seja este empresarial, financeiro, político ou semelhante. Por isto há menos competição entre a população empobrecida (desprovida de posses e capital), sendo a solidariedade e o “repartir” um comportamento predominante:

A vida do pobre está muito sujeita ao acaso; ela é frágil porque os pobres carecem também dos seguros que dão aos não-pobres confiança em si e esperança no futuro. O pobre não tem patrimônio familiar para herdar, [...] sequer tem, muitas vezes, inscrição no seguro social obrigatório (que no Brasil constitui a fronteira entre o trabalho formal e o informal). Por isso, a solidariedade entre os pobres substitui os seguros faltantes. As pessoas se ajudam mutuamente, porque se hoje tenho condições de dar, é provável que amanhã vou precisar que alguém me dê. A solidariedade entre os pobres não é calculista, nem sempre ela é motivada por avaliações realistas [...] Entre os pobres, a cultura da solidariedade se desenvolve ‘naturalmente’. (Singer, 2001, p. 105)

Assim, a economia solidária surge como potencialidade, sendo uma reação às carências do Estado, evidenciando as redes de solidariedade existentes no cotidiano das pessoas e substituindo, em alguma medida, a ausência de capital.

Como mostram Mick, Nogueira (2023) as relações de solidariedade entre pessoas empobrecidas no Brasil são desenvolvidas desde o fim do século XIX,

quando a ausência de empregos assalariados para pessoas pobre e livres, além de ex-escravos após a abolição, fomentou o desenvolvimento de “relações sociais compensatórias, de solidariedade e apoio mútuo, envolvendo compartilhamento de recursos sempre escassos (inclusive, de força de trabalho) para atividades produtivas”.

Segundo os autores, com o desenvolvimento econômico e maior distribuição de renda entre 2004 e 2014, as periferias deixaram de ser vistas apenas como áreas de pobreza para serem reconhecidas como locais de circulação de dinheiro. Contudo, no território da periferia a economia é marcada por valores contraditórios. De um lado, a força da razão neoliberal, impulsionada por organizações e empresas que passaram a ver a periferia como um território de negócios, e por lideranças comunitárias, somadas à juventude, que recorrem ao conceito de empreendedorismo (em seu sentido comum, coerente com a razão neoliberal) com o interesse de desenvolver a economia local.

Por outro lado, uma economia sensível às necessidades comunitárias, onde prevalece a cooperação em vez da concorrência, com laços fortes de reciprocidade e afetividade, fundamentais à sobrevivência dos negócios e criados como meio de enfrentamento às discriminações e necessidades, demarcando assim diferenças entre empreender no asfalto e na comunidade.

Assim, embora existam críticas às implicações de incorporar os trabalhadores informais à categoria de “empreendedores, Mick, Nogueira (2023) mostram que há uma reação positiva à formalização do trabalho por conta própria como empreendedorismo, visto que a identidade empreendedora favorece uma visibilidade social que aumenta o status e autoestima de uma população até então ignorada:

Chamemos ou não de “empreendedorismo” as atividades produtivas dos pobres, elas continuarão por longo tempo a compor a economia desigual do Brasil (como o fazem desde o século XIX). O elemento novo é que, com a chegada do “empreendedor” à periferia, atividades econômicas populares que eram até então ignoradas como relevantes – econômica, política ou socialmente – passam a compor o debate público e têm a chance de apresentar uma agenda de reivindicações ao Estado, ao mercado e à sociedade civil. Que elas

tenham de admitir (conscientemente ou não) o vínculo entre empreendedorismo e neoliberalismo por algum tempo é um mal menor: a alternativa, até então, era a de permanecer inteiramente ignoradas (Mick, Nogueira, 2023, p. 171)

Com a adoção dessa identidade, o morador da periferia ganha mais protagonismo, quando “o homem do asfalto, milionário, para de enxergar o favelado como cobrador ou mão de obra barata, mas como a outra ponta de uma relação sustentável.”

Neste sentido, a autoafirmação como empreendedor representa uma estratégia para o alcance de um futuro mais autônomo, associado à conquista de uma vida digna e um caminho para superar dificuldades e privações.

2.2 QUALIFICAÇÃO EMPREENDEDORA

Segundo Grimm & Paffhausen (2014, apud Campanha *et al.*, 2017, p. 585) o acesso à políticas de crédito e financiamento, bem como à formação para empreendedores, são eixos fundamentais às políticas de fomento ao empreendedorismo.

A falta de capital inicial é, segundo os autores, um dos principais obstáculos à criação ou crescimento de micro e pequenas empresas. Por isso faz-se necessário o apoio financeiro através de diversas modalidades, como os empréstimos, acompanhados de uma formação adequada em empreendedorismo, para que, dentre diferentes razões, o capital disponível seja aplicado de forma que, de fato, promova o aperfeiçoamento dessas empresas.

Assim, a educação desempenha um papel fundamental para o aprimoramento de micro e pequenas empresas, sendo crucial para aquisição de conhecimentos e desenvolvimento de habilidades necessárias para que esses empreendedores possam prosperar em um mercado altamente competitivo.

O Estado tem papel crucial nessa esfera, promovendo a articulação de programas de formação empresarial, como programas de informação, capacitação e consultorias, que podem ser ligados a universidades, incubadoras, parques tecnológicos ou câmeras de comércio, formalizando parcerias e apoiando essas iniciativas (Campanha et al, 2017).

O conhecimento é conceituado por Stehr (2000) como um pacote de competências socialmente reconhecidas, que produz diferentes benefícios sociais para os indivíduos que são capazes de mobilizar seus recursos em situações apropriadas. No contexto dos negócios, esse pacote de competências é tido:

[...] como um corpo de conhecimento, área ou habilidade, qualidades pessoais ou características, atitudes ou visões, motivações ou direcionamentos que, de diferentes formas, podem contribuir para o pensamento ou a ação efetiva do negócio (SNELL e LAU, 1994) e que permite a um indivíduo imprimir ações, estratégias e sua visão na criação de valor, tangível e intangível, para a sociedade (ANTONELLO, 2005). (Zampier, Takahashi, 2011)

Essas competências são adquiridas e desenvolvidas através de um processo social contínuo de aprendizagem individual, que se dá através de experiências próprias e de outros, por meio da repetição e experimentação, adquirem-se competências que permitem ao indivíduo “reconhecer e agir nas oportunidades, interagindo socialmente para iniciar, organizar e administrar novos empreendimentos” (Rae, 2005 apud Zampier, Takahashi, 2011). Assim, pode-se adquirir conhecimentos e desenvolver competências essenciais para que o trabalhador autônomo ou empreendedor seja capaz de agir diante dos desafios e oportunidades, tendo maior eficácia na criação e gestão de novos negócios.

Quando esse conhecimento não pode ser acessado de forma igualitária, tem-se uma forma de estratificação social, pois, na sociedade do conhecimento, este assume posição como uma nova dimensão da desigualdade social (STEHR, 2000), desigualdade esta que afeta sobretudo mulheres negras no Brasil.

Este segundo capítulo caracterizou a informalidade como um fenômeno multifacetado, influenciado por aspectos históricos, econômicos e sociais e com impactos distintos sobre os trabalhadores, sendo maiores quando interseccionados os recortes de gênero, raça e classe. A partir da política do MEI, cristalizou-se o discurso do empreendedorismo como nova ótica sobre o trabalho por conta própria, mudando a percepção da periferia de “território marginalizado” para “território de negócios”. Apresentados os conflitos de se conceituar o trabalho informal enquanto empreendedorismo, foi abordada a importância de programas de capacitação para trabalhadores por conta própria, que não encontram o mesmo acesso a oportunidades disponíveis para empreendedores do asfalto.

O programa Chamada de Impacto Monte Serrat surgiu com o objetivo de capacitar empreendedores da comunidade de mesmo nome, em meio aos desafios agravados pela pandemia da Covid-19. O programa e o território em que foi realizado, bem como as organizações envolvidas serão caracterizados no capítulo a seguir.

3 O CONTEXTO E O PROGRAMA

Este capítulo tem como objetivo introduzir o programa "Chamada de Impacto", que se configura como estudo de caso nesta pesquisa. Além disso, ele examina os participantes, a localidade e as instituições envolvidas na edição realizada na comunidade Monte Serrat, sendo elas: o SEBRAE, o Impact Hub e o Instituto Pe. Wilson Groh (IVG).

3.1 O MACIÇO DO MORRO DA CRUZ E O MONTE SERRAT

Para compreender os impactos do programa Chamada de Impacto - Monte Serrat, faz-se necessário contextualizar o espaço geográfico, político e social no qual ele foi realizado.

Na região central de Florianópolis encontra-se o Maciço do Morro da Cruz, uma área com 285 metros de altura, quase 5 quilômetros de extensão e população formada por pouco menos de 30 mil pessoas, em dezessete comunidades interligadas. Apesar de localizada em área geograficamente central, o Maciço é considerado uma área periférica, em razão, sobretudo, dos desafios socioeconômicos enfrentados pela sua população.

Dentre as dezessete comunidades que formam o Maciço (interligadas por meio do Fórum das Comunidades do Maciço do Morro da Cruz – FMMC, criado em 1999 com o objetivo de enfrentar conjuntamente dificuldades e fortalecer reivindicações), está a comunidade do Monte Serrat, a mais tradicional e extensa, com uma população de aproximadamente 5 mil pessoas.

Figura - Desenho esquemático, sem escala, indicando a posição do Monte Serrat com relação ao Centro, bairros e as comunidades vizinhas circunscritas no Morro da Cruz.



Fonte: Ruchaud (2018)

Segundo Ruchaud (2019), a ocupação do Maciço do Morro da Cruz remonta ao início dos anos 1920, como consequência das reformas higienistas que obrigaram a população pobre que vivia na região central da cidade, às margens do Rio da Bulha, hoje chamada Avenida Hercílio Luz, a migrarem para territórios vagos:

Essas populações, predominantemente negras, descendentes de pessoas escravizadas, e que trabalhavam atendendo às populações mais abastadas da cidade como comerciantes ou lavadeiras, distribuíram-se como podiam, ocupando outros territórios então vagos. A preexistência de caminhos no Morro da Cruz, assim, configurou-se como um convite a um dos eixos de ocupação do Maciço. (RUCHAUD, 2019).

Ruchaud (2019) explicita que uma das áreas ocupadas por essas populações foi o entorno de um reservatório de água, inaugurado em 1910 para abastecer parte

da região central da cidade, que trouxe uma importância espacial e identitária, exercendo papel central na organização territorial da comunidade. Isso fez com que a localidade fosse nomeada como Morro da Caixa, nome pelo qual o Monte Serrat ainda é conhecido por muitos.

Já o nome Monte Serrat tem origem na conhecida igreja da comunidade, a Igreja de N. Sr^a do Montserrat, cuja construção é de 1980 e que até hoje é uma importante entidade na mediação da comunidade com outros espaços da cidade. Se inclui nas esferas social e política, sendo espaço de realização, por exemplo, de reuniões entre membros da comunidade ou da comunidade com representantes do Estado.

Para além da sua configuração espacial, Ruchaud (2019) mostra que a comunidade do Monte Serrat é marcada por histórias de luta e superação, baseadas na solidariedade e autonomia entre as famílias locais, demonstrando suas conquistas coletivas. Maia (2018) aponta que os moradores do Monte Serrat não se consideram uma favela, preferindo a adoção do termo comunidade:

As estruturas organizativas do Morro da Caixa/Monte Serrat, que através dos processos interativos recriam seus espaços de convivência e estabelecem relações de solidariedade, são as razões para designar o local como comunidade, afirmou o padre Vilson Groh, que reside no local desde 1983: “há espaços de interação, que também criam discussões de associação, de entreatajuda, de explicitação da solidariedade.” (Maia, 2018, p. 133).

Maia (2018) aponta que, dada a dificuldade de diálogo da comunidade com a prefeitura, e ausência ou morosidade na entrega de serviços públicos básicos, como saneamento, infraestrutura e transporte, parte das demandas da comunidade foram atendidas através da articulação dos próprios moradores. Essa articulação se deu, por exemplo, por meio de mutirões que se configuraram como vetores de integração e eventos sociais, que contribuíram para a construção da noção de coletividade.

Embora parte dessas conquistas tenham sido implementadas pelo governo, são resultados de um longo processo de reivindicações da comunidade, muitas

vezes na figura de organizações locais como o Conselho Comunitário e a escola de samba Copa Lord. Essas conquistas foram movimentos importantes na construção identitária da comunidade, que se contrapõe às narrativas oficiais da cidade “afirmando a existência e a importância desse e de outros grupos que habitam suas periferias” ((Machado, 1999; Araújo, 2006 apud Ruchaud, 2018).

3.2 SEBRAE

O SEBRAE desempenha um significativo papel nas políticas de fomento ao empreendedorismo no Brasil. Para compreender este papel retornaremos, em um primeiro momento, à sua trajetória de criação e expansão ao longo das últimas décadas.

Tavares (2014) aponta que na década de 1970, período caracterizado como Milagre Econômico, o governo brasileiro experimentava um contexto de crescimento e desenvolvimento de novos negócios, sobretudo no setor industrial. Neste período, o governo passou a disponibilizar linhas de crédito para pequenas empresas, através do BNDE (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico), com o objetivo de “atender às necessidades do mercado de crédito e desenvolvimento da industrialização no Brasil” (Melo, 2008), visto que

Existia assim, uma preocupação com o despreparo do empresário brasileiro na administração de seus negócios. Na década de 1970, no contexto de reestruturação produtiva, eram centrais os instrumentos de crédito e a assistência técnica, mas considerando a extensão do país, existia a necessidade de organizar o crescimento econômico e social. (TAVARES, 2014)

Segundo Tavares (2014) em 1971, o BNDE levou ao governo federal a proposta de criação do CEBRAE (Centro Brasileiro de Apoio Gerencial às Pequenas e Médias Empresas), na forma de sociedade civil sem fins lucrativos, vinculada à esfera federal. O objetivo, segundo a autora, era que o CEBRAE configurasse como instrumento de apoio ao crescimento de pequenas empresas, capacitando o empresariado e reduzindo o nível de mortalidade de empresas na época. O resultado esperado era que esse empresariado evoluísse de pequenas para médias

empresas, ampliando sua contribuição na economia brasileira. Na prática, o papel do CEBRAE seria prestar apoio às empresas que buscavam financiamento dos bancos de desenvolvimento, por meio de assistência técnica e financeira, bem como treinamentos para executivos e quadro de colaboradores.

Como mostra Melo (2008), sob o governo Geisel (1975-1979), o apoio às pequenas e médias empresas foi formalmente incorporado aos planos governamentais, transformando o CEBRAE em um órgão executor nacional. O CEBRAE passa, assim, por um processo de consolidação e ampliação da oferta de serviços para todos os estados brasileiros e apoiando não mais apenas o setor industrial, mas também pequenas e médias empresas de outros setores, como comércio, exportação e agricultura.

A descentralização foi um elemento crucial para a consolidação do SEBRAE, proporcionando uma adaptação mais efetiva de suas ações para as especificidades de cada estado. Essa abordagem descentralizada contribuiu para oferecer suporte mais direcionado e efetivo aos pequenos e médios empresários, fortalecendo sua presença e eficácia em todo o país.

Ao longo da década de 1980, o CEBRAE entrou em crise em razão de cortes orçamentários durante o governo de José Sarney (1985 - 1990). Ao mesmo tempo, parte do quadro funcional questionava a forte subordinação do CEBRAE ao governo federal e estadual. Em resposta a esses desafios, o CEBRAE passou por uma reorientação, deixando de ser apenas um órgão vinculado ao governo e assumindo o papel de representação de classe e instrumento de defesa dos interesses das pequenas e médias empresas, se consolidando como um agente mais independente e focado no apoio aos segmentos de pequeno e médio porte da economia.

Sob o risco de extinção, em 1990 o CEBRAE passa por grandes mudanças, como mostra Tavares (2014), dentre elas: a troca de nome para SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas); a sua desvinculação do governo federal, passando a ser uma instituição privada sem fins lucrativos e de utilidade pública, mantida por repasses das maiores empresas do país; e sua integração ao Sistema S, junto a outras entidades como SENAI, SENAC, SESI e SESC.

Neste período, o SEBRAE amplia e diversifica seus serviços, passando a desenvolver programas de capacitação e treinamento para empreendedores, se consolidando como principal entidade de fomento ao empreendedorismo e disseminação do discurso empreendedor no país.

Atualmente, o SEBRAE oferece ações de capacitação individuais e coletivas através de unidades em todo o país. Dentre seus serviços estão palestras, cursos presenciais e online, consultorias e estudos que apoiem pequenos e médios empreendedores em todas as regiões.

O conceito de empreendedorismo difundido pelo SEBRAE, como mostra Tavares (2014), identifica-o como um movimento responsável por desencadear comportamentos, atitudes e valores que conduzem à inovação, mudança e geração de riqueza, com resultados transformadores nas condições sociais e políticas.

Para o SEBRAE, o empreendedorismo seria uma forma de “ressocializar os excluídos do mundo empresarial e do emprego formal” (Melo, 2008), sendo a abertura de negócios próprios a solução para melhoria das duras condições de vida do trabalhador informal.

Ao mesmo tempo em que o discurso do SEBRAE incentiva a criação de novos empreendimentos e a sustentabilidade dos negócios já existentes, ressalta que o empreendedorismo parte da iniciativa individual, onde cabe ao empreendedor a disposição para assumir responsabilidade por suas condições materiais de existência.

Dentro desta conceituação apresentada por Melo (2008), o empreendedor é um empresário bem sucedido ou que possui características e qualidades especiais, que podem ser desenvolvidas dentro de determinadas competências, como por exemplo, criatividade, persistência, capacidade de realização e de contornar obstáculos, autoconfiança, motivação e iniciativa.

3.3 INSTITUTO PE. VILSON GROH (IVG)

O Instituto Pe. Vilson Groh (IVG) é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 2011 pelo Pe. Vilson Groh, que possui mais de 45 anos de atuação social na capital catarinense.

A história do Instituto é um desdobramento da atuação do Pe. Vilson, que iniciou seu trabalho com comunidades empobrecidas de Florianópolis entre 1978 e 1979, inspirado por um desejo pessoal e social, visto que na época a Igreja buscava uma presença maior em discussões de cunho social e acolhimento de grupos marginalizados, como os presos políticos de um período ditatorial.

Pe. Vilson defendia a importância de uma abordagem público-privada na construção de uma cidade mais justa, isto é, a partir de uma perspectiva do interesse público não como função apenas do Estado, mas como função do bem comum e como direito e dever de todos.

É nesta abordagem que nasceu o Instituto, concretizando-se como uma rede de oito organizações - a Rede IVG - que, por meio de parcerias e ações coletivas, busca garantia de direitos e empoderamento para as comunidades empobrecidas de Florianópolis.

3.4 IMPACT HUB

A Impact Hub se define como uma “rede global de impacto” cuja missão é desenvolver soluções e negócios, através de espaços relacionais (coworking, eventos e comunidade) e programas que gerem impacto positivo na sociedade, contribuindo para o desenvolvimento da economia local e global. Criada em Londres por um grupo de estudantes do United World Colleges (UWC) - uma organização educacional internacional, com escolas de ensino médio localizadas em diversos países - o Impact Hub está presente em mais de 100 cidades ao redor do mundo, operado de forma descentralizada por uma rede de franquias e parcerias locais. No Brasil existem oito unidades (chamadas Hubs Locais), nas cidades de Florianópolis, Brasília, Curitiba, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, São Paulo, Manaus e Vitória.

Em Florianópolis/SC, a Impact Hub possui três unidades de coworking, onde são realizadas reuniões e eventos, além de projetos e programas de educação empreendedora, em parceria com grandes organizações e empresas do mercado.

Cita-se aqui dois projetos de destaque, geridos pela Impact Hub e desenvolvidos através de uma metodologia própria: Salto Aceleradora e Chamada de Impacto. A Salto Aceleradora é um programa focado em impulsionar o crescimento de Microempreendedores Individuais (MEIs) pelo Brasil, combinando elementos do mundo das incubadoras e aceleradoras de negócios, através de workshops, oficinas e mentorias. Propõe o autodesenvolvimento do empreendedor, o desenvolvimento do modelo de negócio da empresa e ações focadas para o crescimento do negócio. Com turmas realizadas entre 2017 e 2021, já foram mais de 2 mil microempreendedores acelerados, dos quais 55% tiveram aumento no faturamento durante e após o programa, segundo dados disponíveis no *site* oficial do Programa.

O programa Chamada de Impacto surgiu em 2018, com o objetivo de atrair mais negócios e projetos sociais para a rede do Impact Hub. Entre 2018 e 2019, foram realizadas duas edições, focadas em empreendedores de perfis variados, que selecionaram ao todo 29 iniciativas. Em 2020 foi realizada a terceira edição, em parceria com o IVG e SEBRAE/SC, tendo como público-alvo os empreendedores do Monte Serrat e "com o objetivo principal de geração de empregos e renda para comunidades periféricas por meio do empreendedorismo" (IMPACT HUB, IVG, SEBRAE, 2020). Para esta edição, a metodologia que já havia sido aplicada em 2018 e 2019 foi adaptada para a realidade da periferia, nos quesitos linguagem e conteúdo.

3.5 A CHAMADA DE IMPACTO MONTE SERRAT

A Chamada de Impacto Monte Serrat faz parte do Programa de Economia Criativa conduzido pelo Instituto Vilson Groh, mas que conta com o apoio de diversos voluntários e parceiros, como o SEBRAE. O programa tem o objetivo de desenvolver a economia criativa na comunidade do Monte Serrat, através de

capacitação de empreendedores e fomento à geração de empregos e economia local.

Além da Chamada de Impacto, também faz parte do Programa o projeto de Turismo de Base Comunitária no Monte Serrat, com o objetivo de aumentar o reconhecimento e a geração de renda na comunidade através do turismo, capacitando os moradores para que possam receber, acolher e conduzir os visitantes, promovendo a história e cultura da região. A escolha do Monte Serrat para este projeto se deu como continuidade a iniciativas de geração de renda que já vinham sendo realizadas por Sebrae e IVG na comunidade desde 2019, como o curso de Administração para Pequenos Negócios e a Chamada de Impacto.

3.6 METODOLOGIA

O presente trabalho consiste em um estudo de caso exploratório, com abordagem qualitativa. As técnicas de pesquisa empregadas são a revisão bibliográfica, a pesquisa documental e entrevistas semi-estruturadas.

Martins (2008) caracteriza a pesquisa qualitativa como a descrição, compreensão e interpretação de fatos e fenômenos. Para o autor, o estudo de caso é um tipo de estudo qualitativo empregado para analisar profundamente um fenômeno dentro do seu contexto social, permitindo ao pesquisador “um mergulho” no objeto delimitado, que possibilita uma profunda compreensão da realidade social, não conseguida plenamente pela avaliação quantitativa.

Para Piovesan e Temporini (1995), no estudo exploratório o pesquisador tem o objetivo de se familiarizar com o fenômeno investigado, buscando um entendimento preciso e aprofundando sobre o problema de pesquisa, utilizando-se de uma variedade de técnicas e, em geral, formulando e testando hipóteses a partir de uma amostra pequena.

Segundo Silva *et al* (2009), a pesquisa documental consiste em uma técnica em que, por meio do estudo de documentos, é possível investigar determinada problemática de forma indireta e, a partir do ponto de vista de quem os produziu, apreender seu modo de ser, viver e compreender um fato social. Neste estudo, a

pesquisa documental centrou-se no Relatório de Impacto do Programa Chamada de Impacto Monte Serrat, além de reportagens sobre o projeto, divulgado em jornais eletrônicos e levantado através da ferramenta de pesquisa Google. Com esta análise de documentos, buscou-se caracterizar o programa, enriquecendo as informações sobre sua estrutura e objetivos, perfil dos participantes e resultados.

De acordo com Guazi (2021), as entrevistas consistem em uma técnica de coleta de dados que permite a investigação do comportamento e da subjetividade humana. Por meio delas, o pesquisador “apreende o que os sujeitos pensam, sabem, representam, fazem e argumentam” (Severino, 2016, p. 133 apud Castro e Oliveira, 2022, p. 34)

As entrevistas semi estruturadas são uma modalidade da técnica de entrevista, na qual, aponta Guazi (2021), faz-se uso de um conjunto de perguntas abertas pré-determinadas, porém com um certo grau de flexibilidade para que outras questões possam emergir ao longo do relato do entrevistado.

Nesta pesquisa, as entrevistas semi-estruturadas foram realizadas junto a dois grupos: primeiro, com os criadores de negócios na periferia, participantes do Chamada de Impacto, para compreender a percepção que têm sobre a sua experiência no programa. Nas entrevistas com os participantes, buscou-se identificar os desafios que os levaram a procurar por um programa de capacitação, o impacto que o programa exerceu no seu negócio e na sua autopercepção e autoestima, além de sua percepção sobre a presença ou ausência dos recortes sociais e de racionalidade neoliberal entre os temas trabalhados nas atividades do programa.

No segundo grupo, foram entrevistadas pessoas das organizações envolvidas no projeto, que atuaram em ao menos uma das etapas da Chamada de Impacto, entre o planejamento e a execução do Programa. Nestas entrevistas, buscou-se identificar a percepção da organização do Programa em relação aos participantes, em critérios como desafios, motivação para interesse no programa, experiência e impactos percebidos.

Os dados coletados foram organizados e sistematizados, posteriormente analisados com vista a se alcançar os objetivos geral e específicos da pesquisa.

Foram desenvolvidos dois roteiros de entrevista, um a ser aplicado com participantes e outro com os organizadores do Programa.

Para descrição e análise dos resultados, as entrevistas foram enumeradas em dois grupos. No primeiro, foram realizadas entrevistas com as organizações envolvidas na realização do Programa, sendo o SEBRAE/SC, representado pelo gerente regional do SEBRAE/SC, denominado (D1) e pela representante do SEBRAE/SC na execução do Programa (D2), e com representante do IVG no Programa (D3). No segundo grupo, foram entrevistados participantes do Programa, denominados E1, E2, E3, E4 e E5, de acordo com a ordem cronológica em que foram realizadas.

Os respondentes identificados como D1 e D2 fazem parte da mesma organização e foram entrevistados de forma conjunta, a partir de iniciativa deles.

As entrevistas foram realizadas por vídeo-chamadas, gravadas e posteriormente transcritas. Após esse processo, os dados foram analisados, buscando a identificação de similaridades nas respostas.

Para a construção dos roteiros (anexos 1 e 2), utilizou-se como elementos norteadores os objetivos específicos definidos para a pesquisa. Cada objetivo específico foi explorado através de tópicos de investigação. No caso dos participantes, os tópicos foram focados na compreensão das seguintes categorias: trajetória pessoal e profissional; motivação para empreender e participar do programa de capacitação; autoestima e autoimagem; impacto da racionalidade neoliberal sobre a dinâmica do programa, mensurada através da percepção de concorrência entre os participantes.

O roteiro de abordagem com as entidades organizadoras do Programa foi centrado na percepção sobre os participantes - antes, durante e após o Programa - e o impacto da racionalidade neoliberal sobre a dinâmica da Chamada de Impacto, também mensurada pela percepção de concorrência entre os participantes.

3.6.1 OBJETIVOS

O objetivo geral da pesquisa é compreender a experiência de criadores de negócios da periferia no programa de capacitação Chamada de Impacto, realizado na comunidade Monte Serrat, em Florianópolis/SC.

Como objetivos específicos, busca-se compreender os desafios que levam criadores de negócios na periferia a buscarem programas de capacitação como o Chamada de Impacto, incluindo desafios gerados por sua condição de gênero, raça e origem periférica; compreender a percepção dos organizadores do programa acerca da experiência dos participantes, advindos da periferia; e compreender a percepção dos participantes do programa acerca dos impactos ocorridos durante e após a participação no programa de capacitação, tanto em seus negócios quanto na sua autoimagem e autoestima. Além disso, também propõe-se compreender de que forma a razão neoliberal, cuja racionalidade orienta muitos dos programas de capacitação em empreendedorismo, se fez presente na Chamada de Impacto.

3.6.2 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Os resultados deste estudo foram levantados a partir de sete entrevistas, com organizadores e participantes do Programa Chamada de Impacto Monte Serrat.

O estudo realizado apresentou limitações quanto à amostra entrevistada, visto que dos 30 participantes do Programa, somente cinco aceitaram participar da pesquisa. Consequentemente, não é possível estender os resultados obtidos para todo o conjunto de participantes da Chamada de Impacto.

Outra limitação encontrada foi o levantamento de percepções de todas as três organizações envolvidas, visto que não se obteve retorno do Impact Hub Floripa, responsável pelo desenvolvimento da metodologia do Programa. Isto por conta da saída de colaboradora responsável por executar e acompanhar a edição da Chamada de Impacto no Monte Serrat, que na época das entrevistas já não fazia mais parte do quadro de colaboradores do Impact Hub e não retornou ao contato.

Por fim, uma terceira limitação diz respeito à análise da experiência dos participantes de acordo com os diferentes critérios de raça e gênero. Estimava-se entrevistar ao menos duas pessoas de cada um dos seguintes perfis: mulheres

negras, mulheres brancas, homens negros e homens brancos. Contudo, visto que poucos participantes retomaram contato e aceitaram participar do estudo, não foi possível entrevistar participantes dentro de todos os perfis definidos, na quantidade esperada e, assim, estabelecer análise comparativa entre eles.

Este capítulo apresentou a Chamada de Impacto Monte Serrat enquanto estudo de caso, caracterizando o contexto de sua criação, o território em que foi realizado e a estrutura do Programa, de forma geral. A seguir, serão apresentados os resultados da pesquisa, levantados a partir da metodologia apresentada.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Este capítulo apresenta os dados colhidos por meio de entrevistas com organizadores e participantes da Chamada de Impacto Monte Serrat, bem como por materiais sobre o Projeto disponibilizados online. Também será apresentada a análise dos resultados levantados.

4.1 RESULTADOS DA PESQUISA COM OS ORGANIZADORES DO PROJETO

Para compreender a percepção dos organizadores da Chamada de Impacto sobre a experiência dos participantes durante e após o Programa, foram realizadas entrevistas com o SEBRAE e o IVG. Os resultados foram complementados com informações extraídas de materiais sobre o Programa, disponibilizados de forma pública e online, como o Relatório de Impacto e o evento ao vivo de Lançamento do Programa, transmitido via Youtube em agosto de 2020.

A partir das entrevistas levantou-se que a motivação para a realização da Chamada de Impacto no Monte Serrat advém de um contexto que se iniciou cerca de um ano antes do lançamento do Programa. Quando inaugurada a praça do Monte Serrat em 2019, no terreno da caixa d'água - o primeiro reservatório de água da Companhia Catarinense de Águas e Saneamento (Casan) em Florianópolis - o IVG manifestou a intenção de realizar naquele espaço uma feirinha onde as pessoas da comunidade pudessem vender seus produtos.

Com isso, o SEBRAE foi convidado para apoiar a realização da feira, capacitando os participantes, no que identificaram como as principais lacunas de conhecimento, a apresentação do produto e precificação, ao observarem que haviam participantes vendendo os produtos a preços muito baixos ou com percepções equivocadas sobre margem de lucro:

Eles estavam vendendo uma roupa, estavam vendendo uma geleia, estavam fazendo a comida que era pra testar pra vender na tal feirinha. Aí eu percebi assim, olha só: aqui tem uma oportunidade, aqui tem um negócio que está rodando e eles estão trabalhando empreendedorismo, né? [...] mas ainda falta essa veia de negócio, falta essa veia de saber formar o preço do produto (D1)

A partir disso, foi oferecido antes da feirinha o curso de Administração para Pequenos Negócios, para cerca de 10 a 15 pessoas que já tinham um negócio e demonstraram interesse em aprimorá-lo e que se inscreveram para participar, após a divulgação do projeto na comunidade. Dado o número de interessados, todos os inscritos puderam participar do programa. Este era um curso que o SEBRAE já realizava com outro perfil de público (de fora da periferia), mas adaptou principalmente a linguagem, de forma a fazer sentido para os moradores do Monte Serrat.

Após a realização do curso e da feirinha, tanto IVG quanto SEBRAE demonstraram interesse em continuar com a realização de projetos de capacitação para empreendedores do Monte Serrat. A proposta era realizar uma nova feirinha em março de 2020, que não pôde acontecer em virtude da pandemia de COVID-19.

Como o SEBRAE já tinha um orçamento previsto para a realização da feirinha e capacitação dos participantes dela, decidiram levar para o Monte Serrat uma edição online do programa Chamada de Impacto, criado e operacionalizado pelo Impact Hub.

Uma das principais preocupações em torno da implementação do programa na comunidade era fazer com que a metodologia Chamada de Impacto atendesse às necessidades dos empreendedores e fizesse sentido para o contexto local. Precisava ser, na perspectiva do IVG, uma linguagem sem os usuais termos em inglês, comuns no vocabulário de negócios, e uma linguagem que proporcionasse aos participantes pleno entendimento e conexão com o programa.

A partir disso, a metodologia foi reestruturada, visando a adequação dos conteúdos e da linguagem para um público que "por seu perfil muitas vezes em fase inicial, acabam não sendo atendidos pela oferta atual de programas de capacitação ou apoio e anseiam por novas propostas" (SEBRAE, 2020)

A divulgação do projeto na comunidade ficou a encargo principalmente do IVG, uma vez que, das três organizações envolvidas, é a que possuía maior proximidade com os moradores. Os principais canais de divulgação foram a

impressão de folders e cartões, distribuídos nos negócios locais, além do apoio das lideranças comunitárias.

Como apontado por Leite e Gomes (2019), o apoio de lideranças comunitárias e organizações locais, como ONGs, igrejas e empresas é essencial para viabilizar a entrada do empreendedorismo na periferia, garantindo a produção de territórios de "margem" como territórios de "negócios". Sem o apoio das lideranças comunitárias do Monte Serrat e do próprio IVG, portanto, haveria desafios para gerar entre os moradores a confiança no programa:

[...] se o Impact tivesse tentado diretamente fazer a divulgação, não teria tido esse mesmo resultado, digamos assim né, de atrair. [...] Então eu acho que assim, ter lideranças comunitárias acompanhando esse trabalho e que ajudaram a divulgar, eu acho que isso foi um fator importante para que as pessoas ouvissem a proposta né? (D3I)

Uma das preocupações do IVG e do SEBRAE era a de garantir que o projeto utilizasse uma comunicação que aproximasse os participantes do mundo do empreendedorismo, ao invés de distanciá-los. Para isso, foi necessário um trabalho de adaptação da linguagem, entendendo que a forma que os temas costumam ser trabalhados com um público de outros programas de empreendedorismo fizesse sentido para os participantes da periferia.

Por isso, foi trabalhada com o Impact Hub, responsável pela metodologia, a necessidade de tornar o programa realmente compreensível, com conteúdos e linguagem acessível para o público-alvo do programa:

São palavras assim que... vai fazer uma gestão financeira, vai falar de um DRE, vai falar de uma coisa contábil, pra eles não vai fazer sentido, então aí a gente trabalhou bem forte também, tanto SEBRAE e IVG com o Impact Hub para mostrar como tem que levar a informação, não levar essas palavras difíceis. [...] Então foi bem alinhado isso antes da gente começar [...] pra gente poder atingir e chegar no objetivo que a gente gostaria. (D3)

A metodologia do Programa propõe, além da adaptação da linguagem, um olhar individualizado sobre as necessidades do público alvo. Por isso, durante o período de inscrições, que foram realizadas via formulário online, foi realizado um

mapeamento com os inscritos, para identificar o que eles gostariam de aprender no programa.

A partir dos resultados, foi possível definir o perfil dos participantes e quais temáticas do mundo dos negócios precisariam ser trabalhadas para que as ideias e negócios fossem desenvolvidos.

Segundo dados apresentados no Relatório de Impacto do Programa, como resultado deste mapeamento, foram identificadas e agrupadas as principais dificuldades: gestão financeira, processos, inovação, marketing e vendas, gestão de pessoas, planejamento e gestão estratégica, além da burocracia. A definição dessas temáticas também condiz com a proposta metodológica da Chamada de Impacto, que propõe a reunião de "elementos de ponta do mundo das aceleradoras de negócios e programas de capacitação [...] com foco em acelerar o seu crescimento de forma sustentável" (SEBRAE, 2020, p. 06).

Com base no Relatório de Impacto, mapeou-se que o programa teve duração de três meses, com 30 horas de conteúdo, dividido em três módulos: gestão e inovação, gestão financeira, marketing e vendas.

O conteúdo do módulo de gestão e inovação tinha foco no autodesenvolvimento dos participantes e no desenvolvimento do modelo de negócio, alinhado à inovação em seus respectivos segmentos do mercado. Nesta primeira etapa, foram conscientizados sobre a importância de definir onde querem chegar com aquele negócio.

No segundo módulo, de gestão financeira, foi trabalhado o planejamento financeiro e a precificação dos produtos e serviços ofertados pelos participantes. Nele, os participantes aprenderam sobre a forma correta de precificar e valorizar seus produtos, compreendendo todos os custos envolvidos e como formar o preço correto a partir disso, sempre dentro de uma linguagem simples. Além disso, foram conscientizados sobre a importância de separar o dinheiro pessoal do dinheiro do negócio e de ter um bom planejamento e controle financeiro, criando inclusive uma reserva que os permita estar relativamente seguros em possíveis adversidades.

Por fim, no terceiro e último módulo, de marketing e vendas, foram trabalhadas estratégias de promoção e crescimento, além de técnicas de vendas.

Os encontros ao vivo foram realizados no formato de aulas com professores especialistas, pela plataforma de vídeo chamada Zoom, em razão da pandemia e suas medidas de isolamento social. A cada semana, os participantes contavam com revisões das aulas anteriores, de forma a assimilar melhor os conteúdos.

Além disso, os participantes também participaram de mentorias individuais e laboratórios para trocas e práticas. As mentorias aconteceram durante o período de realização do programa, para ajudar em dúvidas e problemas surgidos durante os três meses da Chamada de Impacto.

Já os laboratórios consistiam em espaços ao vivo para troca de aprendizados e experiências entre os participantes, também sendo uma mentoria coletiva para que pudessem tirar dúvidas sobre os conteúdos e exercícios passados nos encontros ao vivo.

O relatório apresenta, ainda, que o Programa contou com 45 inscritos, atuando nos segmentos de alimentação (50%), serviços (20%), beleza (19%), vestuário (6%) e artesanato (5%). Do total de inscritos, 35 realmente participaram e 30 foram certificados, isto é, concluíram o programa, mostrando uma baixa evasão, apesar dos desafios surgidos ao longo dos três meses de Programa. Além disso, 80% da turma foi composta por mulheres.

Quando perguntado aos organizadores do programa sobre o que acreditam ser as principais motivações dos empreendedores do Monte Serrat para participar do programa, foi apontado o impacto causado pela pandemia sobre a realidade desses trabalhadores.

A pandemia de Covid-19 produziu não apenas impactos epidemiológicos a nível global, com quase 15 milhões de mortes em todo o mundo, mas também resultou no agravamento de desigualdades sociais pré-existentes, através do fechamento radical da economia, com recordes em demissões e fechamento de empresas.

Como mostram Júnior, Manoel e Silva (2022), ainda que as transformações sociais geradas pela crise tenham efeitos individuais e coletivos, essas dinâmicas não são homogêneas e nem lineares, mas se articulam profundamente com recortes de raça, gênero e classe.

Assim, embora tenham sido implementadas políticas de transferência de renda para enfrentamento do desemprego em massa e subsídio a trabalhadores autônomos e informais, como o Auxílio Emergencial, foi sobre a população inserida territorialmente na periferia e com maior vulnerabilidade socioeconômica que incidiram os maiores efeitos sociais dessa crise, como elevação da taxa de desemprego, reduções salariais e aumento do trabalho informal.

A Chamada de Impacto foi realizada nos primeiros meses da pandemia, em meio, portanto, à crise sanitária e humanitária, incertezas sobre o futuro e necessidade por subsistência. Este contexto foi, na perspectiva dos organizadores do programa, fator importante na escolha dos participantes pela participação no Programa.

Além disso, havia aqueles que, por terem participado do curso de Administração para Pequenos Negócios no ano anterior, tinham vontade de continuar se capacitando e viram na Chamada de Impacto uma oportunidade para melhorar o seu negócio.

Para os organizadores do programa, um dos desafios enfrentados pelos participantes, durante a Chamada de Impacto, foram as barreiras de acesso a computadores e internet de qualidade. A desigualdade de acesso a internet e dispositivos eletrônicos, que já existia antes da pandemia, foi vista com as medidas de isolamento social, quando as atividades de ensino passaram a acontecer de forma online.

Conforme dados da pesquisa TIC Domicílios 2021, ainda que 83% dos domicílios brasileiros localizados na área urbana tenham acesso à internet, quando analisado esse acesso de acordo com as classes sociais, percebe-se que entre a população de classes A e B, 99% das casas possuem acesso à internet. Porém, entre as classes D e E, o acesso cai para 61% dos domicílios.

A desigualdade é ainda maior no acesso a computadores, já que 99% dos domicílios de classe A e B possuem acesso a esse dispositivo, enquanto entre as classes D e E, computadores estão presentes em apenas 10% dos lares. Com isso, em 89% desses domicílios o acesso à internet se dá apenas por celular.

Neste contexto, a necessidade de participar das aulas do programa de forma totalmente online e sem acesso de qualidade aos meios técnicos necessários, teve um impacto significativo na possibilidade de acompanhamento das aulas, visto que em nenhuma delas foi possível ter todos os participantes presentes:

Eu acho que essa questão do online, embora tenha funcionado, foi um grande desafio. Muitas pessoas assistiram a aula no ônibus, né? Quase todos pelo celular. [...] É horrível né? Porque as coisas são muito pequenas no celular. Se tu mostra uma tela, um slide, ele é muito pequeno, cansa né? É diferente de tu assistir uma aula presencial ou no computador. [...] E a própria internet também né? A internet lá no morro não é uma internet estável [...] então algumas pessoas não conseguiam, a internet não tava funcionando, alguns acessavam a internet do vizinho. [...] Então, nunca a gente conseguia ter todos, né? (D3)

Outro desafio mencionado foi o de conciliar a participação nas aulas com a rotina, já que muitos assistiam pelo celular no ônibus, durante o deslocamento do trabalho para casa e participavam das aulas depois de um dia de trabalho, deslocamento e afazeres domésticos:

E então essa disponibilidade pra estar à noite numa aula fica difícil né? Mais duas horas e meia, três horas assistindo uma aula também é um desafio. [...] A vida é um pouco mais puxada, digamos assim, né? Existem mais barreiras [...] Então é diferente se a pessoa sai de casa, tem que fazer mil coisas antes de sair, tem que acordar mais cedo pra poder fazer as coisas antes de sair de casa, leva o filho na escola, às vezes tem que fazer alguma coisa de comida ainda pra poder levar. Vai, trabalha o dia inteiro, às vezes um trabalho até assim... enfim, que a pessoa não escolheu, né? Não curte tanto, não gosta tanto assim, né? E aí chega no final do dia, tu pega um outro ônibus, às vezes dois ônibus, pra chegar em casa e daí ir pro curso, olha eu eu acho que é assim um empenho (D3).

Esses desafios criam barreiras que podem levar ao desengajamento dos participantes e evasão, ainda que em menor escala, visto que dos 35 que iniciaram o curso, 30 participantes concluíram todas as etapas do programa. Mesmo entre aqueles que concluíram, houve a perda de parte das aulas e conteúdos ao longo do curso, em função das barreiras mencionadas.

A Chamada de Impacto Monte Serrat contou com dois perfis de participantes: os que ainda estavam na fase de ideação do negócio e aqueles que já tinham algo em andamento, isto é, já estavam vendendo seus produtos.

Ainda que percebam impactos positivos sobre os participantes de modo geral, para os organizadores, os impactos foram maiores para os empreendedores que já tinham um negócio em funcionamento, em comparação aos que ainda estavam na fase de ideação:

Eu acho que tivemos bons resultados e também concluímos no final que aquele processo funcionou mais para os empreendedores que já tinham um produto, já tinham começado alguma coisa, né? Já a partir dali da feirinha já tinham decidido que iam continuar prestando esse serviço, então já tinham um negócio, digamos assim, do que aqueles que não tinham bem definido o negócio. Aqueles que estavam na fase de ideias, continuaram na fase de ideia [...] Então também ficou claro que aquele programa ali era um programa bom para quem já tinha um empreendimento a ser melhorado. (D3)

Mesmo que alguns dos participantes tenham permanecido na fase de ideias, puderam ter contato com ferramentas que não conheciam, aprendendo a usar ferramentas digitais, passando do caderno para planilhas eletrônicas, enquanto outros não tinham nenhuma forma de planejamento e controle e passaram a ter.

Muitos dos participantes não tinham um negócio formalizado, por isso um dos conteúdos trazidos foi sobre a formalização e benefícios do Microempreendedor Individual (MEI). De forma geral, aprenderam sobre os diversos aspectos de gestão por trás de um negócio.

Segundo os entrevistados, entre os participantes que já estavam vendendo seus produtos, há quem tenha expandido o faturamento do negócio, ou até mesmo migrado para fora da comunidade buscando alcançar um número maior de clientes. De acordo com o Relatório do Programa, ao menos um participante precisou migrar para um espaço maior, dentro do Monte Serrat, que possibilitasse aumentar a produção e atender a uma demanda de clientes que ficou maior durante a participação na Chamada de Impacto.

Para os empreendedores que ainda estavam na ideação, o SEBRAE entende que faltaram ferramentas no curso focados em desenvolver o negócio e que, portanto, há uma necessidade de continuidade na capacitação desses participantes.

Ainda assim, os organizadores afirmam que o programa foi um sucesso, visto que cumpriu o objetivo de aumentar o entendimento dos participantes sobre a

gestão do negócio, aumentar a geração de renda, a aquisição de direitos através do MEI e empoderamento através da auto percepção enquanto empreendedores. Estes resultados também estão entre as percepções dos participantes entrevistados.

Segundo o relatório do Programa, 78% dos participantes afirmaram que tiveram aumento de faturamento, 37% geraram oportunidades de trabalho para outras pessoas e 100% deles se sentiram mais motivados e comprometidos em empreender.

Tanto o SEBRAE quanto o IVG planejam ações de continuidade para isso, mas a limitação de recursos e as demandas de outras comunidades fazem com que não seja possível a essas organizações atender às demandas dos empreendedores com a celeridade desejada.

Teixeira (2017) aponta que em uma sociedade marcada por uma divisão racial influente, como é o caso brasileiro, questões como raça, religião e educação influenciam o comportamento de consumo e a geração de oportunidades de negócio.

De forma similar, Oliveira, Paiva e Ramos (2022) argumentam que a questão de gênero também têm seu impacto sobre a geração de renda e o empreendedorismo, visto que mulheres empreendedoras enfrentam barreiras de preconceito, dupla jornada de trabalho e falta de apoio, que não são desafios característicos no empreendedorismo masculino. Portanto, entende-se que questões de raça e gênero devem ser consideradas ao estudarmos o empreendedorismo no Brasil. Contudo, esses recortes não foram trazidos na construção dos conteúdos da Chamada de Impacto ou abordados nas aulas de forma intencional e planejada pelos organizadores do Programa.

Por outro lado, um dos organizadores afirmou que durante as aulas essa percepção de questões sociais surgiu nas discussões mais de uma vez, em que os participantes manifestaram o entendimento de que, por morarem na periferia, muitas pessoas acabam tendo receio de ir até o Monte Serrat e optam por comprar de negócios de outras regiões, consideradas mais seguras. Além disso, enfrentam a desconfiança em relação à qualidade e segurança dos seus produtos. Um dos participantes, inclusive, foi motivado a migrar seu negócio para o centro da cidade,

buscando alcançar clientes que não iriam até o Monte Serrat consumir os seus produtos.

Na favela existe uma rede de apoio para quem quer empreender, bem como uma identificação entre pessoas que vivenciam experiências compartilhadas, dentre elas o racismo e a segregação. Neste território, a fidelização de clientes é mais fácil, pois muitos moradores se conhecem e formam uma “rede social” que fomenta os negócios locais. Esta relação fomenta a circulação de renda na própria comunidade, mas é no asfalto que está a maior parcela de renda e conquistar clientes neste território permanece como um desafio.

Como mostra Cruz (2022), a configuração socioespacial nas cidades brasileiras é formada a partir de dinâmicas de diferenciação e desigualdades, que ao distinguir os mais ricos dos mais pobres, resulta em um processo de estigma territorial. Neste processo, o território da periferia é estigmatizado sob a imagem da violência e criminalidade e, por consequência, seus moradores estão mais vulneráveis a sofrer discriminação e exclusão social. O projeto de Turismo de Base Comunitária, inclusive, busca quebrar esse estigma, valorizando a região do Maciço do Morro da Cruz e mostrando para a população não-periférica de Florianópolis que o Monte Serrat é uma região segura.

Um dos objetivos do SEBRAE e IVG com a Chamada de Impacto era estimular a autopercepção dos participantes enquanto empreendedores, reforçando uma mudança no sentido que atribuem a seu trabalho, deixando de nomeá-lo como um "bico" ou um "extra" e passando a identificar como empreendedorismo. Antes do programa, muitos participantes não se viam como empreendedores e essa autopercepção foi um dos pontos trabalhados ao longo das aulas.

Para os organizadores, muitos participantes mudaram a visão de si com o programa, isto é, entraram sem se perceber como empreendedores e saíram se percebendo dessa forma. Isso trouxe, na percepção dos organizadores, ganhos na autoestima dos participantes e na profissionalização do negócio, visto que passaram a ter uma melhor estrutura, com horário de atendimento definido, redefinição de marca e crescimento do negócio.

Ser empreendedor, para os organizadores, significa pensar diferente e "fora da caixa". O empreendedor é um indivíduo que consegue fazer algo distinto, colocar ideias em prática seja em um negócio ou em outros contextos. Significa, além disso, ser capaz de perceber oportunidades onde podem ser aplicadas melhorias, ter a capacidade de resolução de problemas. Sendo assim, para os organizadores, as características empreendedoras estão mais relacionadas a comportamentos do indivíduo, como proatividade, confiança e atitude perante desafios, do que ao fato de ter ou não um negócio próprio.

Segundo Mariutti (2019), as teorias neoliberais defendem a concorrência como o princípio ordenador básico da sociedade, onde o indivíduo prospera sob uma dinâmica alicerçada na concorrência entre atores, que devem se comportar como empresas. Quando pensamos sobre o efeito deste princípio entre os participantes da Chamada de Impacto, percebe-se uma dinâmica diferente desta apontada como característica intrínseca da racionalidade neoliberal.

Contudo, Mick, Nogueira (2023) argumentam que as dinâmicas dos territórios periféricos experimentam uma lógica econômica diferente, sendo o afeto e a cooperação indissociáveis ao trabalho.

Assim, embora muitas das teorias coloquem o empreendedorismo como uma atividade individual, nota-se que os participantes demonstraram uma dinâmica de colaboração em distintos momentos e não possuíam uma visão forte de concorrência entre eles, desde a realização da feirinha em 2019:

[...] quando eu fiz a feirinha que foi antes da gente fazer o Chamada de Impacto, existia uma união tão grande entre eles, um ajudando o outro a montar a barraca, bolo vendendo do lado do outro bolo e "ai como o teu ficou bonito", "aí como o teu preço agora ficou melhor", entendeu? Eles conversando entre eles assim, eu acho que a simplicidade é tão grande que não tem a maldade de mercado, entendeu? Essa maldade de que [...] pra mim sobreviver, eu tenho que botar o meu pão que eu vendo as vinte e cinco reais o quilo, eu vou botar vinte pra quebrar o da esquina. Eu não vejo eles fazendo isso, entendeu? (D2)

Entende-se que, ao mencionar "a maldade do mercado", a entrevistada se refere às características intrínsecas ao modelo econômico capitalista, em que, como descrevem Mick, Nogueira (2023) são "concorrenciais, individualistas e predatórias,

encontradas e legitimadas no capitalismo do asfalto”. Segundo os autores, a raça estrutura a relação dos agentes com a sociedade, antecedendo outros tipos de identidade, como a identidade empreendedora, com implicações fundamentais no impacto e alcance de negócios da periferia. Assim, as pessoas se veem como pessoas negras antes de se verem como empreendedoras ou exploradoras do capital.

Os organizadores acreditam que essa colaboração é resultado da história de solidariedade do Maciço e do senso de comunidade que há no local.

Assim, embora tenham existido desafios para promover essa colaboração em um programa realizado totalmente online e promover a criação de laços fortes entre os participantes, a colaboração entre eles aconteceu, com participantes inclusive comprando produtos uns dos outros.

Após o programa, os organizadores optaram por não realizar uma nova turma na mesma comunidade. Escolheram focar na realização do projeto de Turismo de Base Comunitária, que também visa a geração de empregos e renda na comunidade do Monte Serrat, por entender que, atraindo turistas para a comunidade, estarão conectando os empreendedores da Chamada de Impacto com um número maior de possíveis clientes. Para o futuro, também avaliam a possibilidade de trabalhar com esses empreendedores temas mais focados na expansão dos seus negócios e maior alcance no mercado.

Entendem, portanto, a necessidade de trabalhar de forma contínua com os empreendedores que participaram do programa, através de outras ações que não sejam apenas capacitações, mas promovendo oportunidades de conexão e visibilidade no mercado.

4.2 RESULTADOS DA PESQUISA COM PARTICIPANTES

As entrevistas com os participantes foram realizadas online, por vídeo chamada e tiveram a duração média de uma hora. As informações levantadas serão apresentadas a seguir, abordando cinco tópicos principais: trajetória pessoal e profissional, motivações para empreender e participar do programa de capacitação,

autoestima e autoimagem e impacto da racionalidade neoliberal sobre o Programa, medida através da percepção de concorrência entre os participantes.

Os participantes entrevistados possuem perfis variados, como pode ser percebido no Quadro 1.

Quadro 1 — Perfil dos participantes entrevistados

Identificação	Gênero	Grau de Instrução	Cor/Raça	Condição Conjugal	Número de Filhos	Condição de Moradia	Segmento de Atuação
E1	Masculino	Superior incompleto	Preto	Casado	2	Esposa e filhos	Alimentação
E2	Feminino	Ensino Médio Completo	Preta	Solteira	1	Pais, irmão e filho	Alimentação
E3	Feminino	Ensino Superior Completo	Branca	Casada	2	Marido e filhos	Serviço
E4	Feminino	Superior Incompleto	Preta	Solteira	1	Filho(a)	Beleza
E5	Feminino	Ensino Técnico Completo	Preta	Casada	1	Marido	Alimentação

Fonte: A autora (2023).

Dentre os entrevistados, três continuam com dedicação integral aos seus negócios, enquanto dois se dividem entre o negócio próprio e um emprego formal, em regime CLT, fenômeno apontado Lima (2010) como “casualização” do trabalho. Todos os entrevistados têm experiência com emprego formal: enquanto duas possuem carteira assinada atualmente, os demais já trabalharam no regime CLT em empregos anteriores.

A maioria das entrevistadas foram mulheres, o que é um reflexo do perfil de participantes no Programa, que foi composto 80% por participantes mulheres.

Todos os entrevistados possuem filhos e dividem moradia com ao menos uma pessoa. A maioria divide a corresponsabilidade sobre filhos e tarefas domésticas. Dos cinco entrevistados, apenas um não reside mais no Monte Serrat.

Dois dos entrevistados possuem familiares com trajetória como funcionários públicos, enquanto outros dois possuem pessoas da família que têm ou já tiveram empregos formalizados. Apenas um possui familiar que também detém negócio próprio.

Além disso, três têm seu negócio formalizado através do MEI. Quando questionados sobre o que percebem como benefícios dessa formalização, foram citados "encontrar insumos com preços mais em conta", "maior possibilidade de expansão do negócio", "segurança e organização financeira". Já em relação à possíveis desafios ou desvantagens na formalização, foram mencionados "excesso de burocracia", "desconhecimento sobre tributação", "dificuldade com a declaração" e "perda de seguro-desemprego para quem também tem emprego CLT".

Sobre as motivações para empreender, foram citados como principais motivos a necessidade de gerar renda durante a pandemia e a vontade de ter um negócio próprio. Dois dos participantes afirmaram que, embora tivessem um emprego CLT anteriormente, tinham vontade de exercer outra profissão, na qual possuíam formação técnica.

Muitos autores classificam a motivação empreendedora em duas categorias, o empreendedorismo por necessidade, no qual as pessoas são levadas a empreender por não encontrarem espaço no mercado formal de trabalho, e o empreendedorismo por oportunidade, no qual a motivação empreendedora é orientada pela identificação de oportunidades para criação de novos empreendimentos. Em geral, essas duas categorias são apontadas como mutuamente excludentes, mas Vale, Corrêa e Reis (2014) mostram que o empreendedorismo pode surgir de uma motivação múltipla, gerada tanto pela necessidade quanto pela oportunidade.

Dois dos participantes afirmaram que, inicialmente foram motivados pelo desejo de ter um negócio próprio e independência (motivação por oportunidade), por isso optaram por sair de um emprego CLT para empreender em áreas nas quais possuíam mais afinidade. Contudo, tiveram a criação desses negócios acelerada pelo desejo de garantir ou aumentar a renda em meio a dificuldades econômicas decorrentes da pandemia (motivação por necessidade).

Os participantes entrevistados ficaram sabendo do Programa através do Instituto Vilson Groh e por indicações de familiares e moradores do Monte Serrat. O que chamou-lhes a atenção foi a possibilidade de aumentarem as vendas e profissionalizarem seus trabalhos, por meio de conteúdos e suporte do Programa. Como o curso aconteceu no início da pandemia, buscavam ampliar a geração renda em meio ao cenário de insegurança.

Quando perguntados sobre quais eram seus principais desafios antes da participação no Programa, foram apontados a falta de dinheiro para investir no negócio, pouco conhecimento sobre vendas, pouco ou nenhum conhecimento sobre como divulgar seus serviços e produtos, mas principalmente a necessidade de saber administrar as finanças. Na área de finanças, a maior dificuldade era entender como separar o dinheiro pessoal do dinheiro do negócio e ter organização para poupar e se preparar para imprevistos.

Todos os entrevistados possuem percepções positivas sobre o Programa e consideram que a Chamada de Impacto os ajudou a enfrentarem os desafios que tinham quando se inscreveram no Programa. Os principais resultados do Programa, na percepção dos participantes foram:

- **Organização financeira:** consideram que aprenderam a se organizar financeiramente, conseguindo poupar dinheiro e aumentar o investimento no negócio;
- **Precificação:** conseguem definir melhor o preço dos seus serviços e produtos, inclusive identificando custos que antes não eram considerados;
- **Melhoria na estrutura do negócio:** aumentaram sua capacidade de investimento no negócio e dois deles conseguiram ampliar a estrutura física, o que possibilitou atender uma maior demanda de clientes;
- **Aumento das vendas:** percebem um aumento no número de vendas, principalmente para outros moradores da comunidade, pois agora são mais conhecidos e têm recebido mais indicações;
- **Formalização:** dois dos participantes formalizaram seu trabalho por meio do MEI e consideram que foi essencial o suporte do Programa nessa esfera;

- **Geração de novas oportunidades:** consideram que a participação no Programa abriu portas, pois se sentiram mais confiantes para apresentar seus trabalhos, inclusive em concursos e entrevistas de emprego; e
- **Melhoria no marketing:** estão utilizando mais as redes sociais para mostrar seus produtos e serviços, gerando conteúdos em fotos para atrair novos clientes e se sentindo mais seguros para se comunicar.

Alguns participantes afirmaram se sentir mais seguros após a participação no Programa, seja mais seguros financeiramente ou para gerar visibilidade ao seu trabalho:

A minha grande dificuldade sobre o meu trabalho foi em questão de ser vista, dar visibilidade ao meu trabalho, pela minha timidez [...] o programa me ajudou a aceitar e acreditar. Hoje já me mantenho mais segura das minhas contas e no financeiro. E o meu trabalho assim se ampliou também. [...] Depois da participação no programa, minha rede social expandiu muito, me permitiu ser visível ao público, me deu coragem onde pude mostrar minha arte [...] através de lives e stories (E4)

Para outra participante, também houve um impacto significativo na sua segurança para se comunicar:

Eu morria de medo de falar, de fazer stories. Eu tinha muita vergonha. E o jeito que tu fala é de uma forma mais profissional, quando tu faz o teu marketing pessoal primeiro, né? Isso a gente aprendeu lá e foi essencial. Isso porque com toda essa bagagem que eu tive no Chamada de Impacto, eu fui finalista numa premiação. [...] E foi essencial ter passado pela Chamada de Impacto, porque eu consegui responder o questionário muito bem, e aquilo fez com que eu fosse selecionada. (E5)

Com isso, nota-se que a Chamada de Impacto gerou mudanças não somente nos negócios dos participantes, mas também em sua autoestima. Duas participantes consideram que o Programa foi essencial para que conseguissem aumentar a presença digital nas redes sociais, melhorar a comunicação e aproveitarem melhor oportunidades que foram surgindo. Essa falta de confiança é citada por Oliveira, Paiva e Ramos (2022) como uma das principais dificuldades encontradas por mulheres empreendedoras.

Também citaram que após o Programa, passaram a acreditar mais no próprio negócio, hoje com mais confiança de que o que estão fazendo vai dar certo e conseguirão expandir e ter mais receita. Além de receberem incentivo dos organizadores e professores, os participantes também incentivaram uns aos outros, reproduzindo solidariedade e apoio mútuo mesmo após o encerramento do programa:

É acreditar no próprio negócio, né, porque tinha pessoas que eram doceiras, confeitadeiras, boleiras e elas faziam informalmente, faziam um bolo aqui, um bolo ali e não faziam formalmente de criar uma página no perfil no Instagram com fotos adequadas, né, fotos que pudessem vender. Teve pessoa que mudou de profissão fazendo o curso ali, né? Se descobrindo uma nova atividade, então foi tudo, foi muita descoberta [...] Então, acho que foi um grande sucesso, assim, pra gente, sabe? (E1)

Para os participantes, além do incentivo essencial por parte do Programa, para que aprendessem a acreditar nos seus negócios e em seu potencial como empreendedores, o suporte de amigos e familiares também é importante para que tenham confiança nos seus trabalhos.

Uma das participantes afirmou que só é possível manter seu negócio próprio tendo o apoio emocional e financeiro do marido, com quem divide os cuidados domésticos. Sem isso, precisaria voltar para um emprego CLT, pois não teria renda suficiente apenas com seus produtos. Inclusive, afirma conhecer outras mulheres que desistiram de produzir e comercializar produtos por não ter esse tipo de incentivo por parte de seus familiares. Como mostram Oliveira, Paiva e Ramos (2022) a falta de apoio, assim como a jornada dupla, estão entre as principais barreiras enfrentadas pelas mulheres ao empreender.

Para outro participante, esse incentivo é essencial para a profissionalização, sair da informalidade e correr riscos investindo financeiramente no negócio:

Te incentiva a continuar, a saber que dá certo. Porque muitas das pessoas ali tinha um trabalho bem informal, [...] a gente vê a empolgação das pessoas, né? Porque é tu acreditar, né? Acreditar que tu pode, que vai dar certo. Eu acho que se tem aquele apoio da família, ou um amigo, um colega que chega e fale pra ti, vai dar certo, isso cria mais força, né? Você já fica um super-herói. Porque a gente tem muito medo de arriscar. Porque

querendo ou não é dinheiro investido, né?[...] ainda mais numa pandemia [...] (E1)

Com isso, entende-se que a participação no Programa ajudou os participantes a se sentirem mais empolgados com seus negócios, mais confiantes e motivados.

Quando perguntados sobre os desafios atuais, a formalização pelo MEI é a principal dificuldade citada. Para os que não estão formalizados, há dúvidas técnicas sobre como fazer o registro e alguns participantes consideram que ainda precisam de suporte nessa esfera. Outro desafio mencionado é em relação ao marketing e necessidade de produzir conteúdo para as redes sociais. Por trabalharem sozinhos, acabam tendo que conciliar a produção e todas as demais demandas do negócio, como a gestão financeira, as vendas e a divulgação, o que se torna uma dificuldade para os entrevistados. Um outro obstáculo citado foi a dificuldade em conseguir acesso à informações e apoio burocrático para conseguir linhas de crédito.

Por fim, também foi mencionado o desafio de se manter no mercado e estruturar uma marca a longo prazo, especialmente em um mercado competitivo, onde muitas vezes precisarão disputar a atenção de clientes com grandes marcas.

Quanto aos desafios encontrados durante o Programa, mencionaram que alguns participantes tiveram dificuldade de acesso a internet de qualidade em alguns encontros, mas que, no geral, sentiram falta do contato presencial, ainda que considerem que o Programa teve a mesma qualidade de ensino na modalidade online.

Em comparação com outros cursos sobre empreendedorismo e negócios, dois quais participaram em vivências anteriores ao Programa, avaliam a experiência na Chamada de Impacto de forma positiva, visto que os encontros tiveram dinâmicas que tornaram o momento menos cansativo e proporcionaram mais interação entre participantes e professores.

Quando perguntados sobre sentirem alguma forma de discriminação baseada em raça ou gênero, nenhum entrevistado afirmou perceber o impacto dessas questões em seus negócios. Contudo, percebem que o fato de terem negócios no morro gera insegurança em potenciais clientes. Por um lado, há pessoas com medo de ir até o Monte Serrat, por ser considerado uma área de risco.

Para muitos dos que não moram na periferia de Florianópolis, ou desconhecem a realidade desses locais, há um receio em relação à violência.

Essa insegurança é reforçada, segundo percepção dos participantes, pelos noticiários e por aplicativos de transporte, que sinalizam aos motoristas, por exemplo, que aquela é uma área de risco.

Segundo Lima, Domingues e Dantas (2017) a representação das comunidades periféricas brasileiras pelos meios de comunicação em massa influencia negativamente na construção da identidade local. Por reforçarem o estigma da periferia como lugar de violência e vulnerabilidade socioeconômica, contribuem para a sustentação desse estereótipo e dificultam a construção dos processos de resistência associados a esses territórios.

Por isso, há empreendedores na comunidade que planejam abrir um negócio fora do morro, pois acreditam que somente assim conseguirão aumentar a geração de renda:

"Já ouvi muitas pessoas dizer assim, ah, mas aí não dá dinheiro. Você tem que abrir lá embaixo, junta uma grana e abre no centro de Florianópolis, né? Então assim, é um desafio, tem muito assim de a pessoa não acreditar no próprio negócio porque está no morro, porque ninguém vai comprar, né? E fora outra coisa assim de outras pessoas subirem para consumir [...] Eu falo que pode subir que é tranquilo, mas quando tu pega um aplicativo, ali no próprio aplicativo já tá dizendo assim, área de risco. Então isso quebra a pessoa, né? Como área de risco se eu sei que não é, né?" (E1)

Para os entrevistados, ter mais pessoas indo até a comunidade é essencial para que consigam mais clientes e, com isso, expandir seu trabalho e gerar mais renda. Consideram que a Chamada de Impacto ajudou os participantes a se sentirem mais seguros de que as pessoas comprarão seus produtos, mesmo aquelas que são de fora do morro, e que existem outros esforços do SEBRAE e IVG para atrair mais visitantes à região.

Entre esses esforços estão a feirinha na praça do Monte Serrat e o projeto de turismo de base comunitária. Contudo, acreditam que poderiam investir mais em divulgar essas iniciativas, para que mais pessoas visitem a comunidade e comprem dos empreendedores do Monte Serrat.

Embora o programa não tenha abordado questões de raça e gênero durante as aulas, os participantes consideram que houve um trabalho de fortalecimento da comunidade e valorização dos empreendedores locais.

Durante os encontros do programa, os participantes passaram por dinâmicas de conexão e trabalhos em grupo, das quais inclusive surgiram ideias de parceria. O contato entre eles permaneceu após o programa, em um grupo de Whatsapp com participantes e coordenadores da Chamada de Impacto.

Neste grupo, os participantes tiram dúvidas, se auxiliam em desafios do negócio, geram indicações de clientes e até mesmo compram os produtos uns dos outros. É também no grupo que os participantes compartilham mensagens de incentivo, especialmente quando alguém demonstra desânimo ou insegurança em relação ao negócio.

Esse espaço de comunicação reforça um dos principais pilares da Chamada de Impacto: o fortalecimento da comunidade e geração de vínculo entre os empreendedores e foi, para os participantes, um diferencial do programa em relação a outros cursos de empreendedorismo dos quais tenham participado.

Assim, mesmo que haja participantes que atuam no mesmo segmento e comercializam o mesmo produto, não se identificou uma visão competitiva entre eles. Embora os participantes considerem que são concorrentes, buscam ganhar clientes através da inovação, no preço e no diferencial dos seus produtos, mas não deixam de apoiar os outros empreendedores da comunidade, sem visar uma disputa pelo mercado local. Neste sentido, prevalecem os princípios de uma economia solidária em vez de um viés concorrencial e individualista, característico do capitalismo do asfalto.

Uma das entrevistadas, que trabalha no segmento de confeitaria, afirmou compartilhar suas receitas com outras confeitadeiras do grupo e incentivá-las a produzir os mesmos produtos, algo que dificilmente veríamos em um empreendedorismo orientado por uma racionalidade neoliberal.

A ausência desta visão dos participantes como concorrentes entre si evidencia o laço de apoio mútuo e afeto comum à economia solidária, característico

não apenas da história do Monte Serrat mas também do modelo econômico presente nas periferias:

Eu acho que isso já é desde do início da localidade ali, da história que já vem do Morro do Maciço, que já vem de uma história de solidariedade. Então todo mundo ali está junto. Eu participei ontem do evento do turismo ali, né? E eles quando estava participando assim, tem um engajamento muito grande entre eles. E eles se ajudam tipo assim, "vem cá conhecer minha casa". É botar a pessoa pra dentro, sentar com ela, conversar e cada um conta a sua história. Então eu acho que existe muito forte essa questão de relacionamento de história, sabe? (D2)

Quando perguntados sobre o significado de empreender e ser empreendedor, surgiram respostas como "empreender é persistir", "ter persistência, amor e dedicação", e "não desistir frente aos desafios". Percebem o empreendedorismo como uma jornada desafiadora, mas que traz benefícios e que abre portas para ocupar novos espaços:

"Antigamente era mais um bico, né? Eu abria a vendinha ali, na portinha de casa. Hoje em dia, a palavra empreendedor te coloca numa roda de conversa, né? Eu sou empreendedor, isso te empodera sim, com certeza, né? Te traz um status. Porque te coloca dentro de um lugar, de um local, isso vai te dar status né? E as pessoas valorizarem também, porque se eu falar que ah eu faço extra, que eu faço bico é diferente dizer que eu sou empreendedor ou microempresário" (E1)

O empreendedorismo, portanto, cumpre um papel de empoderamento e status social que o trabalho informal não proporciona. Se sentem mais confiantes ao denominar o que fazem como empreendedorismo do que sentiam quando chamavam o que faziam de bico ou um extra e consideram que a percepção de outras pessoas sobre eles muda de acordo com a forma de nomear o que fazem.

Além disso, consideram que a formalização através do MEI também proporciona esse empoderamento, tanto pelas garantias sociais quanto por possibilitar novas oportunidades, como o acesso a linhas de crédito que não teriam sem essa formalização.

Por fim, também afirmaram que a Chamada de Impacto foi importante para que passassem a se perceber como empreendedores, e que o programa proporcionou a aquisição de uma bagagem de conhecimento sobre negócios que permite que possam mostrar melhor o trabalho em rodas de conversa, por exemplo, e a “falar a mesma língua” desses espaços.

4.3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

De maneira geral, os participantes avaliaram a experiência na Chamada de Impacto de forma positiva. Consideram que a metodologia do Programa foi um diferencial em relação a outros cursos de empreendedorismo dos quais haviam participado antes, visto que as aulas foram dinâmicas e houve possibilidade de conexão com outros participantes.

Embora reconheçam que alguns participantes enfrentaram dificuldades para acompanhar as aulas, seja por problemas de conexão na internet ou pelo desafio de conciliar o programa com a rotina, consideram que a experiência foi significativa e que a qualidade do conteúdo foi a mesma do que se tivesse ocorrido de forma presencial. Ainda que tenham sentido falta do contato pessoal entre participantes, professores e coordenadores, afirmam que se adaptaram bem à modalidade online.

Percebe-se nos participantes a existência de uma motivação dupla pelo empreendedorismo, já que tinham acesso ao mercado formal de trabalho, em regime CLT, mas optaram por empreender pela vontade de trabalhar com algo que tinham maior afinidade e buscavam maior flexibilidade e independência. Ao mesmo tempo, a necessidade de gerar renda em meio à pandemia acelerou o processo de estruturação desses negócios, ou até mesmo a migração para outro segmento do mercado. Um dos entrevistados compartilhou que, em função da urgência pela geração de renda, gerada pela crise na pandemia, precisou expandir sua atuação para um novo segmento (alimentação), visto que o segmento que atuava até então (beleza) deixou de ser um gasto prioritário para a população naquele momento. Como apontam Mick, Nogueira (2023), essa flexibilidade para atuar em diferentes

segmentos, conforme necessidade, é característica da população negra e periférica, que desde sempre precisou “se virar” em busca de subsistência.

Assim, os participantes buscaram na Chamada de Impacto tanto o suporte para garantir subsistência em meio à crise, quanto o apoio para realizarem o sonho de ter um negócio próprio que gere renda suficiente para que se dediquem apenas a ele. Ou seja, os entrevistados que ainda permanecem sob regime CLT, o fazem como forma de adquirir renda até que possam se dedicar integralmente aos seus negócios.

Para os entrevistados, a Chamada de Impacto foi essencial para conseguirem enfrentar os desafios econômicos em meio à pandemia da COVID-19, visto que perderam clientes e tiveram redução significativa na geração de renda.

Embora os entrevistados já estivessem vendendo seus produtos e serviços há alguns anos, a Chamada de Impacto ajudou a acelerar o processo de crescimento do seu trabalho, refletindo em aumento de renda e alcance de um maior número de clientes, principalmente na comunidade.

As principais dificuldades desses empreendedores eram a gestão financeira e a construção de estratégias de marketing e vendas, sendo que ambos os temas foram trabalhados ao longo do Programa e os entrevistados afirmaram perceber melhoria nessas áreas após a participação na Chamada de Impacto.

Os participantes também reconhecem que a participação no programa os ajudou a alcançar novas oportunidades, visto que mesmo aqueles que não tiveram um crescimento no negócio se sentiram mais confiantes em outros contextos, como entrevistas de emprego e concursos profissionais.

Sobre os principais aprendizados no Programa, o tema mais citado foi a organização financeira, com destaque para a separação entre dinheiro pessoal e dinheiro do negócio e a criação de uma reserva financeira que traga segurança em meio a possíveis necessidades no futuro. Essa maior organização financeira foi importante para que fosse possível expandir a estrutura do negócio.

Sobre os maiores impactos do programa sobre seus negócios, foram mencionados o aumento nas vendas e a melhoria na estrutura do negócio: há quem tenha migrado para fora da comunidade e hoje tenha um negócio montado no centro

da cidade, mas há também quem tenha conseguido adquirir equipamentos e espaço físico para aumentar a produção e, com isso, atender a uma maior demanda de clientes.

Por outro lado, sobre os desafios que encontram depois do Programa, a formalização pelo MEI foi citada como a maior dúvida. Embora percebam valor na formalização, os participantes que ainda não se formalizaram encontram dificuldades para entender o processo de formalização e as regras de tributação. Além disso, têm dificuldades para emitir nota fiscal, o que limita a possibilidade de atender clientes que exigem o documento, como empresas, e se sentem inseguros sobre a possibilidade de conseguir ou não pagar as taxas exigidas.

Também mencionaram o desafio de se manter no mercado e estruturar uma marca a longo prazo, considerando a competitividade que encontrarão, tendo que concorrer com empresas maiores e há mais tempo no mercado.

Embora o programa não tenha abordado questões raciais e de gênero, quando analisamos as barreiras ao empreendedorismo feminino mencionadas por Oliveira, Paiva e Ramos (2022), percebe-se que houveram impactos sobre duas das categorias apontadas como principais desafios enfrentados por mulheres empreendedoras.

No que diz respeito à autoconfiança, as entrevistadas afirmaram que se sentiram mais confiantes para aparecer nas redes sociais e para apresentar seus produtos. No aspecto de apoio e incentivo, foi afirmado que receberam isso tanto dos organizadores do projeto quanto de outros participantes, que se incentivam de forma recorrente no grupo do Whatsapp e até mesmo compram produtos dessas empreendedoras.

Também foi mencionado que a participação no Programa ajudou os participantes a se sentirem mais empolgados com seus negócios, mais confiantes e motivados e que os outros participantes exerceram papel importante nessa motivação.

Este apoio entre os participantes evidencia o senso de comunidade presente entre eles, algo que os organizadores apontam como característica resultante do processo histórico de ocupação do Maciço do Morro da Cruz, que se deu através da

colaboração e solidariedade entre os moradores. Nem participantes e nem organizadores notaram a presença de um sentimento forte de concorrência entre os participantes, que seria esperado dentro de um contexto de capacitação em negócios pois, como aponta a bibliografia, esta não é uma característica predominante na forma de economia presente na periferia.

Para os organizadores do Programa, a Chamada de Impacto foi um sucesso, visto que, em suas percepções, alcançaram os objetivos de promover aumento na geração de renda, ajudar empreendedores da comunidade a enfrentarem os desafios em meio à pandemia, fortalecer o vínculo de comunidade e a se empoderar através da autopercepção como empreendedores.

Contudo, reconhecem que os impactos do programa foram maiores para os participantes que já tinham um negócio em andamento, quando comparados àqueles que ainda estavam na fase das ideias. Para este grupo, entendem que se beneficiariam da continuidade de iniciativas de capacitação, para que consigam tirar suas ideias do papel.

Além disso, para os organizadores, o programa foi melhor aproveitado pelos empreendedores que haviam participado do curso de Administração para Pequenos Negócios no ano anterior, o que demonstra a importância da continuidade de programas de capacitação, que atendam tanto às dúvidas que tenham permanecido quanto aos novos desafios dos empreendedores.

Ainda que os organizadores do projeto tenham dado continuidade no suporte aos participantes, os incentivando, consumindo seus produtos e indicado-os para outras pessoas, entende-se que esse suporte parte dos indivíduos e não das organizações onde trabalham, sendo IVG e SEBRAE/SC. Não encontrou-se consenso na fala dos entrevistados sobre formas de continuidade no apoio dessas organizações, como acesso a consultorias, oferta de cursos ou outras oportunidades de capacitação ou políticas de acesso a crédito. Assim, tem-se a impressão de que após o fim da Chamada de Impacto os participantes não receberam suporte para solucionar dúvidas remanescentes.

Embora tenha gerado resultados importantes para os empreendedores que participaram do projeto, a Chamada de Impacto durou apenas três meses, o que é

pouco tempo para se gerar transformações estruturais na democratização do acesso de empreendedores da periferia a conhecimento e espaços de fomento ao empreendedorismo, bem como no combate às desigualdades que enfrentam.

A demanda por mais programas como o Chamada de Impacto também foi mencionada por participantes, que gostariam de participar de novos projetos de capacitação como uma “Chamada de Impacto 2.0”.

Para os participantes, o empreendedorismo os ajuda a ressignificar seu espaço na sociedade e a alcançarem um novo status, visto que, ao mudarem a forma de nomear o que fazem, passaram a se sentir mais empoderados, com mais conhecimento para participar de discussões sobre o tema e mais confiantes para se comunicarem. aspectos importantes para um processo de emancipação.

Quanto à presença da racionalidade neoliberal no Programa, as entrevistas realizadas com participantes do programa mostram que pouco enraizaram aspectos pragmáticos do neoliberalismo, como a concorrência e o individualismo. Ao contrário, encontraram no empreendedorismo uma forma de mudarem a percepção de si mesmos, alcançarem um novo status perante o mercado profissional e um incentivo a possibilidades de uma condição de vida melhor. Contudo, não perderam os aspectos de ajuda e incentivo mútuo, preservando os laços de coletividade e apoio aos demais participantes, mesmo aqueles com atuação no mesmo segmento.

Acerca da discussão sobre uma possível “apropriação” desses territórios pelo pensamento pragmático do neoliberalismo, tende-se a concordar com Leite; Gomes (2019), ao afirmarem que:

[...] parece-nos, muito menos uma adesão ideológica a um “liberalismo popular”, e muito mais uma adesão pragmática a uma “saída de emergência” (Telles e Cabanes, 2006). Enfim, em nossos campos não identificamos uma adesão programática, e muito menos ideológica – do ponto de vista substantivo – ao empreendedorismo como forma de se situar no mundo e gerir a sua própria vida e sobrevivência que nos indicasse uma consistência com o “novo espírito do capitalismo”. O que vimos e analisamos foram diversas “virações” para seguir vivendo e gerindo sua sobrevivência e de sua família. (p. 32)

Embora haja a continuação de iniciativas para fomentar a geração de renda e o empreendedorismo na comunidade, como o projeto de turismo de base comunitária, esses projetos precisarão encontrar soluções para enfrentar o estigma em relação ao território da periferia, reforçado pelas narrativas midiáticas que sustentam o discurso da violência e criminalidade. Será preciso construir estratégias para atrair mais visitantes para o Monte Serrat, aumentando o fluxo de visitantes na feirinha, por exemplo, e conectando os empreendedores com um maior número de potenciais clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho informal está presente no Brasil desde o período colonial, em que trabalhadores por conta própria coexistiam com o regime de escravidão, utilizando as mais diversas formas de inovação e criatividade em busca de subsistência. Com a ascensão do trabalho livre, após a abolição da escravidão em 1888, o contingente de trabalhadores informais incorporou parcela significativa de ex-escravos que, em reflexo à política de valorização da mão de obra estrangeira, foram colocados às margens do mercado formal assalariado, tendo que recorrer ao trabalho informal e precarizado para sobreviver.

Assim, tem-se que a informalidade não é um fenômeno novo, mas ganhou mais força a partir de processos de reestruturação produtiva e desestruturação do mercado de trabalho, processos estes que se intensificaram com a influência das políticas neoliberais a partir da década de 1980. Como resultados destas mudanças, há a flexibilização de direitos e proteções legais, antes garantidos à massa de trabalhadores, mas que passaram a ser vistos como obstáculos ao desenvolvimento econômico. Embora a perda de direitos e proteções atinja trabalhadores de forma geral, estes impactos são maiores para trabalhadores negros, sendo as mulheres negras as mais prejudicadas.

Como medida de mitigação para um problema que se intensifica a cada nova década, foi criada em 2008 a figura do Microempreendedor Individual (MEI), como tentativa de formalizar ao menos parte do alto contingente de trabalhadores informais no Brasil. Apesar disso, mais de 30 milhões de trabalhadores permanecem na informalidade, sem acesso a direitos sociais como, por exemplo, a proteção previdenciária.

Concomitante a essas mudanças, cresce a ênfase no tema empreendedorismo, que passa a ser apresentado como o alicerce fundamental à sobrevivência e êxito dos antes trabalhadores informais, agora empreendedores. Ocorre, neste sentido, a transmutação do trabalho informal em empreendedorismo, no qual o trabalho por conta própria ganha uma roupagem positivada.

Diversos atores e programas visam capacitar empreendedores e promover o desenvolvimento de negócios no Brasil. No entanto, as desigualdades sociais, raciais e de gênero persistem, dificultando o acesso equitativo a essas oportunidades. Mesmo em grandes centros de inovação, a periferia enfrenta dificuldades em acessar oportunidades disponíveis para empreendedores de outras áreas. Isso destaca a necessidade urgente de criar programas específicos para a periferia, considerando suas dificuldades e características distintas em relação a áreas não periféricas.

A partir destes desafios foi criado o Programa Chamada de Impacto Monte Serrat, com o objetivo de apoiar a geração de renda por meio do empreendedorismo. O programa foi realizado em 2020, no Monte Serrat, comunidade com cerca de 5 mil habitantes, localizada no Maciço do Morro da Cruz, um conjunto de dezessete comunidades na região central de Florianópolis/SC.

A realização do programa se deu por meio de parceria entre SEBRAE, IVG e Impact Hub, este último responsável por adaptar para o contexto da periferia uma metodologia que já era utilizada com outro público-alvo. A Chamada de Impacto foi realizada durante três meses, em formato online, com 35 empreendedores, sendo 80% mulheres.

Esta pesquisa consistiu em um estudo de caso com abordagem qualitativa, acerca do programa Chamada de Impacto Monte Serrat. Tinha como objetivos compreender diferentes perspectivas sobre o programa (entre organizadores e participantes), compreendendo os desafios encontrados por empreendedores da periferia, seja no crescimento dos seus negócios, no acesso a programas de capacitação e outros recursos, bem como no enfrentamento de desafios originados nas desigualdades de gênero, raça e classe. Além disso, também buscou entender de que forma a racionalidade neoliberal esteve presente no Programa, e de que forma estes princípios, característicos ao capitalismo do asfalto, foram trabalhados em um território no qual prevalecem aspectos de solidariedade, afeto e compartilhamento, inerentes a um modelo econômico popular e solidário.

Para alcançar estes objetivos, foram realizadas entrevistas com duas organizações envolvidas no projeto - sendo elas o Sebrae e o Instituto Vilson Groh

(IVG) - e com cinco participantes do Programa Chamada de Impacto Monte Serrat. Além disso, também foram consideradas informações extraídas de reportagens sobre o Programa, o evento online de lançamento, transmitido via Youtube, e o Relatório de Impacto do projeto.

Embora ainda exista um amplo debate na bibliografia com relação ao uso do conceito “empreendedorismo” para nomear trabalhadores informais, os resultados da pesquisa mostraram que este uso de faz na ausência de um termo mais assertivo para nomear estes trabalhadores, mas que sob determinados aspectos, esta positividade traz ganhos em autoestima, autoimagem, acesso a oportunidades e confiança frente ao crescimento de seus negócios. Os entrevistados afirmaram perceber mudanças positivas como aumento na geração de renda, maior confiança para divulgação e venda e maior apoio dentro da comunidade, após participar do programa e passarem a se nomear empreendedores.

Além disso, a diferença na forma de nomear o que fazem gerou impactos positivos na forma como se percebem, gerando empoderamento e segurança para que ocupem novos espaços e "falem a mesma língua" desses locais. Apesar disso, os participantes entrevistados ressaltaram a importância de maiores oportunidades para se conectarem a outras soluções pensadas para impulsionar seus negócios, principalmente no acesso a crédito e fontes de financiamento.

Outra demanda identificada dentre os entrevistados é a necessidade de um suporte contínuo, visto que os três meses de programa não são suficientes para atender a novas dúvidas e desafios que possam surgir a estes trabalhadores. Sob orientação do Sebrae, o Impact Hub ajustou a metodologia naquilo que as organizações envolvidas no projeto julgaram como adaptações necessárias para que o programa fizesse sentido para a periferia: a linguagem, tirando termos complexos e estrangeirismos, e ajustes no conteúdo, de modo a adequá-lo para as demandas do público-alvo. Contudo, entende-se que aspectos característicos da economia local e desafios específicos da população periférica - relacionados a aspectos de gênero, raça e classe - ficaram de fora da estrutura do programa, tendo aparecido somente a partir de falas dos participantes. Considera-se aqui que programas de capacitação que sejam adaptados para a periferia precisam moldar-se

às formas de viver e fazer negócios no território e que os participantes poderiam ter evoluído ainda mais em seus negócios se tivesse sido trabalhados os desafios que recaem especificamente sobre eles, em função dos recortes citados.

Organizações de fora do território periférico buscam aproximar a população periférica do mundo do empreendedorismo e dos negócios, quando na verdade, esta população tem empregado a inovação e a criatividade para sua própria subsistência desde o período colonial, dada a construção de um mercado de trabalho que coloca a força de trabalho da população negra às margens do mercado formal deste a ascensão do trabalho livre no Brasil. O que estas organizações parecem buscar, portanto, é uma aproximação destes trabalhadores de uma lógica neoliberal que molda os programas de capacitação desenvolvidos no asfalto, enquanto na periferia se desenvolve um modelo de economia mesclado, no qual prevalecem princípios de solidariedade, apoio mútuo, compartilhamento e afetividade.

Embora o Programa tenha proposto a construção do conteúdo a partir “do olhar individualizado sobre as necessidades do público alvo”, entende-se que o mapeamento de desafios e necessidades de apoio foi realizado em cima de pilares comuns à visão de mercado, focado apenas na estruturação de empresas, mas sem contemplar aspectos e desafios comuns à moradores da periferia.

A partir dos resultados do Programa, entende-se que permanecem aos participantes dois desafios: de um lado, a continuidade de iniciativas de capacitação que apoiem a geração de renda de forma contínua. Por outro lado, há o desafio de conectar estes empreendedores a clientes de fora da periferia. No território em que residem, estes trabalhadores por conta própria têm em moradores da comunidade a maior parte dos seus clientes, quando não toda a clientela, e conseguir vender os seus produtos e serviços para fora deste território é um grande desafio. “Como conectar clientes do asfalto a empreendedores da periferia é uma pergunta que pode ser objetivo de futuras pesquisas, bem como de outras políticas públicas para geração de renda.

Além disso, o estigma em relação a estes trabalhadores também foi mencionado pelos participantes como um desafio, visto que encontram desconfianças de moradores do asfalto em relação não apenas ao território do

Monte Serrat, mas também à qualidade e confiança de seus produtos e serviços. Compreender de que forma este estigma pode ser enfrentado é essencial para que estes trabalhadores possam conquistar novos clientes e aumentar a geração de renda, melhorando as próprias condições de vida.

Por fim, é preciso assumir que as discriminações de classe, raça e gênero se entrelaçam no trabalho informal e é preciso considerar essa interseccionalidade na formação de programas e políticas voltadas ao empreendedorismo periférico e à informalidade.

Sugere-se a criação de políticas de incentivo ao desenvolvimento de soluções para impulsionar a economia da periferia, por parte de toda a sociedade. Um exemplo de políticas como esta é a criação do G10 Bank de Paraisópolis, que oferece políticas acessíveis de crédito para empreendedores da comunidade, a taxas mais baixas do que cobram os outros bancos.

Além disso, ressalta-se a importância de uma política pública de apoio a esses empreendedores, que estimule a iniciativa pública e privada a criarem mais iniciativas de capacitação para moradores da periferia, de forma a democratizar o acesso ao conhecimento e reduzir desigualdades, mas também fomentar novas tecnologias e iniciativas que garantam suporte ao crescimento desses empreendedores.

Por fim, apesar das críticas ao uso do termo empreendedorismo para nomear a atividade laboral de trabalhadores por conta própria, entende-se que, na ausência de um termo mais assertivo para nomear este grupo, o conceito de pode operar de forma positiva em determinados aspectos, como a aquisição de direitos até então inacessíveis a trabalhadores informais, aumento da autoestima, da confiança e abertura de oportunidades que até então não possuíam, como acesso a políticas de crédito, a novos mercados e a programas de capacitação que apoiem a emancipação destes trabalhadores. Contudo, reforça-se que, mesmo nomeando estes trabalhadores enquanto empreendedores, é preciso um olhar individualizado sobre seus desafios, não podendo homogeneizá-los junto a empreendedores de territórios não periféricos.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Jaqueline; SANTIAGO, Alina Gonçalves. A dinâmica educacional na comunidade do Monte Serrat. *Metodologias e Aprendizado*, [S.L.], v. 6, p. 596-614, 21 set. 2023. Instituto Federal Catarinense. <http://dx.doi.org/10.21166/metapre.v6i.3955>

Anjos, Priscila de Oliveira dos; Maier, Jefferson Adriano; Coelho, Luccas da Cunha. Um jornal impresso confronta o fluxo urbano e a experiência do editorial “Próxima Parada Monte Serrat”. *Cadernos NAUI Vol. 9, n. 16*, p. 55-67, jan - jun 2020.

ANTUNES, Luise Rodrigues; FLECK, Carolina Freddo; TROIAN, Alessandra. A história do trabalho doméstico no Brasil:: da escravidão ao atual cenário de desigualdade social. *Contextualizaciones Latinoamericanas*, [s. l], v. 2, n. 29, p. 133-139, 01 jul. 2023. Julio - Diciembre. Disponível em: <http://contexlatin.cucsh.udg.mx/index.php/CL/article/view/8014>. Acesso em: 10 jun. 2024.

ARAÚJO, Angela Maria Carneiro; LOMBARDI, Maria Rosa. Trabalho informal, gênero e raça no Brasil do início do século XXI. *Cadernos de Pesquisa*, [S.L.], v. 43, n. 149, p. 452-477, ago. 2013. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0100-15742013000200005>.

ARRUDA, Valdivanda Carneiro. **Da informalidade ao microempreendedor individual (MEI): uma revisão sistemática**. 2017. 31f. - Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Programa de Economia Profissional, Fortaleza (CE), 2017.

BRASIL. Lei Complementar nº 128, de 19 de dezembro de 2008. Cria a figura do Microempreendedor Individual - MEI. Brasília [DF], Presidente da República, 2008. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp128.htm

CACCIAMALI, Maria Cristina. Globalização e processo de informalidade. *Economia e Sociedade*, Campinas, (14): 153-174, jun. 2000.

CAMPANHA, Lucas Jose *et al.* **Formulação e implementação, convergências e desvios:** facetas da política pública do microempreendedor individual (mei) no plano local. *Gestão & Produção*, [S.L.], v. 24, n. 3, p. 582-594, set. 2017. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0104-530x3896-16>.

CASTRO, Elaine de; OLIVEIRA, Ulisses Tadeu Vaz de. **A entrevista semiestruturada na pesquisa qualitativa-interpretativa:** um guia de análise processual. *Entretextos*, [S.L.], v. 22, n. 3, p. 25-45, 7 abr. 2023. Universidade Estadual de Londrina. <http://dx.doi.org/10.5433/1519-5392.2022v22n3p25-45>.

CAVALCANTE, Carla Guedes Porfírio. Empreendedorismo e economia criativa nas comunidades do Recife : análise e avaliação do projeto ressignifica do Porto Digital e British Council. 2021. 87 fl. Dissertação (Mestrado) - Universidade Católica de Pernambuco. Programa de Pós-graduação em Indústrias Criativas. Mestrado Profissional em Indústrias Criativas, 2021.

CAVALCANTE, Geisiane Nunes et al. O IMPACTO DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) NA ARRECADAÇÃO DO REGIME GERAL DA PREVIDÊNCIA SOCIAL (RGPS). *Ragc - Revista de Auditoria Governança e Contabilidade*, Monte Carmelo, v. 8, n. 37, p. 79-94, set. 2020.

CGI.br. (2022). Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros – TIC Domicílios 2021.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; CARVALHO, José Luis Felício. **A dimensão histórica dos discursos acerca do empreendedor e do empreendedorismo.** Revista de Administração Contemporânea, [S.L.], v. 15, n. 2, p. 179-197, abr. 2011. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1415-65552011000200002>.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; MARTINS, Paulo Emílio Matos. **A alavanca que move o mundo:** o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor. Cadernos Ebape.Br, [S.L.], v. 10, n. 2, p. 357-375, jun. 2012. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1679-39512012000200007>.

COSTA, Alessandra Mello da; BARROS, Denise Franca; MARTINS, Paulo Emílio Matos. **Linguagem, relações de poder e o mundo do trabalho:** a construção discursiva do conceito de empreendedorismo. Revista de Administração Pública, [S.L.], v. 42, n. 5, p. 995-1018, out. 2008. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0034-76122008000500009>.

COSTA, Henrique. “Entre o ‘home office’ e a vida loka: o empreendedorismo popular na pandemia”. Dilemas: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social. Rio de Janeiro, set./2020, pp. 1-19.

COSTA, Márcia da Silva. Trabalho informal: um problema estrutural básico no entendimento das desigualdades na sociedade brasileira. **Caderno Crh**, [S.L.], v. 23, n. 58, p. 171-190, abr. 2010. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-49792010000100011>.

CRUZ, Taís Souza da. Pimentas na periferia metropolitana: reflexões acerca do estigma territorial e de suas contradições. 2022. 104 f. Monografia (Especialização) - Curso de Geografia, Unesp, Presidente Prudente, 2022.

D'ANDREA, Tiaraju. Contribuições para a definição dos conceitos periferia e sujeitas e sujeitos periféricos. *Novos Estudos - Cebrap*, [S.L.], v. 39, n. 1, p. 19-36, abr. 2020. *Novos Estudos - CEBRAP*. <http://dx.doi.org/10.25091/s01013300202000010005>

DE SOUZA, Marcelo Nogueira; GUIMARÃES, Lislaine Mara da Silva. VULNERABILIDADE SOCIAL E EXCLUSÃO DIGITAL EM TEMPOS DE PANDEMIA: UMA ANÁLISE DA DESIGUALDADE DE ACESSO À INTERNET NA PERIFERIA DE CURITIBA. *Revista Interinstitucional Artes de Educar*, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 279–296, 2020. DOI: 10.12957/riae.2020.51097. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/riae/article/view/51097>. Acesso em: 12 set. 2023.

DINIZ, Sibelle Cornélio. Possibilidades da economia popular e solidária no Brasil contemporâneo: apontamentos. *Nova Economia*, [S.L.], v. 29, n. 3, p. 963-985, dez. 2019. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/0103-6351/4685>

Ferreira, C. A. A., Carolino, A. R. ., Nero, A. C. P. ., Batista, R. C. G. . ., & Teodósio, A. dos S. de S. . (2023). **Empreendedorismo feminino periférico: análise decolonial** . *Perspectivas Em Gestão & Conhecimento*, 13(3), 109–133. Recuperado de <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc/article/view/67384>

FILGUEIRAS, L.; DRUCK, G.; DO AMARAL, M. F. O CONCEITO DE INFORMALIDADE: um exercício de aplicação empírica. *Caderno CRH*, [S. l.], v. 17, n. 41, 2006. DOI: 10.9771/ccrh.v17i41.18490. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/crh/article/view/18490>. Acesso em: 7 jul. 2023.

FloripAmanhã. **IVG lança projeto de turismo no Monte Serrat**. 2021. Disponível em: <https://floripamanha.org/2021/07/ivg-lanca-projeto-de-turismo-no-monte-serrat/>. Acesso em: 06 ago. 2023.

GOMES, Almiralva Ferraz. O empreendedorismo como uma alavanca para o desenvolvimento local. *Revista Eletrônica de Administração*, Franca, v. 4, n. 2, 2005.

GUAZI, T. S. **Diretrizes para o uso de entrevistas semiestruturadas em investigações científicas**. Revista Educação, Pesquisa e Inclusão, [S. l.], v. 2, 2021. DOI: 10.18227/2675-3294repi.v2i0.7131. Disponível em: <https://revista.ufr.br/repi/article/view/e202114>. Acesso em: 18 mar. 2024.

Holzmann, L. (2013). O Trabalhador por Conta Própria no Brasil. Revista Paranaense De Desenvolvimento - RPD, 34(124), 119–137. Recuperado de <https://ipardes.emnuvens.com.br/revistaparanaense/article/view/551>

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua: PNAD. Rio de Janeiro: IBGE, 2022

IMPACT Hub Floripa. 2023. Disponível em: <https://floripa.impacthub.net/>. Acesso em: 10 set. 2023.

JESUS, Likem Edson Silva de. PERIFERIA, UM TERMO CRÍTICO: DISTANCIAMENTOS ESPACIAIS, SOCIAIS E SIMBÓLICOS NAS CIDADES. Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais, Recife, v. 10, p. 58-78, jun. 2021.

LEITE, Márcia Pereira; GOMES, Ramón Chaves. Empreendedorismo e “inclusão produtiva” em favelas e periferias. Revista Ensaios, Niterói, v. 14, p. 21-37, 2019. Semestral. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/ensaios/article/download/40158/23130/135137>. Acesso em: 08 abr. 2023.

LIMA, Irenilda de Souza; DOMINGUES, Rita Alcântara; DANTAS, Rafael. TERRITÓRIO, TERRITORIALIDADE E A INFLUÊNCIA DA MÍDIA NA IDENTIDADE DA PERIFERIA: Um estudo sobre a imagem construída pelos moradores de Dois Unidos (Recife) nas redes sociais. Humanae. Questões Controversas do Mundo Contemporâneo., [s. l.], v. 2, n. 11, jan. 2017. Disponível em:

<https://revistas.esuda.edu.br/index.php/humanae/article/view/592/187>. Acesso em: 12 ago. 2023.

LIMA, Jacob Carlos. Participação, empreendedorismo e autogestão: uma nova cultura do trabalho?. *Sociologias*, [S.L.], v. 12, n. 25, p. 158-198, dez. 2010. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1517-45222010000300007>.

MAURER, Camila; XAVIER, Cintia. Alô, Comunidade. *Revista Internacional de Folkcomunicação*, [S.L.], v. 20, n. 45, p. 145-161, 23 dez. 2022. Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). <http://dx.doi.org/10.5212/rif.v.20.i45.0008>.

MARTINS, Gilberto de Andrade. **Estudo de Caso**: uma estratégia de pesquisa. - 2 ed. - São Paulo: Atlas, 2008

MARIUTTI, Eduardo. Estado, Mercado e concorrência: Fundamentos do “neoliberalismo” como uma nova cosmovisão. *Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política*, Número 54 (set 2019 - dez 2019). Disponível em: <https://revistasep.org.br/index.php/SEP/article/view/515> . Acesso em: 12 set. 2023.

MELO, Natália Maximo e. **SEBRAE E EMPREENDEDORISMO: origem e desenvolvimento**. 2008. 156 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2008.

MEMP. Mapa de Empresas: Boletim do 3º quadrimestre//2023. Brasília, 2024. Disponível em gov.br/mapadeempresas. Acesso em: 06 fev. 2024.

Mick, Nogueira (org. Viver por conta própria : como enfrentar desigualdades raciais, de classe e gênero e apoiar a economia popular nas periferias brasileiras [livro eletrônico – São Paulo : Fundação Perseu Abramo, 2023. 244p

NASCIMENTO, Daniela Silva. **A EDUCAÇÃO REMOTA E SEUS IMPACTOS NOS EXCLUÍDOS DAS MÍDIAS E TECNOLOGIAS NA PERIFERIA.**: um estudo com alunos da escola estadual girassol de tempo integral sancha ferreira no período de (pós)pandemia. 2022. 27 f. Tese (Doutorado) - Curso de Geografia, Universidade Federal do Norte do Tocantins, Araguaína, 2022.

NSC, Estúdio (ed.). **Aumento de faturamento e motivação empreendedora: o legado da Chamada de Impacto Monte Serrat.** 2021. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/aumento-de-faturamento-e-motivacao-empree-ndedora-o-legado-da-chamada-de-impacto-monte>. Acesso em: 06 ago. 2023.

NSC, Estúdio (ed.). **Projeto Chamada de Impacto apoia empreendedores da comunidade Monte Serrat, em Florianópolis.** 2020. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/noticias/projeto-chamada-de-impacto-apoia-empree-ndores-da-comunidade-monte-serrat-em>. Acesso em: 06 ago. 2023.

OLIVEIRA, Oderlene Vieira de; FORTE, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante. **Microempreendedor Individual:** fatores da informalidade. Connexio, Natal, v. 4, p. 27-42, 1 jul. 2014. Semestral. Disponível em: <https://repositorio.unp.br/index.php/connexio/article/view/800>. Acesso em: 15 set. 2023.

OLIVEIRA, Eveline Nogueira Pinheiro de; MOITA, Dimitre Sampaio; AQUINO, Cassio Adriano Braz de. O Empreendedor na Era do Trabalho Precário: relações entre empreendedorismo e precarização laboral. Rev. psicol. polít., São Paulo, v. 16, n. 36, p. 207-226, ago. 2016. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-549X2016000200006&lng=pt&nrm=iso>.

OLIVEIRA, Brunna Alves de; PAIVA, Viviane Veríssimo de; RAMOS, Ana Caroline Salviano. Empreendedorismo feminino. Cadernos de Gestão e Empreendedorismo, [S.L.], v. 10, n. 2, p. 30-47, 19 set. 2022. Revista Cadernos de Gestao e Empreendedorismo. <http://dx.doi.org/10.32888/cge.v10i2.55109>.

Impact Hub (ed.). OUR History. Disponível em: <https://impacthub.net/our-story/>. Acesso em: 12 jun. 2024.

PAMPLONA, João Batista. Mercado de trabalho, informalidade e comércio ambulante em São Paulo. Revista Brasileira de Estudos de População, [S.L.], v. 30, n. 1, p. 225-249, jun. 2013. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-30982013000100011>.

PEREIRA, Marcelo Henrique Neves. ALÉM DA INFORMALIDADE: UMA AVALIAÇÃO POLÍTICA DO PROGRAMA MEI – MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL. 2019. 285 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2019.

Periferias no plural [livro eletrônico] / Paulo César Ramos et alii (orgs.) – São Paulo : Fundação Perseu Abramo, 2023.

PIOVESAN, Armando; TEMPORINI, Edméa Rita. **Pesquisa exploratória:** procedimento metodológico para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. Revista Saúde Pública, São Paulo, v. 29, n. 4, 1995, p. 318-325

PNAD Contínua Trimestral: desocupação fica estável em 26 das 27 UFs no 1º trimestre de 2022. Agência Ibge Notícias. Rio de Janeiro, ago. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/33703-pnad-continua-trimestral-desocupacao-fica-estavel-em-26-das-27-ufs-no-1-trimestre-de-2022>. Acesso em: 10 set. 2023.

PORTAL Sebrae. 2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/>. Acesso em: 10 set. 2023.

RAZETO, Luis M. La economia de solidaridad: concepto, realidad y proyecto. Persona y Sociedad, Volume XIII, #2, Santiago de Chile, August 1999. Disponível em: http://base.socioeco.org/docs/razeto_la_economia_de_solidaridad_06.pdf. Acesso em: 14 jun. 2024.

REDE IVG. 2023. Disponível em: <https://redeivg.org.br/>. Acesso em: 10 set. 2023.

ROSENFELD, Cinara. **Autoempreendedorismo**: forma emergente de inserção social pelo trabalho. Revista Brasileira de Ciências Sociais, [S.L.], v. 30, n. 89, p. 115, 11 jun. 2015. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.17666/3089115-128/2015>.

RUCHAUD, Guilherme Galdo. “Meu Morro da Caixa não é brincadeira”: reflexões sobre o trabalho de campo na sede da Embaixada Copa Lord. Reia - Revista de Estudos e Investigações Antropológicas, Recife, v. 5, n. 1, p. 161-192, dez. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/reia/article/view/236706/0>. Acesso em: 10 nov. 2023.

RUCHAUD, Guilherme Galdo. Entre as lajotas do Monte Serrat : narrativas e materialidades na construção da cidade em Florianópolis. 2019. 217 f. Tese (Doutorado) - Curso de Antropologia, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2019.

SALTO Aceleradora. 2023. Disponível em: <https://impacthubflnsp.ac-page.com/salto-aceleradora>. Acesso em: 10 set. 2023

SANTOS, Geórgia Patrícia Guimarães dos. **Desemprego, informalidade e precariedade**: a situação do mercado de trabalho no brasil pós-1990. Pro-Posições,

[S.L.], v. 19, n. 2, p. 151-161, ago. 2008. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0103-73072008000200011>.

SEBRAE (org.). **Chamada de Impacto Monte Serrat**: relatório de impacto 2020. Florianópolis, 2020. 23

SILVA, Lidiane Rodrigues Campêlo da *et al.* **Pesquisa Documental**: alternativa investigativa na formação docente. In: IX CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO – EDUCERE E O III ENCONTRO SUL BRASILEIRO DE PSICOPEDAGOGIA - ESBPP., 2009, Curitiba, p. 4554-4566.

SINGER, Paul. Economia solidária versus economia capitalista. Sociedade e Estado, [S.L.], v. 16, n. 1-2, p. 100-112, dez. 2001. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-69922001000100005>

STEHR, Nico. Da desigualdade de classe à desigualdade de conhecimento. Revista Brasileira de Ciências Sociais, [S.L.], v. 15, n. 42, p. 101-112, fev. 2000. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-69092000000100007>.

TAVARES JÚNIOR, Fernando; MANOEL, Marcelo Henrique de Castro; SILVA, Carolina Fabião da. Território, desigualdades e pandemia: reflexões sobre centroperiferia e o contexto brasileiro. Lavboratorio, Buenos Aires, v. 32, n. 2, p. 56-81, 2022. Disponível em: <https://publicaciones.sociales.uba.ar/index.php/lavboratorio/article/view/8067>. Acesso em: 09 abr. 2023.

TAVARES, Larissa Ferreira. Condenados a vencer: a atuação do SEBRAE na produção discursiva do indivíduo empreendedor de si mesmo. 2014. 158 f. Tese (Doutorado) - Curso de Sociologia, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2014.

TEIXEIRA, Lineker Gomes. Afroempreendedores: desafios e oportunidades para empreendedores negros no Distrito Federal. 2017. 84 f. Monografia (Especialização)

- Curso de Administração, O Departamento de Administração, Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

TONI, Míriam de. PRECARIZAÇÃO DO MERCADO DE TRABALHO NO BRASIL: um estudo da região metropolitana de porto alegre. *Análise Econômica*, [S.L.], v. 25, n. 47, p. 185-210, 14 out. 2009. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. <http://dx.doi.org/10.22456/2176-5456.10875>. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/AnaliseEconomica/article/view/10875>. Acesso em: 10 nov. 2023.

VALE, Gláucia Maria Vasconcellos; CORRÊA, Victor Silva; REIS, Renato Francisco dos. Motivações para o empreendedorismo: necessidade versus oportunidade?. **Revista de Administração Contemporânea**, [S.L.], v. 18, n. 3, p. 311-327, jun. 2014. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1982-7849rac20141612>.

WISSMANN, Alexandre dal Molin. A EXPERIÊNCIA DO MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL (MEI) SOB A ÓTICA DA QUALIFICAÇÃO. 2017. 150 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Universidade Federal do Rio Grande – Furg, Rio Grande, 2017.

ANEXO 1

Questionário semiestruturado, aplicado com representantes do Sebrae e do IGV.

Objetivo: Compreender a percepção dos organizadores do programa acerca da experiência dos participantes, advindos da periferia;	
TÓPICOS DE INVESTIGAÇÃO	PERGUNTA BASE
Compreender a percepção que a organização tem sobre os empreendedores e negócios participantes do programa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quais são as principais necessidades manifestadas pelo empreendedor ao procurar o programa? 2. O que um programa voltado a empreendedores da periferia precisa ter de diferente em comparação a um voltado ao público não periférico? 3. Para você, o que explica a maior participação feminina no programa? 4. Vivemos numa sociedade muito desigual. Para além das desigualdades econômicas, você sabe dizer se os pequenos negócios de periferias enfrentam desafios relacionados a preconceitos de raça ou gênero?
Qual a percepção dos organizadores sobre os negócios antes e após a participação no programa?	<ol style="list-style-type: none"> 1. De que forma o programa ajuda a alavancar os negócios da periferia? 2. Você acredita que o programa hoje supre as necessidades de capacitação de um negócio da periferia? 3. O que há de diferente em um negócio da periferia antes e após a participação no programa?
Qual a percepção dos organizadores sobre os empreendedores antes e após a participação no programa?	<ol style="list-style-type: none"> 1. O que você percebe de diferente no empreendedor ao entrar no programa e ao final dele? 2. Na sua avaliação, como o programa motivou esses empreendedores?
Objetivo: Identificar a presença da racionalidade neoliberal no programa	

Identificar se a racionalidade no programa está mais próxima da neoliberal ou da solidariedade, que é a forma de economia mais presente no Monte Serrat.

1. De alguma forma, os participantes do programa colaboram com os negócios uns dos outros?
2. O programa produz algum efeito na relação que os empreendedores do Monte Serrat estabelecem entre si e com a comunidade?
3. Os negócios do Monte Serrat têm concorrentes? Como o programa orientou a relação dos empreendedores com a concorrência?
4. Você identifica os participantes do programa como “empreendedores.as”? Que significado essa palavra tem para você?

ANEXO 2

Questionário semiestruturado, aplicado com participantes do Programa Chamada de Impacto Monte Serrat.

Objetivo: Compreender os desafios que levam criadores de negócios na periferia a buscarem programas de capacitação como o Chamada de Impacto;	
TÓPICOS DE INVESTIGAÇÃO	PERGUNTA BASE
Compreender a trajetória do/da entrevistado/da e de sua família em relação a condições de trabalho formal e informal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qual a sua escolaridade? 2. Qual a sua condição conjugal? 3. Possui filhos? Em quais idades? 4. Vive sozinha/o ou com mais alguém? 5. Você é responsável pelo sustento de outras pessoas além do seu (e possivelmente dos filhos)? 6. Já teve emprego formal/carteira assinada antes? Se sim, quais empregos? 7. Alguém da sua família tem emprego estável? (como carteira assinada ou serviço público) 8. Alguém na sua família já teve/tem um negócio? 9. Como você descreve o seu negócio? 10. Seu negócio hoje é a sua única forma de obter renda? 11. O seu negócio é formalizado? 12. Há quanto tempo tem o seu negócio?
Compreender a divisão sexual do trabalho, no trabalho informal e criação de negócios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quantas horas na semana você consegue dedicar ao seu negócio? 2. Que outras responsabilidades você tem além do seu negócio? Como faz para conciliá-las? 3. Na sua casa, quem é responsável/participa dos cuidados domésticos?
Quais desafios/barreiras são impostas ao criador de negócio da periferia que o leva a buscar um programa de	<ol style="list-style-type: none"> 1. Como você ficou sabendo do Programa? 2. O que te motivou a participar do programa? 3. Que tipo de apoio você buscava encontrar no

capacitação?	<p>programa? Como você imaginava que o programa poderia te ajudar?</p> <p>4. Quais eram os seus maiores desafios do seu negócio antes de entrar no programa?</p>
<p>Objetivo: Compreender a percepção dos participantes do programa acerca dos impactos ocorridos durante e após a participação no programa de capacitação, tanto em seus negócios quanto na sua autoimagem e autoestima;</p>	
TÓPICOS DE INVESTIGAÇÃO	PERGUNTA BASE
<p>Qual a percepção dos participantes sobre seus negócios, após participarem do programa?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A participação no programa ajudou de algum modo no seu negócio? Se sim, como? 2. Quais foram os seus principais aprendizados com a experiência no programa? 3. Você vê alguma diferença no seu negócio antes e após a participação no programa? Se sim, quais? 4. Houve crescimento no seu negócio durante ou depois dos três meses de participação no programa? 5. A sua forma de nomear seu negócio hoje é a mesma de antes do programa?
<p>Qual a percepção dos participantes na sua autoimagem e autoestima, após participarem do programa?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Como você se vê após ter participado do programa? 2. O programa te ajudou a se motivar em relação ao seu negócio? De que forma? 3. Quais são os desafios atuais do seu negócio? 4. O que hoje o programa não tem/oferece e que poderia ajudar mais o seu negócio?
<p>Percepção sobre a presença ou ausência dos recortes sociais entre os desafios que encontram enquanto donos de negócios e entre os temas trabalhados nas atividades do programa.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Você considera que discriminações pelo fato de você ser mulher ou pessoa negra criam dificuldades para o seu negócio? 2. (Se sim) Você tinha expectativa de que o programa ajudasse você e seu negócio a enfrentar esse tipo de discriminação?

Objetivo: Identificar a presença da racionalidade neoliberal no programa

Identificar se a racionalidade no programa está mais próxima da neoliberal ou da solidariedade, que é a forma de economia mais presente no Monte Serrat.

1. De alguma forma, os participantes do programa colaboram com os negócios uns dos outros?
2. O programa produziu algum efeito na relação que os donos de negócios do Monte Serrat estabelecem entre si e com a comunidade?
3. Você tem concorrentes? Se sim, como se relaciona com eles?
4. Você se identifica como “empreendedor”? Que significado essa palavra tem para você?