RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes

Universidad
Nacional
de Quilmes

Lovisolo, Hugo R.

ONG : valores anticapitalistas e administração capitalista

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - 2.5
https://creativecommons.org/licenses/by/2.5/ar/

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:
Lovisolo, H. R.; Abreu, M. (2012). ONG: valores anticapitalistas e administração capitalista. Revista de Ciencias Sociales, segunda época 14, 109-123. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1557

Puede encontrar éste y otros documentos en: https://ridaa.unq.edu.ar

Universidad
Nacional
de Quilmes
Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Hugo R. Lovisolo / Monique Abreu

ONG: valores anticapitalistas e administração capitalista

Introdução

Já faz algumas décadas que observamos o crescimento de organizações orientadas por valores contrários ao capitalismo e ao mercado, à racionalidade capitalista voltada para a obtenção do lucro e a acumulação no seio da competição de mercado. O horizonte comum dessas organizações é geralmente indicado por nomes de objetos ou práticas valiosas, como cooperação, solidariedade, ajuda mútua, participação igualitária, autonomia e valorização da cultura local, entre outros. Os valores orientadores se transformam em objetivos ou metas em favor dos desfavorecidos, dos explorados ou não incluídos, em termos de aumento de renda, melhoria nas condições de vida, mudança social, obtenção de direitos, desenvolvimento de capacidades e competências, entre as mais mencionadas. Estamos diante de propostas generosas e, sem sombra de dúvida, muito bem intencionadas.

No processo de constituição, manutenção e crescimento, as organizações devem captar recursos públicos ou privados para atingir seus objetivos de acordo com os valores assumidos. O paradoxal é que, situadas em um mundo darwiniano, onde sobrevivem os mais competentes, estão obrigadas a adotar o conjunto dos instrumentos que caracterizam a racionalidade administrativa do capitalismo.

Parece que se conforma uma situação paradoxal: os discursos orientadores assumem valores anticapitalistas e os processos de gestão se rendem às formas utilizadas na administração racional do capitalismo, que se materializam e se manifestam na estrutura dos projetos, dos planos de negócio e de acompanhamento dos processos de gestão. Começar a analisar o paradoxo é o objetivo deste artigo, privilegiando um estudo de caso.

DAVIDA e DASPU

Com o intuito de gerar o estranhamento diante dessa penetração da racionalidade administrativa capitalista, tomaremos como contraponto elementos

parciais da descrição sobre a ONG DAVIDA realizada por Abreu (2010). Acreditamos que o leitor com experiência no trabalho das ONGs poderá deslocar afirmações e, sobretudo, questões para o âmbito que conheça de forma direta. Estamos convidando-o, portanto, a uma reflexão ativa e, se preferir, a uma pesquisa comum.

O objeto empírico construído é a organização não governamental DAVIDA e, especialmente, um de seus principais produtos, a grife DASPU, que representa a "cara" da instituição. A DAVIDA é uma organização que pretende, sobretudo, mudar as representações sociais em vigor sobre a prostituição. Defende uma proposta de trabalho centrada no reconhecimento e na valorização da profissão, aliada à mudança nas condições de seu exercício. Seu trabalho é político e cultural, posto a serviço de uma categoria de trabalhadoras. Contudo, não é uma associação do tipo "sindicato", pois este se caracteriza por defender os interesses de seus associados. Este não é o caso da DAVIDA, que, enquanto associação, está a serviço de pessoas que não são afiliadas ou associadas e se enquadra dentro da legislação que regula as organizações sem fins lucrativos.

DAVIDA: crença na racionalidade técnica e processo

Quando a pesquisa sobre a DAVIDA foi iniciada, dominava a ideia de que a grife de confecções DASPU poderia se tornar um negócio bem-sucedido que gerasse trabalho, renda e inclusão e se transformar num lugar de acolhimento para as mulheres que concluíam seu ciclo na prostituição ou que dela pretendiam sair. Esta ideia aparecia como natural tanto para membros da organização quanto para pessoas e organizações simpatizantes. O entendimento comum levou duas instituições universitárias a elaborarem planos de negócio, muito bem estruturados, para o desenvolvimento da marca DASPU, de sua produção e de produtos. Em outra terminologia, parecia que todos estavam orientados no sentido de fortalecer a sustentabilidade da organização (Alves Junior, 2010) e, ao mesmo tempo, gerar benefícios tangíveis para a parcela da categoria a qual se pretendia apoiar, ajudar ou promover. Partilhava-se a convicção de que um bom plano de negócio e uma boa gestão eram condições absolutamente necessárias. Categorias clássicas da administração capitalista como mercado, investimentos, rentabilidade, custos e benefícios, entre outras, estavam claramente presentes no plano.

O plano de negócio elaborado pelas organizações aparece como o núcleo inicial da penetração da racionalidade técnica administrativa capitalista e se postula como instrumento fundamental para os empreendedores, de negócio ou sociais, sendo recomendado na literatura e pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Apelar a universitários especializados em administração significa, em princípio, valorizar o conhecimento transformado em instrumentos técnicos da administração ou gestão.

Como relata Abreu (2010), ao iniciar o trabalho de pesquisa pretendia-se contribuir para aumentar a diversidade da oferta da grife DASPU, ou seja, a intenção era desenvolver o negócio. As reuniões para discutir alternativas foram

muito bem aceitas. Dominava a ideia de que a marca poderia ser a base de uma empresa que participasse nas relações que envolvem as propostas de desenvolvimento local e de empreendedorismo. Contudo, nada evoluía, parecia que tudo desmanchava no ar, apesar das manifestações entusiastas a favor do desenvolvimento e da ação eficaz. Os planos de negócio pareciam não querer sair do papel e, embora todos concordassem sobre a existência de sérios problemas de gestão, nada se fazia para superá-los.

Os participantes externos começaram a pensar que tinham seguido a orientação dominante que vincula, de forma quase automática, iniciativas de produção com geração de renda e emprego e, de modo mais geral, com inclusão. Escritos teóricos e de divulgação e a propaganda oficial reforçam os vínculos entre emprego, renda e inclusão mediante a constituição de atividades que podem ser entendidas como empreendedorismo social, economia solidária ou ter outra denominação que indique sua condição de alternativa, e mesmo de oposição, à dinâmica capitalista.

O empreendedorismo se tornou uma ideologia dominante seja quando se fala de empreendedorismo de necessidade (espaço de reprodução sem evolução do negócio) e de empreendedorismo de oportunidade (implicando evolução) ou quando se contrapõe o empreendedorismo de negócios, capitalista e de mercado, a um empreendedorismo social, cooperativo e solidário, entre outras designações que qualificam os arranjos locais alternativos à organização típica capitalista. Coloca-se então a questão: que razões levaram ao uso da expressão "empreendedorismo", tanto para designar ações que visam o lucro quanto para as que têm como finalidade a inclusão? Como entender que os instrumentos da racionalidade técnica, desenvolvidos para gerar lucro, sejam demandados no campo das ONGs a serviço de outras finalidades, sociais, críticas e alternativas ao capitalismo ou sem fins lucrativos, e com tantos outros qualificativos distintos? Como entender que se gerem crenças sobre sua utilidade e necessidade? Estaremos aceitando que o instrumento técnico seja independente das condições (capitalistas) de sua geração? Ou seja, que ele represente a racionalidade possível e desejada e possa ser utilizado mesmo quando os objetivos e o modo de funcionamento sejam radicalmente diferentes ou opostos?

Os próprios membros da DAVIDA e as pessoas que atuavam na DASPU pareciam pensar que estavam criando um negócio, que eram empreendedores. Entretanto, as medidas para desenvolver o plano de negócio não se concretizavam. O processo parecia recusar as crenças.

Das fontes

As fontes da pesquisa foram os planos de negócio escritos, as reflexões já realizadas e publicadas sobre a DAVIDA/DASPU, a bibliografia sobre o tema, o site da instituição e as entrevistas feitas com três grupos principais de atores informantes: a) os dirigentes e membros da ONG, atuantes tanto na DAVIDA quanto na grife DASPU; b) prostitutas, principalmente do Rio de Janeiro; e c) clientes que compraram produtos da marca em feiras e eventos. Trabalhamos, portanto, com fontes primárias e secundárias.

Foi também utilizado material de dirigentes de outras instituições que

trabalham com prostitutas, porém com objetivos bem diferentes daqueles defendidos pela DAVIDA, e também depoimentos de prostitutas a elas vinculadas. A comparação entre organizações, objetivos e diferentes formas de agir significou a compreensão de parte do que estava em jogo: a geração de projetos de sentidos bem diferentes em relação à prostituição, tanto no plano de seu entendimento quanto no das propostas. E, nesse contexto de significados, foram analisadas as crenças no valor do empreendedorismo, da sustentabilidade, da captação de recursos, do plano de negócio, da estratégia operacional, da transparência, da avaliação de resultados e da profissionalização, entre outras categorias, que refletem a penetração das técnicas administrativas, de geração capitalista, no campo do trabalho social posto como alternativo ao mercado e ao lucro.[1]

Os objetivos da organização DAVIDA

A DAVIDA se situa em uma posição antagônica àquelas organizações que, por razões morais, religiosas ou higiênicas, pretendem eliminar a prostituição da sociedade ou reduzir sua prática para "reservas" controladas pelo poder público. Contudo, parece que sempre existiu uma argumentação que considera a prostituição um "mal menor" diante dos grandes males que ocorreriam se ela fosse banida. No fundo, a crença de que ela é uma válvula de escoamento de tensões de diversas naturezas parece ter sido forte e ainda não desapareceu. Ou seja, desde tempos distantes ela teria sido necessária para o equilíbrio social. O defensor do "mal menor" não faz muito alarde de sua posição; boa parcela deles parece concordar com as avaliações morais negativas da prostituição, contudo, jamais avançariam no sentido de sua penalização legal. Paradoxalmente, há defensores da penalização do cliente na prostituição, na transformação do cliente em promotor ou viabilizador da atividade, deixando de ser considerado mero usuário. Sem aprofundar a questão, observemos que a penalização do cliente, substituta da penalização do fornecedor, seja homem ou mulher, caminharia na direção jurídica oposta, por exemplo, à do campo da venda e uso de drogas.

A organização DAVIDA defende o livre exercício da prostituição por parte das mulheres com responsabilidade e autonomia. Por certo, ela também é contrária à exploração das prostitutas, porém se baseia muito mais em argumentos sobre os direitos ao produto do próprio esforço do que em argumentos morais. O que está em jogo são as condições de trabalho e o controle sobre o produto do trabalho. A linguagem moral, religiosa ou higienista é abandonada. Seu lugar é ocupado por direitos e responsabilidades das trabalhadoras do sexo. A organização entende, nas palavras de sua dirigente-mor, que:

> A prostituta não está enquadrada no Código Penal Brasileiro. No entanto, é uma das atividades que mais sofrem

[1] Alves Junior (2010) centrou sua pesquisa em 12 ONGs do Ceará nas categorias que representam os instrumentos da racionalidade administrativa. A alta adesão dos entrevistados pode ser considerada como extensível a outros contextos de atuação.

> preconceito e repressão policial. O que é considerado criminoso no Brasil é o explorador sexual, ou seja, o cafetão, dito protetor, ou a cafetina, a dona da casa. Se um grupo de prostitutas formar uma cooperativa, automaticamente ele será enquadrado no Código Penal, e elas passam a ser consideradas fora-da-lei. Mas em tese, quando a prostituta exerce o seu trabalho, nada se pode fazer contra ela. Em tese.
>
> O Código Penal Brasileiro é muito antigo, de 1940 para cá não sofreu modificações substanciais e os artigos referentes à prostituição foram feitos para proteger a puta. No entanto, infelizmente, ele teve o efeito contrário ao desejado. A prostituta acabou no meio da total marginalidade porque aqueles que a cercam são considerados criminosos e, de alguma forma, transferem essa condição a ela. A cafetina, mesmo do mais baixo meretrício, gasta altas somas com corrupção, paga todas as suas despesas e ainda ganha muito dinheiro [...] (Leite, 2008: 61).

A DAVIDA pretende agir junto aos organismos do Estado, aos organismos internacionais e às diversas organizações que lidam com a prostituição para influenciar na direção do reconhecimento e de melhores condições de exercício da profissão. No plano cultural, tenta agir junto às instâncias formadoras de opinião, de modo especial com a mídia, para que a atividade passe de uma situação de desvalorização para a de reconhecimento profissional. Para a DAVIDA, o sexo, o turismo sexual e a fantasia sexual são parte da vida e não deveriam ter um estatuto diferente do que possui, por exemplo, o trabalho na hotelaria, na gastronomia ou no turismo. Mesmo quando pago, o sexo faz, assim como a gastronomia, parte da vida. Talvez, até, da vida boa.

Assim, se a DAVIDA está vinculada ao empreendedorismo relatado por mestres da administração no Brasil como Chiavenato e Dornelas, entre outros autores, ele difere nos retornos que aspira realizar. Mais ainda, se é um projeto de empreendedorismo social, seria de um tipo especial, pois parece estar centrado na mudança de valores em relação à prostituição e na expressão simultânea de uma "personalidade ou cultura prostituta". A presença midiática, objetivo central da marca DASPU, contribuiria para o fortalecimento da voz da DAVIDA e, como consequência, para o aumento do potencial reconhecimento da representação da organização nos foros nacionais e internacionais.[2] Um bom exemplo do empreendedorismo cultural é o vestido de noiva criado pela DASPU a partir de lençóis velhos de motéis (*albergues transitorios*), que percorreu o mundo e, segundo os dirigentes da DAVIDA, ganhou certificado de obra de arte. O vestido é uma metonímia, a parte que representa o todo, do agir da DAVIDA/DASPU. A organização parece ter como referência analógica a clássica descrição dos lobbies e de seus modos de agir no mundo capitalista das relações entre empresas e governo.

[2] Segundo Simões (2009), fazer reconhecer a prostituição como uma "ocupação legal" tornou-se um dos principais objetivos das associações de prostitutas, no Brasil e em outros países, encontrando apoio entre os agentes do Ministério da Saúde. O movimento associativo das prostitutas no país teve início nos anos 1980, vindo a consolidar-se em 1987, com a criação da Rede Brasileira de Prostitutas.

As organizações das prostitutas realizaram parcerias com o Ministério da Saúde, sendo a DAVIDA uma das organizações responsáveis pela distribuição de camisinhas e divulgação de informações sobre sexo sadio entre as prostitutas da cidade do Rio de Janeiro. Cabe destacar, neste contexto, que o Brasil ganhou vários elogios da Organização das Nações Unidas (ONU) e da Organização Mundial da Saúde (OMS) por suas iniciativas bem-sucedidas de incorporação das trabalhadoras do sexo no combate ao HIV (SIDA). Observemos que para obter recursos as ONGs devem "concorrer" apresentando seus projetos, que receberão ou não financiamento a partir de um julgamento. Participam, portanto, de um tipo de competição promovido pelo Estado para distribuir recursos entre as organizações do chamado terceiro setor.

No caso da DAVIDA, a captação de recursos aparece como um meio para realizar suas finalidades políticas e culturais. A diversificação das fontes de recursos pode ser um caminho que fortalece a ONG, pois se acredita que as mudanças políticas podem, no caso dos recursos públicos, gerarem mudanças não muito previsíveis que afetem a sobrevivência da organização.

É importante ressaltar que os dirigentes das ONGs apresentam a captação de recursos como um meio, não como uma finalidade. O recurso como finalidade, sob a forma do lucro, seria típico do capitalismo. A questão é se a tremenda diferença entre meio e finalidade possibilitaria usar os mesmos recursos administrativos. Focaremos esta questão ao longo do ensaio.

Parece existir uma analogia entre os dispositivos das técnicas administrativas e os dispositivos das técnicas no campo científico: o método é universal e se aplica a qualquer condição. Esta afirmativa é repetidamente enunciada para criticar o positivismo cientificista (Lovisolo, 2000). Em outras palavras, os métodos racionais da gestão do empreendedorismo capitalista se aplicariam mesmo que as finalidades sejam radicalmente diferentes? Se assim for, estaríamos diante de um empreendedorismo cientificista ou positivista?

De acordo com o projeto de graduação da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM/SP) de 2007/2 sobre a DASPU, são objetivos da ONG: assegurar o protagonismo e a visibilidade social das prostitutas; promover políticas públicas; obter o reconhecimento legal da profissão; promover a organização de classe; reduzir a vulnerabilidade da categoria, especialmente na área legal, de saúde e segurança; denunciar e enfrentar o estigma; garantir e divulgar benefícios sociais; conquistar melhores condições de trabalho; gerar recursos próprios para a organização. Estas finalidades, entretanto, são tratadas como sendo atingíveis mediante um plano técnico de negócio. O Sebrae, por exemplo, divulga um modelo de plano de negócio universal. Ou seja, a administração técnica se coloca como universal e independente da singularidade da organização.

A ONG DAVIDA declara que tem como missão "criar oportunidades para o fortalecimento da cidadania das prostitutas, por meio da organização da categoria, da defesa e promoção de direitos, da mobilização e do controle social", e como objetivos "assegurar o protagonismo e a visibilidade social das profissionais do sexo; promover a organização de classe, assessorando a formação de associações

e capacitando suas lideranças; denunciar e enfrentar o estigma, o preconceito e a discriminação que atingem as profissionais do sexo" (<http://www.davida.org.br>), entre outros. "A DASPU tem por objetivo gerar recursos para investir em projetos sócio-culturais da organização" (Yaccoub, 2009: 5). A singularidade de seus objetivos, no entanto, depende da geração ou captação de recursos. Será que isto a obriga a aceitar, acreditar e pôr em prática a racionalidade técnica da administração? E se for assim, quais seriam as consequências?

Projetando os objetivos da ONG na grife, esta foi vista como um verdadeiro negócio, que se destacou na mídia muito mais do que a própria ONG e em termos de captação de recursos. A marca DASPU, então, parece estar a serviço da sustentabilidade da ONG DAVIDA, que é uma OSCIP,[3] e de suas finalidades, juntamente com recursos do Ministério da Saúde, inclusive para campanhas preventivas, pois ela é uma das organizações responsáveis pela distribuição de camisinhas e divulgação de informações sobre sexo seguro.

A questão é: a ONG DAVIDA pode ser considerada como empreendedorismo social? E o empreendedorismo social deve estar imbuído da racionalidade das técnicas administrativas construídas para gerar lucro nas empresas?

Empreendedorismo

No sentido abordado por Dornelas – autor com livros publicados e muito citado, juntamente com Chiavenato –, a evolução da vida em sociedade transcorre paralelamente com a necessidade do surgimento de novas ideias, capazes de gerar não apenas o desenvolvimento de competências e habilidades, como também as próprias riquezas do país. E por trás dessas novas ideias estão pessoas ou grupos empenhados em conquistar um espaço significativo, seja qual for o objetivo desta jornada.

> O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente, essas invenções são frutos de inovação, de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém antes ousou olhar de outra maneira. Por trás dessas invenções, existem pessoas ou equipes de pessoas com características especiais que são visionárias, questionam, arriscam, querem algo diferente, fazem acontecer e empreendem. Os empreendedores são pessoas diferenciadas, que possuem motivação singular, apaixonadas pelo que fazem não se contentam em ser mais um na multidão, querem ser reconhecidas e admiradas, referenciadas e imitadas, querem deixar um legado (Dornelas, 2005: 21).

Os empreendedores ultrapassam limites que até então eram vistos como intransponíveis; arriscam, planejam e organizam, com uma visão para o futuro. Os empreendedores são indivíduos que

[3] A Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) é uma denominação decorrente da Lei 9.790 de 23/03/99, que dispõe sobre a qualificação de pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos.

ampliam o campo de ação de setores da sociedade, inovando em termos de relações de trabalho, campos de atuação, produzindo novas formas de geração de renda. Dessa forma eles conseguem gerar riquezas e oportunidades. Em resumo, há uma apresentação do empreendedor como uma espécie ou tipo de herói. Esta visão acadêmica se multiplica, por exemplo, nos programas da Rede Globo, em jornais e revistas. A mídia registra a atitude empreendedora da mudança do estilo de vida ou da inserção no mundo do trabalho de forma distinta da tradicional, representada pelo emprego formal. O empreendedor é um tipo de personalidade que deve ser admirada, reconhecida, elogiada e, tudo indica, imitada. Como reforços aí estão as pesquisas, tidas como científicas, que elencam os traços da personalidade do novo herói social.

A visão original do empreendedor como inovador no campo restrito da empresa, com a finalidade de ampliação dos lucros, dos investimentos e da própria empresa, parece expandir-se para uma equivalência entre empreendedorismo e mudança ou transformação social. Certamente, o modo de produzir do fordismo implicou mudanças sociais; entretanto, vender churrasquinho na rua para aumentar a renda seria também uma mudança social? Não estaríamos diante de uma concepção que iguala, nivela e não realiza distinções de grau? E, portanto, diante de definições formais e sem conteúdo sociológico relevante e que aplainam ou reduzem a linguagem com a qual nos referimos aos processos sociais? Neste sentido, categorias tradicionais da esfera política, como reformadores e revolucionários, são englobadas pela categoria de "empreendedor". Sendo assim, todos os que inovam, aspiram ao reconhecimento e desejam deixar um legado seriam empreendedores? Lênin, Stalin, Hitler, Gandhi, Madre Teresa de Calcutá? O empresário inovador ou empreendedor seria apenas um subtipo da categoria geral de empreendedor. O empreendedor social seria aquele que apela para suas qualidades morais superiores, pois, ao invés de agir em função de seus próprios interesses, egoístas, o faz para satisfazer interesses alheios, altruístas? Seria o tipo superior do empreendedorismo? As páginas com as propostas de Ashoka confirmam esta visão.[4] A vontade de mudar o mundo parece ter assimilado a linguagem elogiosa do empreendedorismo. Em vez dos revolucionários e dos reformadores teríamos o empreendedor social?[5]

O empreendedor social seria apenas um tipo superior de empreendedor e que ocupa o lugar que antigamente ocupavam revolucionários, reformadores e filantropos? Porém, esta visão não traria como consequência tanto a ocultação de diferenças históricas quanto a criação de assimilações entre empreendedores surgidos em contextos e intencionalidades diferenciados?

De fato, Dornelas formula uma definição abstrata que se aplica a todos

[4] A Ashoka se diz "uma organização mundial, sem fins lucrativos, pioneira no campo da inovação social, trabalho e apoio aos empreendedores sociais – pessoas com ideias criativas e inovadoras capazes de provocar transformações com amplo impacto social" (<http://www.ashoka.org.br/>).

[5] Sobre relações análogas entre técnicos e camponeses, ver Lovisolo (1986), e entre educadores populares e o povo, Lovisolo (1990).

os inovadores: "empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processo que, em conjunto, levam à transformação de idéias em oportunidades. E a perfeita "implementação" dessas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso" (2005: 39). A DAVIDA seria um negócio de sucesso? A resposta é positiva quando se considera a transformação de ideias em oportunidades que geram uma organização de sucesso, sobretudo midiático. Poucas organizações são postas nas massivas e prestigiadas telenovelas brasileiras. A DAVIDA fez isso com a DASPU. Nossa admiração pela DAVIDA deve se orientar pela realização de seus objetivos ou pela capacidade de estar na mídia? O fantástico é que em entrevistas realizadas na Vila Mimosa, histórica zona de prostituição no Rio de Janeiro, as poucas prostitutas que diziam conhecer a DAVIDA/DASPU mencionavam a novela da Rede Globo!

O empreendedor social busca provocar mudanças que contribuam, mesmo que minimamente, para melhorias sociais. Segundo Oliveira (2007: 83), foi nos anos de 1990, em resposta ao agravamento das questões sociais devido à redução dos investimentos públicos no campo social, que se deu o crescimento das organizações do terceiro setor e da participação de empresas com investimentos e ações no campo social, esfera tradicional de intervenção do Estado. Nesse contexto, o empreendedorismo social ganhou espaço. Assim, segundo este mesmo autor, o empreendedorismo social é uma ação inovadora voltada para o campo social, ou seja, que atende demandas da sociedade em campos tradicionalmente de ação exclusiva do Estado, como a educação, a saúde, entre outros. Primeiramente se observa o problema local, depois se elabora uma alternativa para a solução do problema. Essa ideia, no entanto, deverá ser inovadora, realizável, autossustentável, ou seja, não deve depender somente de investimento governamental e deve envolver outros segmentos da sociedade, além de gerar um impacto social nas pessoas atendidas, e seus resultados devem ser avaliados.

De acordo com as lições de Melo Neto e Froes, a ideia de empreendedorismo social está intimamente ligada à necessidade de produção de desenvolvimento humano, social e sustentável, com foco no indivíduo, resgatando sua cidadania, seu valor e sua capacidade para inovar, transformar e empreender, com base nos valores da cooperação entre governo local, empresas ou organizações sociais.

Assim, o empreendimento social é uma espécie de tecnologia social, já que esta é considerada um "arranjo institucional definido e implementado" (Melo Neto y Froes, 2002: 64) por uma coletividade, que identifica ideias e oportunidades econômicas e sociais, desenvolvendo-as, transformando-as em empreendimentos comerciais e industriais autossustentáveis.

No entanto, para os autores há uma diferença entre o chamado empreendedorismo privado e o empreendedorismo social. O primeiro possui natureza individual, seu objetivo é produzir bens e serviços para o mercado, pois seu foco é o mercado, onde busca o lucro, satisfazendo seus clientes e ampliando as potencialidades do negócio. Já o empreendedorismo social é coletivo, nele toda a sociedade se empenha num esforço comum, produzindo bens e serviços para a comunidade, solucionando suas

carências. O foco é a busca de soluções para os problemas sociais.

> O objetivo final do empreendedorismo social é retirar as pessoas da situação de risco social e, na medida do possível, desenvolver-lhes as capacidades e aptidões naturais, buscando propiciar-lhes plena inclusão social (Melo Neto y Froes, 2002: 12).

A comunidade pode ser entendida como um coletivo. Observe-se que as empresas também podem ser definidas como um "coletivo", pois desenvolvem uma linguagem institucional do benefício coletivo para os funcionários e clientes. De fato, os autores estão apontando para as diferenças entre os objetivos, independentemente do caráter individual ou coletivo da ação. Portanto, o diferencial seriam apenas os objetivos. Parece que as tecnologias podem e devem ser partilhadas entre o empreendedorismo de oportunidade e o social. Voltamos então ao ponto de considerar os recursos teóricos e metodológicos do empreendedorismo e, portanto, da racionalidade capitalista como um caminho para qualquer tipo de empreendedorismo.

O empreendedorismo social "tem no empoderamento dos sujeitos e na integração de esforços o sentido mais amplo do desenvolvimento humano e da autonomia de gestão da vida." (Oliveira, 2007: 172). Segundo este entendimento, o desenvolvimento local realizado por ações empreendedoras gera maior conhecimento, autoestima, conscientização e autossuficiência para a comunidade, além de um importante reinvestimento da renda no espaço local. Neste sentido, o empreendimento social é uma forma de unir e organizar atores sociais em torno de uma iniciativa que, ao mesmo tempo, gera desenvolvimento, estimula a participação e a coesão. O impacto social gerado por essas iniciativas traz benefícios para a comunidade e provoca mudanças significativas no sistema em vigor.

Foi com essa visão, atrelada aos conceitos e características até agora expostos, que nasceu a DASPU. Produzir roupas, produzir moda, algo que de início parece comum, mas com um toque diferenciado. É uma moda alternativa, irreverente, produzida por um grupo estigmatizado, que, ao contrário do que se pensa, pode servir como fomentador de um negócio lucrativo.

> Era 16 de dezembro de 2005, rua de batalha Imperatriz Leopoldina, Praça Tiradentes, centro histórico e boêmio do Rio. Com o apoio de artistas e um empresário da noite, assistidas por outros profissionais e apreciadas por gente de toda parte, profissão e origem, seis prostitutas da ONG DAVIDA e uma convidada autônoma lançavam a grife DASPU. Concebida em julho e descoberta em novembro, a iniciativa pretendia, pela moda, sacanear o estereótipo de puta, dar visibilidade aos desafios e conquistas do movimento organizado da categoria, destruir o preconceito e a caretice e, claro, vender roupas para gerar recursos. Um negócio social (Lenz, 2008: 19).

Com desfiles em zonas de prostituição e centros culturais, o objetivo é gerar visibilidade e conhecimento da marca e a consequente comercialização dos produtos. O próprio desfile, imagem criticada do consumismo, parece ser integrado ou visto como um meio inócuo ou que

não tem uma história carregada de valores negativos. Lembremos que a DASPU surge quase como um jogo lúdico, tendo como referência a marca DASLU, grife da elite brasileira, que em 2005 foi acusada de sonegação fiscal.

Nesse momento, houve a aplicação de três fatores fundamentais, segundo Timmons (1994), citado por Melo Neto e Froes (2002: 45): a identificação da oportunidade, a formação da equipe e a análise dos recursos necessários. "O que importa é como o empreendedor utiliza a sua idéia, inédita ou não, de forma a transformá-la em um produto ou serviço que faça a sua empresa crescer. As oportunidades é que geralmente são únicas" (Melo Neto y Froes, 2002: 54). Torna-se difícil distinguir o empreendedorismo social do não social. Dornelas e Chiavenato poderiam assinar a enunciação de Melo Neto e Froes. Os argumentos aparecem convergentes.

Considerações finais. A difusão do modelo da administração de empresas

Acreditamos que a linguagem do empreendedorismo penetrou no campo das organizações que se postulam como críticas ao mercado, ao capitalismo e à geração de lucros. A ascensão da linguagem do empreendedorismo implica a separação, pelo menos narrativa, de tradições de entendimento formuladas a partir da esfera da política e da mudança social. A revolução, mesmo que entendida apenas como uma nova consciência dos oprimidos, como na educação popular de Paulo Freire, deixa lugar para ações positivas que devem gerar inclusão, renda, diminuição da pobreza, reconhecimento social, participação, entre outras finalidades. Estamos no campo da reforma social, que passa a ser vista na linguagem da inovação no dizer e fazer. Qualquer diferença simbólica ou prática que pareça agregar valor será considerada como inovação e mudança social. Palavras-chave do campo dos negócios como "eficaz", "eficiente" e "efetividade" passaram a fazer parte da linguagem de organizações que, há pouco tempo atrás, usavam termos como "organização" e "conscientização". Parece, então, que estamos diante de um giro profundo no modo de narrar e operar a ação social compromissada, alternativa e que objetiva a mudança social.

O empreendedor torna-se um tipo ideal de herói moderno, talvez caiba aqui dizer pós-moderno, que se caracteriza pela capacidade, arrojo e persistência para inovar. Quando orientado para ajudar, promover, apoiar os outros, sobretudo os que estão em situação inferior na distribuição econômica, social e cultural, sua estatura de herói aumenta. Assim, se há algumas décadas atrás quem estava a serviço dos outros se sentia um "conscientizador" ou "educador crítico", hoje parece que se encaixa na categoria de empreendedor social. Naquele momento, transmitia, sobretudo, ideais de autonomia e esclarecimento e valores caros à tradição intelectual do Ocidente (Lovisolo, 1990). Agora dirige, trabalha e é pago por organizações que devem lutar pela inclusão, desenvolvimento sustentado, formação de capacidades e produção das condições de vida. Nesta situação, e supostamente por causa do abandono ou redução por parte do Estado de suas funções, deve

substituí-lo ou minimamente complementar suas obrigações mediante ações eficazes e eficientes.

Para realizar seus objetivos as organizações devem captar recursos. Embora sejam ideologicamente contra a competição e o mercado, entram, de fato, em competições para a obtenção de fundos do governo ou de fundações privadas. Participam, portanto, do mercado competitivo de captação de recursos mediante projetos ou planos de negócio. As partes e exigências de ambos os produtos, projetos e planos, acabam se igualando e trocando seus lugares sem provocar reações. Em definitivo, trata-se de um plano de ação: dizer e quantificar o que será feito, como será feito e os resultados esperados. O plano de negócio traduz para critérios contábeis o plano de ação.

Os projetos, para serem financiados, devem ser avaliados. Os financiadores operam com lógicas de mercado semelhantes aos bancos ou investidores. Demanda-se, então, plano de negócio, planejamento estratégico, transparência na gestão e avaliação dos resultados em termos de metas e de satisfação dos "clientes". Essas exigências levam à necessidade de incorporar profissionais da gestão, administradores e contadores, principalmente, internos ou externos, que dominam os instrumentos da administração técnica dos negócios.

A surpresa estaria em reconhecer que lutando contra o mercado e a competição se consolidou uma competição de mercado entre as organizações sem fins lucrativos, e que os instrumentos típicos para lidar com a competição no mercado se tornaram centrais para as organizações que criticam os fundamentos do capitalismo.

A penetração das técnicas administrativas não deve ser considerada como fracasso no plano da ação econômica, social e cultural das ONGs. É bem possível que, com suas ações, estejam modificando parcelas significativas da realidade ou pretendendo mudar. Contudo, devemos reconhecer que pode ser mais prático para o Estado e para as fundações destinarem fundos ao mercado competitivo das ONGs do que realizar as tarefas por si mesmos. Assim como o Estado terceiriza obras de infraestrutura de portos, estradas e hidroelétricas, entre outras, também pode terceirizar as "obras", não menos valiosas, porém menos visíveis, de geração de renda, educação, saúde, cultura e outras. Muitos membros de ONGs que são visceralmente contra tudo o que signifique neoliberalismo e, em particular, privatização de áreas de produção, terão dificuldade para entender que eles fazem parte do modelo de privatização, cujos fundamentos mais refinados foram produzidos pelos neoliberais.

A linguagem do empreendedorismo e a penetração das técnicas administrativas parecem contribuir positivamente para essas finalidades mediante a constituição de mercados competitivos para a captação de recursos. Processo mais liberal que este é difícil de ser imaginado.

O discurso das ONGs ou dos empreendedores sociais contra o mercado, a competição, o liberalismo e o abandono das funções do Estado talvez tenha como principal função permitir a transição entre um passado revolucionário e conscientizador e um futuro de ações financiadas em um mercado competitivo e cada dia mais regido pelo cumprimento de metas que pertencem ao campo dos acordos sociais partilhados.

Bibliografia

Abeu Esteves, Martha (1989), *Meninas perdidas: os populares e o cotidiano do amor no Rio de Janeiro da Belle Epoque*, São Paulo, Paz e Terra.

Abreu, Monique (2010), "DASPU: da grife à mudança cultural", Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento Local, Centro Universitário Augusto Motta (UNISUAM), Rio de Janeiro.

Albuquerque, Lina de (2004), "A profissão mais nova do mundo", *Marie Claire*, Nº 163, out. Disponível em: <http://revistamarieclaire.globo.com/Marieclaire/0,6993,EML815233-1740-3,00.html>, último acesso em set. 2010.

Alves Junior, Maiso Dias (2010), *Sustentabilidade das organizações sem fins lucrativos*, Fortaleza, Premius.

Andrade, Ana Beatriz Pereira de (2009), "Com atitude e catiguria – visibilidades e invisibilidades femininas: Daspu como possibilidade em design", tese de Doutorado em Psicologia, Programa de Pós-Graduação em Psicologia Social, Instituto de Psicologia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Blanchette, Thaddeus e Ana Paula Silva (2005), "Nossa Senhora da Help: sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana", *Cadernos Pagú*, Nº 25, Campinas, jul./dez. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-83332005000200010&script=sci_arttext>, último acesso em: 28/06/2011.

Bortolanza, Elaine (2007), "As passarelas passeatas da Daspu", 29/10. Disponível em: <http:www.eroticomia.blogspot.com/2007/10/as-passarelas-passeatas-da-daspu.html>, último acesso em: 15/11/2010.

Camargo, Sheila Fátima Giocomazzi (2007), "A roupa-panfleto Daspu: anotações sobre um canal de comunicação", dissertação de Mestrado em Comunicação e Linguagens, Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba.

Caulfield, S. (2000), *Em defesa da honra*, Campinas, Unicamp.

Chiavenato, Idalberto (2008), *Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor*, São Paulo, Saraiva.

DASPU (2007), "Projeto de Graduação da Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo, Orientador: Ricardo Poli", São Paulo.

DAVIDA (2005), "Grupo. Prostitutas, 'traficadas' e pânicos morais: uma análise da produção de fatos em pesquisas sobre o 'tráfico de seres humanos'", *Cadernos Pagú*, Nº 25, Campinas, jul./dez. Disponível em: <ttp://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-83332005000200007&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt>,último acesso em: 28/06/2011.

Di Pietro, Maria Sylvia Zanella (2004), *Direito administrativo*, 17ª ed., São Paulo, Atlas.

Dornelas, Jose Carlos Assis (2005), *Empreendedorismo: transformando idéias em negócios*, 2ª ed., Rio de Janeiro, Campus.

Gabeira, Fernando (2003), "Projeto de Lei e Outras Proposições Consulta Tramitação das Proposições - Proposição: PL-98/2003". Disponível em: <http://www.camara.gov.br/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=104691>, último acesso em: set. 2010.

Gaspar, Maria Dulce (1984), *Garotas de programa: prostituição em Copacabana e identidade social*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar.

Geammal, Jeanine (2009), "O surgimento da marca Daspu e a projeção de sua imagem através da imprensa", dissertação de Mestrado, Escola Superior de Desenho Industrial, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Filho, José dos Santos Carvalho (2006), *Manual de direito administrativo*, Rio de Janeiro, Lúmen Júris.

Filho, Marçal Justen (2005), *Curso de direito administrativo*, São Paulo, Saraiva.

Leite, Gabriela (2008), *Filha, mãe, avó e puta*, Rio de Janeiro, Objetiva.

Lenz, Flávio (2008), *Daspu: a moda sem vergonha*, Rio de Janeiro, Aeroplano.

Lovisolo, Hugo R. (1986), "A serviço de nós mesmos: a relação entre técnicos e camponeses", *Religião e Sociedade*, Nº 13/3, Rio de Janeiro.

—— (1990), *Educação popular: maioridade e conciliação*, Salvador, UFBA, Empresa Gráfica da Bahia.

—— (2000), *Vizinhos distantes: universidade e ciência na Argentina e no Brasil*, Rio de Janeiro, EDUERJ.

Melo Neto, Francisco Paulo de, e César Froes (2002), *Empreendedorismo social: a transição para a sociedade sustentável*, Rio de Janeiro, Quality Mark.

Moraes, Aparecida Fonseca (1996), *Mulheres da vida: prostituição, identidade social e movimento associativo*, Petrópolis, Editora Vozes.

Oliveira, Edson Marques (2007), *Empreendedorismo social: da teoria à prática, do sonho à realidade*, Rio de Janeiro, Quality Mark.

Piscitelli, Adriana (2005), "Gênero no mercado do sexo", *Cadernos Pagú*, Nº 25, Campinas, jul.dez. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-83332005000200001&script=sci_arttext>, último acesso em: 28/06/2011.

Roberts, Nickie (1992), *As prostitutas na História*, Rio de Janeiro, Rosa dos Tempos.

Schettini, Cristina (2006), *Que tenhas teu corpo: uma história social da prostituição no Rio de Janeiro das primeiras décadas republicanas*, Rio de Janeiro, Arquivo Nacional.

Silva, Joice Barros da (2007), "Legalização da prostituição e seus efeitos", *Revista Jus Vigilantibus*, 27/12. Disponível em: <http://jusvi.com/artigos/30669>, último acesso em: ago. 2010.

Simões, Soraya Silveira (2009), em Cefai, D., M. Mello, FB Mota Veiga (org.), *"Sem vergonha": notas sobre a profissionalização de um métier no Brasil*, Niterói, UFF.

Silva, Wiliam (2008), "Legalização da prostituição: sim ou não?", 11/04/2008. Disponível em <http://www.webartigos.com/articles/5328/1/Legalizacao-Da-Prostituicao-Sim-Ou-Nao/pag.ina1.html>, último acesso em: set. 2010.

Vainfas, Magali Engel (1985), "Meretrizes e doutores: o saber médico e a prostituição na cidade do Rio de Janeiro – 1845 a 1890", dissertação de Mestrado, Instituto de Ciências Humanas e Filosofia, Centro de Estudos Gerais, Universidade Federal Fluminense.

Yaccoub, Hilaine (2009), "Daspu: modos de usar, moda para mudar", dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro.

[Evaluado el 3 de mayo de 2012.]

Autores

Hugo Rodolfo Lovisolo es licenciado en Sociología (UBA), doctor en Antropología Social (UFRJ, PPGAS). Realizó estudios de posdoctorado en la Universidad de Porto y en la UBA. Autor de varios libros y numerosos artículos. En español ha publicado: *Vecinos distantes, comunidades científicas en Argentina y Brasil*, Buenos Aires, El Zorzal. Líder de grupo de investigación CNPq y profesor de la UNISUAM, Río de Janeiro.

Monique Abreu es abogada, magister en Desarrollo Local, profesora en la UniverCidade (UNISUAM) y en la Universidad de Río de Janeiro.

Cómo citar este artículo:

Lovisolo, Hugo R. y Monique Abreu, "ONG: valores anticapitalistas e administração capitalista", *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, año 4, Nº 22, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, primavera de 2012, pp. 109-123.