

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO  
PUC/SP**

**Pedro Henrique Faria Machado**

**SÃO JOSÉ DOS CAMPOS E DAS VOCAÇÕES: uma análise do ideário  
empreendedor como projeto de competitividade urbana a partir da década  
de 1990.**

**Doutorado em Ciências Sociais**

**São Paulo  
2019**

**Pedro Henrique Faria Machado**

**SÃO JOSÉ DOS CAMPOS E DAS VOCAÇÕES: uma análise do ideário  
empreendedor como projeto de competitividade urbana a partir da década  
de 1990.**

**Tese de Doutorado**

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção de título de Doutor em Ciências Sociais, sob a orientação do Professora Dra. Maura Pardini Bicudo Véras

**São Paulo  
2019**

**BANCA EXAMINADORA**

---

---

---

---

---

---

Autorizo exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta Dissertação de mestrado por processos de fotocopiadoras ou eletrônicos.

Assinatura \_\_\_\_\_

Data \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

## FICHA CATALOGRÁFICA

Sistema para Geração Automática de Ficha Catalográfica para Teses e Dissertações com dados fornecidos pelo autor

M149

Machado, Pedro Henrique Faria  
São José dos Campos e das vocações: uma análise do  
ideário empreendedor como projeto de  
competitividade urbana a partir da década de 1990.  
/ Pedro Henrique Faria Machado. -- São Paulo:  
[s.n.], 2019.

291p. il. ; 21 x 29,7 cm.

Orientador: Maura Pardini Bicudo Véras.  
Tese (Doutorado em Ciências Sociais)-- Pontifícia  
Universidade Católica de São Paulo, Programa de  
Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, 2019.

1. Ciências Sociais - Sociologia. 2.  
Competitividade Urbana. 3. Capital Simbólico  
Coletivo. 4. Planejamento Estratégico Urbano;  
Empreendedorismo. I. Véras, Maura Pardini Bicudo.  
II. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo,  
Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências  
Sociais. III. Título.

CDD 300

## **AGRADECIMENTOS**

O presente trabalho foi realizado com apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico– Brasil (CNPq) – Código de Financiamento 02  
Processo nº 140028/2015-3

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imensamente à minha orientadora, profa. Maura Pardini Bicudo Véras, pelo acolhimento e generosidade em compartilhar parte de sua sabedoria. Seu compromisso com a produção de conhecimento, sem perder de vista o ser humano, é admirável.

Agradeço igualmente à profa. Elisa Maria Andrade Brisola, pelas conversas inspiradoras que me nortearam em alguns momentos de naufrágio.

À profa. Lucia Maria Machado Bógus e ao prof. André Luiz da Silva, agradeço pelo tempo dedicado e sugestões dadas na banca de qualificação.

À Tamires de Sousa Arantes, Esther Lopes e Felipe Cortez, pela dedicada ajuda na coleta e transcrição dos dados.

Agradeço a paciência e carinho de meus filhos.

Por fim, à Marian Elena Barboni Merladet, que não sei ao certo como agradecer. Espero, de coração, um dia poder retribuir tudo isso.

## **DEDICATÓRIA**

Para Gaell, Mallu y Marian

“A capacidade de criar uma realidade imaginada com palavras possibilitou que um grande número de estranhos coopere de maneira eficaz. Mas também fez algo mais. Uma vez que a cooperação humana em grande escala é baseada em mitos, a maneira como as pessoas cooperam pode ser alterada modificando-se os mitos – contando-se histórias diferentes.”(HARARI, Yuval, 2017, p. 41)

## RESUMO

A presente pesquisa investiga os alcances e limites do ideário empreendedor na cidade de São José dos Campos, enquanto projeto de competitividade urbana voltada a atrair melhores investimentos para a cidade. A partir de um recorte entre 1990 e 2010, buscou-se em fontes documentais e bibliográficas, em especial nos cadernos especiais de aniversário da cidade de São José dos Campos, produzidos pelo jornal de maior circulação da região, o Vale Paraibano, ações e estratégias discursivas da governança da cidade no sentido de aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno de uma marca distintiva para a cidade a partir de uma suposta “vocação empreendedora”. Tais esforços, sob forte influência do planejamento estratégico urbano de origem catalã, se deram em um contexto de desdobramentos da crise econômica vivida no país na década de 1980, refletindo em alto desemprego do setor industrial da cidade. Não se trata, porém da primeira vocação alegada à cidade com vistas a encontrar alternativas econômicas ou superar crises financeiras. Na primeira metade do século XX, apesar da falta de consenso com relação ao clima e a sabida impureza de suas águas, por meio do esforço dos médicos locais em divulgar as “boas qualidades” da cidade, São José dos Campos torna-se Estância Climática Hidromineral, consolidando a “vocação sanatorial” da cidade, enquanto alternativa para desenvolvimento econômico local. Já na segunda metade do século XX, com o advento da penicilina e o tratamento da tuberculose passando a ser ambulatorial, a instalação do Centro Técnico de Aeronáutica (CTA), a inauguração da Rodovia Presidente Dutra e, posteriormente, a instalação da Empresa Brasileira de Aeronáutica S/A. (EMBRAER) e do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), há um esforço da governança local em divulgar a “vocação industrial” da cidade, aumentando consideravelmente seu parque industrial. A reestruturação produtiva ocorrida a partir da década de 1990, sentida principalmente no setor bélico e aeronáutico da cidade, resulta em um alto número de demissões do setor industrial, inclusive da EMBRAER, que tem em seus aviões um dos principais símbolos da “vocação industrial”. Argumentamos que o esforço da governança local em criar uma “vocação empreendedora” para a cidade se deu a partir de duas ideias centrais e articuladas: a de que “a cidade é empreendedora” e a de que “o Joseense é empreendedor”, buscando não apenas aumentar a competitividade urbana, mas fazer do empreendedorismo uma marca reconhecida da cidade em um “mercado das cidades”. Se as diversas ações realizadas na cidade corroboram com a primeira ideia, o mesmo não se pode dizer com a segunda. Neste sentido, São José dos Campos apresenta taxas de empreendedorismo inferiores às do estado de São Paulo, da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral norte e, a depender da métrica, do Brasil. Tal argumento, que valoriza o auto iniciativo e coloca os sujeitos como principais responsáveis pelo seu emprego, por sua vez, tem papel fundamental enquanto elemento de coesão em torno de um mesmo projeto de cidade e seus desdobramentos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Competitividade Urbana; Capital Simbólico Coletivo; Planejamento Estratégico Urbano; Empreendedorismo.

## ABSTRACT

This research investigates the scope and limits of entrepreneurial ideas in the city of São José dos Campos, as a project of urban competitiveness aimed at attracting better investments to the city. From a cut between 1990 and 2010, we searched for documentary and bibliographical sources, especially in the special anniversary notebooks of the city of São José dos Campos, produced by the region's largest circulation newspaper, Vale Paraibano, actions and strategies discursive models of city governance in order to increase the collective symbolic capital quotient around a distinctive brand for the city from a supposed "entrepreneurial vocation." These efforts, under strong influence of strategic urban planning of Catalan origin, occurred in a context of unfolding economic crisis experienced in the country in the 1980s, reflecting high unemployment in the industrial sector of the city. It is not, however, the first vocation alleged to the city with a view to finding economic alternatives or overcoming financial crises. In the first half of the twentieth century, despite the lack of consensus regarding the climate and the known impurity of its waters, through the efforts of local doctors in divulging the "good qualities" of the city, São José dos Campos becomes a Climate Office Hidromineral, consolidating the city's "sanatorium vocation" as an alternative to local economic development. In the second half of the 20th century, with the advent of penicillin and the treatment of tuberculosis, the installation of the Aeronautical Technical Center (CTA), the inauguration of the Presidente Dutra Highway and, later, the installation of the Aeronáutica S / A. (EMBRAER) and the National Institute for Space Research (INPE), there is an effort by local government to publicize the city's "industrial vocation", considerably increasing its industrial park. The productive restructuring that took place since the 1990s, mainly in the city's military and aeronautical sector, results in a large number of layoffs in the industrial sector, including EMBRAER, which has one of the main symbols of the "industrial vocation". We argue that the local governance effort to create an "entrepreneurial vocation" for the city was based on two central and articulated ideas: that "the city is entrepreneurial" and that "Joseense is an entrepreneur", seeking not to only to increase urban competitiveness, but to make entrepreneurship a recognized brand of the city in a "city market". If the various actions carried out in the city corroborate with the first idea, the same can not be said of the second. In this sense, São José dos Campos presents entrepreneurship rates lower than those of the state of São Paulo, the Metropolitan Region of the Paraíba Valley and the North Coast and, depending on the metric, of Brazil. Such an argument, which values the initiatory self and places the subjects as the main responsible for their employment, in turn, plays a fundamental role as an element of cohesion around the same city project and its unfolding.

**KEY WORDS:** Urban Competitiveness; Collective Symbolic Capital; Strategic Urban Planning; Entrepreneurship.

## RÉSUMÉ

Cette recherche examine la portée et les limites des idées entrepreneuriales dans la ville de São José dos Campos, en tant que projet de compétitivité urbaine visant à attirer de meilleurs investissements dans la ville. Entre 1990 et 2010, nous avons recherché des sources documentaires et bibliographiques, en particulier dans les carnets d'anniversaire spéciaux de la ville de São José dos Campos, produits par le journal le plus diffusé de la région, Vale Paraibano, et par ses actions et ses stratégies. modèles discursifs de gouvernance de la ville afin d'augmenter le quotient de capital symbolique collectif autour d'une marque distinctive pour la ville à partir d'une prétendue "vocation entrepreneuriale". Ces efforts, sous l'influence de la planification urbaine stratégique d'origine catalane, se sont déroulés dans un contexte de crise économique croissante dans le pays au cours des années 80, reflétant le taux de chômage élevé dans le secteur industriel de la ville. Ce n'est toutefois pas la vocation première alléguée à la ville en vue de trouver des alternatives économiques ou de surmonter les crises financières. Dans la première moitié du XXe siècle, malgré l'absence de consensus sur le climat et l'impureté connue de ses eaux, grâce aux efforts déployés par les médecins locaux pour divulguer les «qualités» de la ville, São José dos Campos devient un bureau pour le climat. Hidromineral, qui consolide la "vocation du sanatorium" de la ville comme alternative au développement économique local. Dans la seconde moitié du XXe siècle, avec l'avènement de la pénicilline et le traitement de la tuberculose, l'installation du Centre technique aéronautique (CTA), l'inauguration de l'autoroute Presidente Dutra et, plus tard, l'installation du Aeronáutica S / A. (EMBRAER) et l'Institut national de recherche spatiale (INPE), les autorités locales s'efforcent de faire connaître la "vocation industrielle" de la ville, en agrandissant considérablement son parc industriel. La restructuration productive entreprise depuis les années 1990, principalement dans les secteurs militaire et aéronautique de la ville, a entraîné un grand nombre de licenciements dans le secteur industriel, y compris EMBRAER, qui est l'un des symboles majeurs de la "vocation industrielle". Nous soutenons que l'effort de gouvernance locale visant à créer une "vocation entrepreneuriale" pour la ville reposait sur deux idées centrales et articulées: "la ville est entrepreneuriale" et "Joseense est un entrepreneur", cherchant à ne pas uniquement pour accroître la compétitivité urbaine, mais pour faire de l'entreprenariat une marque reconnue de la ville sur un "marché de la ville". Si les différentes actions menées dans la ville concordent avec la première idée, on ne peut pas en dire autant de la seconde. En ce sens, São José dos Campos présente des taux d'entreprenariat plus bas que ceux de l'état de São Paulo, de la région métropolitaine de la vallée de Paraíba et de la côte nord et, selon la métrique, du Brésil. Un tel argument, qui valorise le moi initiatique et place les sujets comme principaux responsables de leur emploi, joue à son tour un rôle fondamental en tant qu'élément de cohésion autour du projet de la même ville et de son déroulement.

**MOTS CLÉS:** Compétitivité urbaine; Capital symbolique collectif; Planification urbaine stratégique; L'esprit d'entreprise.

## **LISTA DE SIGLAS**

BANRESUL	-	Banco do Estado do Rio Grande do Sul
BEI	-	Behavioral Event Interview
CCE	-	Características do Comportamento Empreendedor
CEAG/BA	-	Centro de Assistência Gerencial da Bahia
CEBRAE	-	Centro Brasileiro de apoio à Pequena e Média Empresa
CEPEU	-	Centro de Pesquisa e Estudos Urbanísticos
CETREN	-	Centro de Triagem e Encaminhamento
CSN	-	Companhia Siderúrgica Nacional
CTA	-	Centro Técnico da Aeronáutica
DAPPG	-	Diretrizes de Ação política e de Programa de Governo
DCTA	-	Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial
EEC	-	Entrevista de Evento Comportamental
EMBRAER	-	Empresa Brasileira de Aeronáutica SA
EMPRETEC	-	Metodologia da ONU promovida em cerca de 40 países voltada a características do comportamento empreendedor
FAU/USP	-	Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo
FCCR	-	Fundação Cultural Cassiano Ricardo
FEICOMPRAS	-	Feira do Comércio de São José de Campos
FVE	-	Fundação Valeparaibana de Ensino
GEM	-	Global Entrepreneurship Monitor
GM	-	General Motors SA.
IASP	-	International Association of Science Parks and Areas of Innovation
ICMS	-	Imposto sobre Operações e Circulação de Mercadorias e Serviços
INPE	-	Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais
ITA	-	Instituto Tecnológico de Aeronáutica
JVP	-	Jornal ValeParaibano

MIT	-	Massachusetts Institute of Technology
ONU	-	Organização das Nações Unidas
PDDI	-	Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado
PMSJC	-	Prefeitura Municipal de São José dos Campos
PODESI	-	Programa de Desenvolvimento Integrado
PSDB	-	Partido da Social Democracia Brasileira
PT	-	Partido dos Trabalhadores
REVAP	-	Refinaria do Vale do Paraíba
SEBRAE	-	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SJC	-	São José dos Campos
UNCTAD	-	United Nations Conference on Trade and Development
UNDP	-	United Nations Development Program
UNIVAP	-	Universidade do Vale do Paraíba
USAID	-	United States Agency for International Development

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Arquivo Público do Município de São José dos Campos localizado na antiga Tecelagem Parahyba .....	29
Figura 2- História conceitual do pensamento empreendedor .....	51
Figura 3 – Crescimento de escolas e cadeiras de empreendedorismo e Small Business nos EUA .....	67
<i>Figura 4 - Placa de identificação do município durante Estância Climática Hidromineral.</i>	113
Figura 5 - Brasão da cidade de São José dos Campos.....	115
Figura 6 - Capa da edição de maio de 1933: São José dos Campos: O Clima maravilhoso para o tratamento da tuberculose pulmonar.....	117
Figura 7 - Placa afixada por Sobral com informações sobre a cidade.....	125
Figura 8 - Bandeira da cidade de São José dos Campos .....	126
Figura 9 - Logotipo da cidade de São José dos Campos - 2004.....	127
Figura 10 - Ação da prefeitura municipal durante o governo Angel Guadagnin (1992-1996), enfatizando ações sociais.....	131
Figura 11 - Logotipo e Slogan da gestão Guadagnin (1992-1996) .....	131
Figura 12 - Logotipo e slogan da gestão Fernandes (1997-2000) .....	151
Figura 13 - Capa da edição comemorativa de aniversário da cidade do jornal ValeParaibano - 1999 .....	152
Figura 14 - Propaganda da PMSJC - Terra de Oportunidades.....	157
Figura 15 Percentagem de Domicílios Urbanos com Escoadouro Ligado à Rede Coletora de Esgoto Setores Socioeconômicos do Município de São José dos Campos – 2003 .....	163
Figura 16 - Empresas que possuem relacionamento com grupos de pesquisa, por microrregião – Estado de São Paulo – 2006.....	170
Figura 17 - Distribuição dos grupos de pesquisa que declararam interação com empresas e outras instituições não acadêmicas, segundo microrregião – Estado de São Paulo – 2006 .....	171
Figura 18 - Empresas que implementaram inovações, por mesorregiões do Estado de São Paulo – 2003-2005 .....	172
Figura 19 - Propaganda do Parque Tecnológico de São José dos Campos no JVP (2009) ....	174
Figura 20 – Propaganda veiculada no JVP - SOESP.....	176

Figura 21 - Propaganda veiculada no JVP – TECNATEL, CONNECTARH .....	176
Figura 22 - Propaganda veiculada no JVP - SENAI.....	177
Figura 23 - Propaganda veiculada no JVP – Feira da Borracha .....	177
Figura 24 - Propaganda veiculada no JVP - CIESP .....	178
Figura 25 - Colagem aleatória de matérias e artigos publicitários do JVP (1993-2010).....	179
Figura 26 - Dados migratórios JVP 2004 .....	192

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Número de Indústrias em São José dos Campos (1940-1980).....	121
Gráfico 2 - Número de Indústrias em São José dos Campos (1996-2015).....	129
Gráfico 3 - Participação da mão de obra empregada na cidade de São José dos Campos e no estado de São Paulo (%) .....	129
Gráfico 4 - Legislações Joseenses que contém o termo "empreendedor" .....	132
Gráfico 5 - Taxa média de empreendedorismo (Conta própria / PEA) .....	180
Gráfico 6 - Taxa de empreendedorismo (Conta própria / PEA) – Cidades do Vale do Paraíba e Litoral Norte .....	181
Gráfico 7 - Microempreendedor Individual x PEA .....	184
Gráfico 8 - Numero de Microempreendedores individuais por ano em São José dos Campos .....	185
Gráfico 9 - Número de empresas e outras organizações por faixa de pessoal ocupado x PEA .....	186
Gráfico 10 - Posição de São José dos Campos em relação ao Brasil e ao estado de São Paulo - Taxa de empresas por faixa de pessoal empregado de SJC em relação.....	186
Gráfico 11 - Quantidade de empresas e outras organizações x faixa de pessoal ocupado ....	187
Gráfico 12 - Representatividade da empresa por faixa de pessoal ocupado x empresas totais .....	188
Gráfico 13 Taxa Anual de Migração (por mil habitantes) .....	194

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Sistematização de conhecimentos .....	45
Quadro 2 - Teorias sobre Empreendedorismo por várias escolas .....	47
Quadro 3 - Características atribuídas ao empreendedor a partir da visão de diversos autores.	52
Quadro 4 – Homens de ação x Pessoa estática.....	58
Quadro 5 - Linha do tempo de datas importantes na criação do “mito da garagem” .....	88
Quadro 6 - Datas relevantes relacionadas ao contexto brasileiro da Pequena e Média Empresa no Brasil.....	91
Quadro 7 - Competências características à empreendedores bem-sucedidos segundo McBer & Co.....	103
Quadro 8 - Competências que não seriam determinantes para diferenciar um empreendedor de sucesso de um empreendedor mediano.....	104
Quadro 9 - Características do Comportamento Empreendedor desenvolvidas no Empretec.	106
Quadro 10 - Médicos influentes em São José dos Campos na primeira metade do sec. XX.	118
Quadro 11 - Prefeitos e profissões (1993-2017).....	135
Quadro 12 - Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores iniciais – Brasil (2016).....	182
Quadro 13 - Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores estabelecidos – Brasil (2016) .....	183
Quadro 14 - Matriz Migratória - São José dos Campos - 2010 .....	193
Quadro 15 - Características do Joseense na primeira metade da década de 1990 segundo JVP .....	197
Quadro 16 - Características do Joseense na segunda metade da década de 1990, segundo JVP e Comportamentos Empreendedores segundo EMPRETEC .....	206
Quadro 17 – Títulos e datas das matérias dos cadernos especiais de aniversário da cidade de São José dos Campos produzidas pelo Jornal ValeParaibano (1993-2010) .....	231

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1 - Crescimento Populacional: Brasil, estado de São Paulo e São José dos Campos ...	20
Tabela 2 - Taxa de urbanização (%).....	21
Tabela 3 - Áreas de estudo do empreendedorismo segundo Stevenson & Jarillo .....	47
Tabela 4 - Caracterização sumária dos motivos de poder (n-Pow), realização ou sucesso (n-Ach) e afiliação (n-Aff) .....	76
Tabela 5 - Comportamento do empreendedor (papel) .....	77
Tabela 6 - População do Vale do Paraíba paulista: números absolutos e crescimento demográfico .....	111
Tabela 7 - Prefeitos da Cidade de São José dos Campos entre 1951 e 1996.....	125
Tabela 8 - Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor x São José dos Campos .....	133
Tabela 9 - Ações empreendedoras identificadas por Erica Carvalho .....	164
Tabela 10 - Depósitos de Patentes do Tipo Inovação - Maiores Depositantes Residentes entre 2000 e 2012 - Cidades .....	172
Tabela 11 - Depósitos de Patentes do Tipo Inovação - Maiores Depositantes Residentes entre 2000 e 2012 - Empresas.....	173
Tabela 12 - Recursos Públicos Destinados ao Parque Tecnológico de São José dos Campos .....	175
Tabela 13 - Tabela 7 -Ranking das 10 principais atividades formalizadas pelo MEI em SJC de julho de 2009 a junho de 2012.....	185
Tabela 14 - São José dos Campos no Ranking Municipal do Empreendedorismo no Brasil.	189

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>19</b>
<b>1 NOTAS TEÓRICAS PRELIMINARES.....</b>	<b>33</b>
<b>1.1 A EMERGÊNCIA DO CONTEXTO LOCAL.....</b>	<b>33</b>
<b>1.1.1 Planejamento estratégico urbano.....</b>	<b>38</b>
<b>1.1.2 Capital simbólico coletivo e rendas de monopólio .....</b>	<b>42</b>
<b>1.2 OLHARES SOBRE O EMPREENDEDORISMO.....</b>	<b>44</b>
<b>1.2.1 O empreendedor-inovador: Joseph Alois Schumpeter.....</b>	<b>53</b>
<b>1.2.1.1 Oposição: processos reais – o fluxo circular x mudança dos canais da rotina econômica</b>	<b>56</b>
<b>1.2.1.2 Oposição: aparatos teóricos – o estático e o dinâmico .....</b>	<b>57</b>
<b>1.2.1.3 Oposição: tipos de conduta – meros administradores x empreendedores.....</b>	<b>57</b>
<b>1.2.2 O empreendedor-administrador .....</b>	<b>63</b>
<b>1.2.2.1 Richard Cantillon e Jean Baptiste Say.....</b>	<b>64</b>
<b>1.2.2.2 Empreendedorismo e as pequenas empresas.....</b>	<b>65</b>
<b>1.2.3 O comportamento empreendedor: David McClelland.....</b>	<b>70</b>
<b>1.2.4 Mitologia empreendedora.....</b>	<b>81</b>
<b>1.2.4.1 O “espírito de Hermes” enquanto “espírito empreendedor” .....</b>	<b>81</b>
<b>1.2.4.2 O mito da garagem .....</b>	<b>85</b>
<b>1.2.5 Empreendedorismo no contexto brasileiro .....</b>	<b>91</b>
<b>1.2.5.1 O Sebrae .....</b>	<b>96</b>
<b>2 SÃO JOSÉ DOS CAMPOS E DAS VOCações .....</b>	<b>109</b>
<b>2.1 VOCações COMO VOCAÇÃO.....</b>	<b>109</b>
<b>2.1.1 A “vocação” Sanatorial (primeira metade do século XX).....</b>	<b>110</b>
<b>2.1.2 A “vocação” industrial (segunda metade do século XX).....</b>	<b>119</b>
<b>2.1.3 A “vocação” empreendedora (final do século XX) .....</b>	<b>128</b>
<b>2.2 AS ORIGENS DO IDEÁRIO EMPREENDEDOR SEGUNDO JORNAL VALEPARAIBANO.</b>	<b>134</b>
<b>2.2.1 “A cidade é empreendedora” enquanto Capital Simbólico Coletivo .....</b>	<b>160</b>
<b>2.2.2 “O Joseense é Empreendedor” enquanto Capital Simbólico Coletivo .....</b>	<b>176</b>
<b>2.3 O DISCURSO EMPREENDEDOR ENQUANTO MEIO E FIM DE UM PROJETO DE COMPETITIVIDADE URBANA .....</b>	<b>190</b>
<b>2.3.1 O novo Joseense: do errante sem vínculos ao empreendedor.....</b>	<b>190</b>
<b>2.3.2 O protótipo do Joseense .....</b>	<b>206</b>
<b>2.3.3 O empreendedor “competente” e a pobreza enquanto “problema paisagístico” ..</b>	<b>209</b>
<b>3 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>213</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>219</b>
<b>ANEXO.....</b>	<b>231</b>

**APÊNDICE .....** **288**

## INTRODUÇÃO

A presente pesquisa investiga os alcances e limites do ideário empreendedor enquanto projeto de cidade voltado em aumentar sua competitividade urbana, a partir da década de 1990 na cidade de São José dos Campos - SP.

A motivação inicial procedeu da experiência prévia do autor pesquisando acerca da ocupação e posterior reintegração de posse do Pinheirinho<sup>1</sup>, localizada na cidade de São José dos Campos. Mais especificamente, a temática central desta pesquisa emerge após contato com matéria de jornal local a respeito de uma passeata dos ex-moradores da ocupação, reivindicando resposta à suas questões habitacionais. Divulgada na plataforma de relacionamentos Facebook, a matéria gerou uma série de comentários dos leitores, em sua grande maioria desaprovando a manifestação e ofendendo os manifestantes. Dentre esses comentários, um em especial chamou nossa atenção: “[...] Esse povo não trabalha? Não empreende? Não Estuda? (sic)” (MEON, 2015, grifos do autor).

Esse comentário, em especial a relação implícita entre “empreender e não estar fazendo protesto” e “empreendedor e ter sua questão de moradia resolvida”, ganha ênfase pelo seu alinhamento com o posicionamento do poder público de São José dos Campos, que a partir da década de 1990 se compromete em “fortalecer e difundir” uma “cultura empreendedora” na cidade, conforme, por exemplo, plano diretor da cidade do ano de 2006 (PMSJC, 2006, s.n.).

Retornar para a cidade que viveu desde que nasceu, após residir em diversas outras cidades de 2000 a 2008 por questão de estudo e trabalho, aguçou a visão do autor a respeito das mudanças percebidas no dia a dia. Do ambiente corporativo a movimentos sociais. De entrevista de emprego a conversas de bar. Sinais que poderiam estar relacionados ao alcance do esforço em promover a “cultura empreendedora” anteriormente referida.

Acerca da cidade de São José dos Campos, esta se localiza no cone leste paulista,

---

<sup>1</sup> Ocupação urbana iniciada no ano de 2004 em um terreno de mais de um milhão de metros quadrados, pertencente à massa falida da empresa Selecta S/A. Chegou a contar com cerca de mil e quinhentas famílias. Em janeiro de 2012, obedecendo ordem judicial de reintegração de posse, o terreno foi desocupado em uma ação marcada pela violência policial. Após repercussão da ação, seus moradores passaram a receber auxílio aluguel dos governos municipal e estadual. Dois anos após a desocupação, foram incluídos no Programa Minha Casa, Minha Vida, com a promessa da construção de 1700 moradias. No final de 2016 foram beneficiados com a entrega de 1461 casas construídas na periferia da cidade.

integrando a Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral Norte (RMVPLN). Possui dois distritos – São Francisco Xavier e Eugênio de Melo – e dois subdistritos – Santana e Centro.

Uma vez que abriga indústrias e institutos de alta tecnologia, principalmente no setor aeroespacial, no ano de 2010, apresentava o 8º maior PIB do estado (IBGE, 2010), o 12º maior salário médio do estado de São Paulo (48º do país), apesar de praticamente metade de sua população<sup>2</sup> (48%) ter rendimentos que cheguem a, no máximo, um salário mínimo.

A cidade aparece na 24ª posição, dentre 5566 cidades, no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e, segundo o coeficiente GINI, medida de concentração de renda e desigualdade, a cidade figura entre as 20% mais desiguais do país, ocupando a 4618ª entre as mais iguais.

Apresenta relativa boa infraestrutura, com 94,3% de esgotamento sanitário adequado, correspondendo a 177º no estado de São Paulo e 234º no Brasil.

Dados de 2018 apontam uma população de 713.943 pessoas, estando entre as 30 cidades mais populosas do país. Nesse sentido, apresentou alta taxa de crescimento populacional a partir da década de 1960, conforme Tabela 1.

*Tabela 1 - Crescimento Populacional: Brasil, estado de São Paulo e São José dos Campos*

<b>Anos</b>	<b>Brasil</b>		<b>Estado de São Paulo</b>		<b>São José dos Campos</b>	
	<b>No.</b>	<b>%</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>	<b>No.</b>	<b>%</b>
<b>1940</b>	41.165.289	-	7.180.316	-	36.279	-
<b>1950</b>	51.941.767	26,18%	9.134.423	27,21%	44.804	23,50%
<b>1960</b>	70.707.457	36,13%	12.974.699	42,04%	76.994	71,85%
<b>1970</b>	93.139.037	31,72%	17.771.948	36,97%	148.332	92,65%
<b>1980</b>	119.002.706	27,77%	25.040.712	40,90%	287.289	93,68%
<b>1991</b>	147.053.940	23,57%	31.588.925	26,15%	442.370	53,98%
<b>2000</b>	169.590.693	15,33%	37.032.403	17,23%	539.313	21,91%
<b>2010</b>	190.755.799	12,48%	41.252.160	11,39%	629.921	16,80%
					713.943	13,34%

Fonte: IBGE, Censo Demográfico 2010.

Também é intensa a taxa de urbanização a partir da década de 1960 Tabela 2.

<sup>2</sup> População com 10 anos ou mais.

*Tabela 2 - Taxa de urbanização (%)*

<b>Anos</b>	<b>Brasil</b>	<b>Estado de São Paulo</b>	<b>São José dos Campos</b>
<b>1940</b>	31%	*	*
<b>1950</b>	36%	*	*
<b>1960</b>	45%	63%	73%
<b>1970</b>	56%	80%	89%
<b>1980</b>	68%	89%	96%
<b>1991</b>	76%	92%	96%
<b>2000</b>	81%	93%	99%
<b>2010</b>	84%	96%	98%

Fonte: Fundação SEADE; IBGE. \* Não foram encontrados dados para esse período.

Serão apresentados, em momentos mais oportunos, outros dados acerca da cidade de São José dos Campos. Gostaríamos, porém, de retornar à questão da “cultura empreendedora”, nos perguntando no que ela se trata e qual relação que ela guarda com a cidade de São José dos Campos? A resposta para esta última questão poderia estar, utilizando argumento de David Harvey (2014), no esforço da governança<sup>3</sup> local em elevar o quociente de capital simbólico coletivo da cidade em torno da questão do empreendedorismo, criando uma marca que a distinga das demais, ou uma “vocação da cidade”, a fim de aumentar sua competitividade urbana, atraindo melhores investimentos ou, nos dizeres de Harvey, rendas de monopólio para a cidade.

Se isso for verdade, não será a primeira vez em que a governança da cidade se esforça em criar “vocações”, ou marcas de distinção para a cidade a fim, em última instância, de atrair investimentos ou superar crises econômicas. A articulação de ações e estratégias discursivas ficam evidentes a partir do início do século XX alterando drasticamente, a cada época, as relações existentes na cidade.

Neste sentido, na primeira metade do século XX, a cidade de São José dos Campos passa a ser reconhecida por sua importância enquanto cidade sanatorial para o tratamento da tuberculose. Apesar da falta de consenso com relação ao clima e a sabida impureza de suas águas, por meio do esforço dos médicos locais em divulgar as “boas qualidades” da cidade, em 1935 torna-se Estância Climática Hidromineral. A “vocação sanatorial” fez com que a cidade, que passava por dificuldade financeira no início do século, pudesse investir em infraestrutura

<sup>3</sup> Utilizamos o termo “governança” em sentido amplo, entendendo significar mais do que “governo urbano”, mas uma coalizão de forças mobilizados por diversos agentes sociais, como poderes públicos em diferentes escalas, diferentes formas organizacionais da sociedade civil e interesses privados (corporativos ou individuais) (HARVEY, 2005, p. 169).

básica e melhorias para a cidade a partir do recurso financeiro recebido pelo estado, dada sua condição de estância. Também ajudou a movimentar a economia local a procura da cidade por doentes e seus familiares (ALMEIDA, 2008; BONDESAN, 1996; PAPALI, 2010; SOARES, 1993; VIANNA, 2004, 2010, 2007).

Em outras palavras, a governança local, encabeçada pelos médicos da cidade, ao aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno da cidade sanatorial, através de ações e estratégias discursivas, cria e reforça uma marca de distinção para a cidade, fazendo com que ela se destaque nacionalmente com relação à busca no tratamento da tuberculose. Campos do Jordão, por exemplo, cidade próxima de São José dos Campos, apesar de o alto custo do tratamento e do difícil acesso, era uma das referências no tratamento da doença no país até então (ALMEIDA, 2008).

Com o advento da penicilina e o tratamento da tuberculose passando a ser ambulatorial, a “fase sanatorial” (ALMEIDA, 2008) da cidade entra em declínio a partir da segunda metade do século XX. Com isso, podemos identificar elementos no sentido de aumentar o quociente de capital simbólico coletivo, agora em torno da “vocação industrial”, sendo necessário, para isso, “apagar” a fase anterior (PMSJC, 1961, p. II, 7.i, g.n. *apud* ALMEIDA, 2008, p. 178; VIANNA, 2004, introdução).

Com a instalação na década de 1940 do Centro Técnico de Aeronáutica (CTA) - hoje Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial (DCTA), e a inauguração da Rodovia Presidente Dutra<sup>4</sup> no início da década de 1950, a partir da descentralização da industrialização da Capital e a concessão de incentivos por parte da prefeitura local, a cidade de São José dos Campos passa a receber diversas indústrias. Nesse sentido, a partir da década de 1970, há um esforço concertado, envolvendo desde prefeitos à veículos de comunicação, em promover a imagem da “cidade industrial” como uma “vocação”, principalmente relacionada à indústria aeroespacial, uma vez que sediava, dentro outras, a Empresa Brasileira de Aeronáutica S/A. (EMBRAER), hoje Embraer S.A e o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE).

Já a partir da década de 1990, o capital simbólico coletivo em torno da cidade industrial, ancorada no setor aeroespacial é abalado. A virada da década de 1980/1990 é marcada por uma intensa crise econômica no país. A reestruturação produtiva, sentida principalmente no setor

---

<sup>4</sup> A Rodovia Presidente Dutra é considerada uma das mais importantes rodovias do país, por ligar duas grandes cidades: São Paulo e Rio de Janeiro.

bético e aeronáutico da cidade, resulta em um alto número de demissões do setor industrial, inclusive da EMBRAER S/A, que tem em seus aviões um dos principais símbolos da cidade “polo tecnológico aeroespacial”. A cidade vê sua mão de obra migrando do setor industrial para o setor de serviço, que a supera em meados de 1995. Há também um acréscimo de taxa da mão de obra empregada no setor de comércio da cidade (superia a mão de obra na indústria a partir de 2015). Maneloscu e Krom denominam o período que se inicia a partir da década de 1990 de “fase de inovação tecnológica” (2008, p. 155-176). A inovação da cidade, porém, ainda se faz dependente de grandes empresas instaladas na cidade, com destaque para a Embraer, Petrobras (Refinaria Henrique Lage - Revap), Johnson & Johnson e o Inpe. Entendemos desta maneira que o discurso acerca da inovação é um desdobramento do esforço em criar uma marca na cidade em torno da ideia do empreendedorismo, assim como uma vez foi o discurso acerca das telecomunicações, no início dos anos 2000.

Desta maneira, a partir da década de 1990, mais especificamente 1997, quando assume a prefeitura da cidade Emanuel Fernandes, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), diversas ações, além de uma articulada estratégia discursiva buscam aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno de duas ideias principais, a de que “a cidade é empreendedora” e a de que “o Joseense é empreendedor” que passaremos a chamar de projeto de “vocação empreendedora”, uma vez que Eduardo Cury<sup>5</sup>, ao receber prêmio por ações relacionadas ao empreendedorismo na cidade afirma: “Hoje, todos aqui sabem que a cidade foi reconhecida por sua vocação empreendedora” (HARTT, 2009, p. 31). Fernandes, por sua vez, em entrevista à Ricardo Júlio aponta a relação de sua gestão com a questão do empreendedorismo: “[...] a gente procurou construir como valor cultural da cidade: é uma cidade de empreendedores, de oportunidade [...]” (JULIO, 2008, grifos do autor).

Já em 1997 é criada a primeira legislação na cidade que trata sobre esta temática, tendência que segue nos próximos anos. No mesmo ano, ações promovem a temática nas escolas municipais. As diversas ações realizadas na cidade faz com que São José dos Campos seja reconhecida pelo Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor<sup>6</sup>, vencendo a primeira edição em

---

<sup>5</sup> Ex-prefeito da cidade entre os anos de 2004 e 2011, também do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)

<sup>6</sup> O Prêmio, iniciativa do Sebrae, foi lançado no ano de 2001, com o nome de "Governador Mário Covas para o Prefeito Empreendedor", visando destacar ações empreendedoras realizadas pelos prefeitos do País. Hoje, o prêmio se define como “Um programa de reconhecimento aos prefeitos e administradores regionais que implantaram projetos com resultados comprovados com foco no desenvolvimento dos pequenos negócios do município.”, tendo como objetivo premiar “[...] gestores que tenham implantado projetos com resultados comprovados de estímulo ao surgimento e ao desenvolvimento de pequenos negócios e à modernização da gestão pública” (<https://www.prefeitoempreendedor.sebrae.com.br/>).

2001 e chegando à final ou vencendo diversas outras edições. Como visto anteriormente, no ano de 2006 o empreendedorismo é incluída enquanto uma das diretrizes do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (PDDI-2006) da cidade: “Fortalecer e difundir a cultura empreendedora” na cidade (PMSJC, 2006). A importância dada ao empreendedorismo na cidade é tamanha que, no ano de 2014 é criado o “dia do empreendedor” (projeto de lei nº 263/14).

Muitas das ações visando facilitar e atrair a instalação de empresas para a cidade, foram pioneiras no Brasil ou no estado de São Paulo, como a Sala do Empreendedor Joseense, o Banco do Empreendedor e o programa de educação empreendedora, ensinando empreendedorismo nas escolas municipais para crianças a partir dos quatro anos de idades. Aumentar o quociente de capital simbólico coletivo envolve, porém, não apenas ações, mas estratégias discursivas.

Nesse sentido, entendemos que ao articular a ideia de que “a cidade é empreendedora” e de que o “Joseense é empreendedor” busca-se, não apenas aumentar a competitividade urbana, mas fazer do empreendedorismo uma marca reconhecida da cidade em um “mercado das cidades”. Trata-se, sobretudo, de um projeto inspirado nos planos estratégicos urbanos de influência catalã (VAINER, 2011).

Ao articular a competitividade urbana e empreendedorismo, de certa maneira o projeto de “vocação empreendedora” capta duas mudanças ocorridas a partir da década de 1970, com a crise de acumulação posterior ao chamado “anos dourados” nos países de capitalismo avançado. A intensa divisão do trabalho, somadas as estratégias tecnológicas, institucionais e espaciais das grandes transnacionais, além de maior movimentação do capital financeiro pelo globo rompendo, desta maneira o elemento monopolístico da localidade:

Com a diminuição dos custos de transportes e a consequente redução das barreiras espaciais para o movimento de bens, pessoas, moedas e informações, realçou-se a importância das qualidades do local, e se fortaleceu consideravelmente o vigor da concorrência interurbana para o desenvolvimento capitalista (investimentos, empregos, turismo etc.) (HARVEY, 2005, p. 177).

Dessa maneira, as localidades passam a concorrer entre si e a governança urbana passa a se dedicar a criar estratégias para atrair capital de desenvolvimento, criando um “local favorável aos negócios” (oferta de mão-de-obra, infraestrutura, recursos, regulamentações e subsídios). Tem início o que alguns autores chamam de “guerra dos lugares” (CARLOS, 1996, p.39; SANTOS, 1996, p. 197; ROLNIK, 2015). Castells (1996), desenvolvendo a ideia das

cidades como atores políticos, apresenta outra característica da economia globalizada:

A recessão econômica da década de 70 provocou, na Europa, uma reação dos governos locais e dos principais atores econômicos e sociais urbanos. Os primeiros foram além das obrigações legais para atrair investimentos, gerar emprego e renovar a base produtiva das cidades. Concomitantemente, pactuaram com os atores urbanos para promover a cidade. No ano de 1986, teve lugar em Roterdã uma Conferência de Cidades europeias, que definiu as cidades como motores do desenvolvimento econômico.

[...] As cidades asiáticas demonstraram que, no mundo da economia global, a velocidade da informação sobre os mercados internacionais e de adaptação aos mesmos, a flexibilidade das estruturas produtivas e comerciais e a capacidade de inserir-se em redes, determinam o sucesso ou o fracasso, muito mais do que as posições adquiridas no passado, o capital acumulado, as riquezas naturais ou a situação geográfica. O segredo reside na velocidade de inovação do conjunto das pequenas e médias empresas articuladas com as grandes em rede com o exterior e com poder político no interior (CASTELLS, 1996, p. 153)

Como mencionado pelo autor ao refletir acerca das cidades asiáticas, as pequenas e medianas empresas ganham destaque neste cenário por sua capacidade de velocidade de inovação, articulando-se em rede com as grandes empresas.

A emergência e a importância dada às pequenas e medianas empresas, a partir década de 1970 nos países capitalistas avançados e a partir da década de 1990/1990 no Brasil, motivou o interesse pelo conhecimento produzido acerca do empreendedorismo até então, tendo como um dos elementos centrais, a auto-iniciativa relacionada à abertura de novos negócios. A abrangência da temática extrapolou as universidades, criando modismos com novos jargões do mundo corporativo americano, incorporando a temática de autoajuda<sup>7</sup> e, inclusive, ganhando os palcos<sup>8</sup>.

Como veremos, não há consenso, teoria geral ou paradigma com relação ao “empreendedor/empreendedorismo”, mas um amplo leque de definições, linhas e entendimentos, que subsidia praticamente qualquer significação que se queira dar a respeito. Há, portanto, uma apropriação do termo de acordo com interesses pessoais ou, em nosso caso, da governança local.

Nesse sentido, ao propor “fortalecer e difundir a cultura empreendedora na cidade”,

<sup>7</sup> Os títulos de autoajuda e inspiração lideraram as vendas de livros em 2015 (GOMES; AUGUSTO, 2016, p. 53)

<sup>8</sup> Ícaro de Carvalho foi feliz em criar a denominação “Empreendedores de palco” (GOMES; AUGUSTO, 2016; CARVALHO, 2018), para se referir ao mercado em torno de palestras com alto teor motivacional, que prometem revelar segredos para se tornar um empreendedor de sucesso com fórmulas baseadas em motivação e mudanças de comportamentos.

temos que ter em mente que

A grande maioria dos cidadãos se “apropria” da cidade através de seus medos e seus afetos, fragmentado o espaço.

[...] Ao mesmo tempo, a cultura impregna todas as atividades urbanas e também a territorialidade, que é forma de comunicação dos residentes do entorno com o seu grupo, e nos dá a consciência da pertinência a um lugar (VÉRAS, 2003, 25-26),

Dada a elasticidade do tema e o engajamento da governança local em fazer do empreendedorismo marca para a cidade, consideramos importante compreender como esta questão foi apropriada pela governança de São José dos Campos.

Avaliamos que é importante ressaltar que quando nos referimos à cidade, buscamos a totalidade do processo social e, para tanto, optamos pela teoria marxista, por acreditar ser capaz de captar a essência da cidade capitalista, como síntese da atividade prática dos homens, que molda o espaço urbano e é condicionada por ele (VÉRAS, 2000, p. 56). Como aponta Harvey

O problema da correta conceituação do espaço é resolvido através da prática humana em relação a ela. Não há resposta filosófica para as questões filosóficas que surgem sobre a natureza do espaço – as respostas estão na prática humana. A questão ‘o que é o espaço’, é, portanto, substituída pela questão ‘como é que distintas práticas humanas criam e fazem uso de distintos conceitos de espaço. A relação propriedade, por exemplo, cria espaços absolutos, nos quais pode operar o controle monopolístico (1980, p. 5)

A cidade capitalista, o espaço construído guarda, portanto, guarda relação com a economia política, Estado, classe, cultura e socialização dos meios de consumo, assim como socialização dos meios de consumo e meios de circulação material no espaço (VÉRAS, 2010, p.12). Como Richard Sennet nos apresenta de forma inspiradora, a cidade é tanto ville – espaço construído, com prédios, ruas parques, pontes etc., quanto experiência, consciência coletiva, cultura: cité (2018, p.11-13).

## **PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Tendo como objetivo mais amplo investigar os alcances e limites ideário empreendedor enquanto projeto de cidade voltado em aumentar sua competitividade urbana, a partir da década de 1990 na cidade de São José dos Campos - SP” e, como objetivos específicos, identificar como a governança local se apropriou do ideário empreendedor na cidade e identificar esforços

no sentido de aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno do ideário empreendedor, consultamos diversas fontes documentais, como artigos acadêmicos, teses e dissertações, legislações, livros, periódicos e jornais. Destacamos algumas obras que nos auxiliaram na construção de nosso arcabouço teórico.

Com relação detalhes e história da cidade de São José dos Campos, a coleção “São José dos Campos, história e cidade”, coordenado por Maria Aparecida Papali e Valéria Zanetti. Para a compreensão do novo contexto que se dão as políticas urbanas, posterior a crise de acumulação que atingiu as economias dos países capitalistas avançados e a emergência das pequenas e medias empresas, destacamos as análises de David Harvey (1992, 2005; 2014) e Castells (2016). Acerca da leitura crítica do Planejamento Estratégico Urbana, o artigo de Carlos Vainer, publicado no livro “A cidade do Pensamento Único” (2011): “Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano”. Em sentido semelhante, Harvey (2014) nos oferece uma leitura acerca da estratégia de apresentar (ou criar) qualidades especiais para as cidades, aumentando suas vantagens comparativas visando, em última instância, atrair rendas de monopólio. Nesse sentido, o autor destaca estratégias que visam aumentar o quociente de capital simbólico coletivo das cidades em torno destas marcas de distinção.

Com relação à temática do empreendedorismo, verificamos que não há consensos, teoria geral ou paradigma quando se acerca deste tema. Portanto, foi necessário grande esforço de pesquisa para encontrar as principais linhas de estudo acerca desta temática. A dificuldade se deu, em termos gerais, por ser objeto de estudo de diversas escolas e linhas, pelos inúmeros artigos “apaixonados” pela temática, mas com pouco embasamento científico e também pelas inúmeras “pistas falsas”, uma vez que diversas definições do empreendedor e do empreendedorismo revisitavam a literatura existente em diversas áreas e contextos, argumentando que também estavam tratando da temática. Em outras palavras, foi necessário um grande esforço de leitura para, posteriormente, descarta-las em sua maioria.

Dentre as inúmeras categorizações sugeridas pelos mais diversos autores, acreditamos que a por Baumol (1993, p. 198) atende mais adequadamente os objetivos desta pesquisa. Nesse sentido, identifica dois usos para o termo “entrepreneur” (empreendedor), ambos legítimos, apesar de distintos. O primeiro relaciona o termo à criação de novos negócios (empresas), mesmo que não envolva nenhum elemento de inovação. Nesse caso, trata-se do “*firm-organization-entrepreneur*” (empreendedor-organizador-de-negócios em tradução livre), que

chamaremos aqui, livremente, de empreendedor-administrador de empresas, ou simplesmente empreendedor-administrador. O segundo entendimento é relacionado à inovação, desde que viável economicamente, não estando necessariamente relacionada à criação de uma nova empresa: trata-se do “*inovating entrepreneur*” (empreendedor inovador, em tradução livre), que passaremos a chamar, livremente, de empreendedor-inovador.

Segundo Baumol (1993, p. 198), a partir desta categorização, seríamos capazes de encontrar as raízes teóricas acerca do empreendedorismo, a partir de Cantillon e Say, para o empreendedor-administrador e Schumpeter, para o empreendedor-inovador. Acreditamos, porém, que se deva incluir Schumpeter também como teórico-base para a compreensão do empreendedor-administrador, mesmo que a partir de uma leitura fragmentada ou equivocada a seu respeito, como veremos mais adiante. Acreditamos também, ser necessário incluir, transversalmente a essas duas categorias de empreendedores, David McClelland, autor de vertente comportamentalista que trouxe grande influência para as pesquisas acerca do tema, desde sua obra “*The Achieving Society*”, de 1961<sup>9</sup>.

Percebemos nesse sentido que a grande maioria da literatura faz referência a comentadores ou trechos mais conhecidos desses autores. Percorrendo caminho contrário procuramos, sempre que possível, ler os textos dos próprios autores. Destaca-se nesse sentido a leitura da polêmica metodologia utilizada por McClelland acerca do comportamento empreendedor, assim como a leitura das traduções inéditas para o inglês, de textos de Schumpeter, revelando uma visão menos personalizada acerca do empreendedor e mais centrada na função empreendedora.

Para entender como a governança local se apropriou do discurso acerca do empreendedorismo, por sua vez, seus alcances e limites, utilizamos duas fontes principais. A primeira delas, o livro “Com a palavra, o prefeito: perfis e depoimentos dos políticos que governaram São José dos Campos na segunda metade do século XX” (JULIO, 2008). Neste livro é dedicado um capítulo a cada ex-prefeito que governou a cidade de 1951 a 2000, com informações a respeito de sua personalidade, história, período à frente da prefeitura, além de entrevistas com os mesmos.

A segunda fonte utilizada foi o caderno especial de aniversário da cidade, produzido

---

<sup>9</sup> Exerce grande influência, sobretudo, em “gurus” do empreendedorismo (conhecimento religioso), ou “empreendedores de palco” (GOMES; AUGUSTO, 2016; CARVALHO, 2018), que passam a se popularizar, principalmente, a partir dos anos 2000.

pelo Jornal ValeParaibano, jornal de maior circulação na cidade. O jornal inicia suas atividades localmente em 1952, na cidade de Caçapava, passando para Taubaté no ano de 1954. Já no ano de 1955 é vendido para uma família tradicional de São José dos Campos e depois, em 1975 vendido para as famílias Salerno e Lovato (PIMENTEL, 2000). No ano de 2010 o jornal é fechado, havendo um litígio judicial entre os sócios, sendo que um deles funda, posteriormente o jornal O Vale.

Inicialmente, pretendíamos consultar e coletar dados em todas as edições do jornal ValeParaibano entre os anos de 1990 e 2010. Por conta do litígio judicial, porém, o acervo eletrônico do jornal não estava disponível ao público. Encontramos as edições impressas no “Arquivo Público do Município de São José dos Campos”<sup>10</sup> e chegamos coletar (por fotos) o material proposto. Porém, o alto volume de material coletado não justificou sua transcrição e posterior categorização.

*Figura 1 - Arquivo Público do Município de São José dos Campos localizado na antiga Tecelagem Parahyba*



Fonte: autor

O trabalho, porém, não foi inteiramente perdido. Através da leitura das diversas matérias, foi possível identificar importantes elementos e caminhos a seguir para a pesquisa. Desta maneira, identificamos que, a partir de 1992 ou 1993, o jornal passa a produzir um caderno especial de aniversário da cidade<sup>11</sup> e que o conteúdo destes cadernos apresentavam as questões mais urgentes ao jornal a respeito da cidade naquele momento e que, de certa maneira, contemplava diversas questões retratadas ao longo daquele ano. Editorial do caderno especial

<sup>10</sup> Localizado na antiga Tecelagem Parahyba, primeira indústria beneficiada pelo incentivo fiscal de industrialização ocorrida na década de 1920.

<sup>11</sup> Não constava no arquivo público a edição de 1992, portanto não sabemos se esse caderno teve início em 1992 ou 1993.

do ano de 1993 mostra a ambição destes cadernos:

Espontaneamente, o conjunto de reportagens que deram origem as matérias da edição comemorativa proporcionou um documentário sobre a personalidade de São José dos Campos [...]<sup>12</sup>.

Utilizamos, portanto, os cadernos especiais de aniversário da cidade, produzidos pelo Jornal ValeParaibano<sup>13</sup> acreditando que, como afirma Selltiz (1974, p. 373):

As comunicações em massa [...] permitem que o pesquisador lide com o passado histórico, bem como com a sociedade atual, o que é uma vantagem muito grande, quando se ponderam as consideráveis dificuldades existentes para uma perspectiva histórica na ciência social (SELLTIZ, 1974, p. 373)

Apesar das potencialidades de utilizar como fonte, notícias de jornal, sabemos das armadilhas que uma leitura acrítica dos mesmos podem nos levar. Nesse sentido, somos alertados por Marcondes Filho:

A função política efetiva do jornal na sociedade de classes não é a de noticiar, divulgar fatos que interessam à classe ou a setores dominantes, mas a de moldá-los, esticá-los e comprimi-los, reproduzir assim a vida pública e privada conforme parâmetros ideológicos de seus produtores. Trata-se, portanto, de montar uma segunda natureza dos fatos sociais, diferente, e em muitos casos, oposta à verdadeira natureza das coisas (MARCONDES FILHO, 1989, p. 50).

Preocupados, em última instância, em como se deram as ações e os discursos da governança da cidade acerca do empreendedorismo na cidade, entendimento de Gregolin (2007, p. 16) mostra que estamos no caminho certo: “Na sociedade contemporânea, a mídia é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma ‘história do presente’ como um acontecimento que tensiona a memória e o esquecimento” (GREGOLIN, 2007, p. 16).

Cabe ressaltar, porém, que não pretendemos seguir o referencial teórico metodológico da Análise de Discurso e, aqui, nosso percurso metodológico se assemelha ao de Almeida (2008, p. 10-12): “Tentamos entender a produção de discursos nas relações de troca, na apropriação ou no embate entre os interlocutores da cidade de São José dos Campos”. Assim como a autora, apesar de não seguir este referencial, nos apropriaremos em alguns momentos da estrutura do discurso para entender o funcionamento da linguagem em que o discurso se estruturou e, para isso, a leitura de Pêcheux (GREGOLIN, 2004), Foucault (2008), Orlandi (1983) foi enriquecedora. Destacamos a compreensão de Foucault a respeito do discurso, como

<sup>12</sup>Jornal ValeParaibano - Edição especial do aniversário de São José dos Campos, 1993, p. 1.

<sup>13</sup> Chamaremos de JVP os cadernos especiais do jornal ValeParaibano.

[...] um conjunto de enunciados, na medida em que se apoiam na mesma formação discursiva; [...] é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência. O discurso, assim entendido, não é uma forma ideal e intemporal que teria, além do mais, uma história; o problema não consiste em saber como e porque ele pôde emergir e tomar corpo num determinado ponto do tempo; é, de parte a parte, histórico - fragmento de história, unidade e descontinuidade na própria história, que coloca o problema de seus próprios limites, de seus cortes, de suas transformações, dos modos específicos de sua temporalidade, e não de seu surgimento abrupto em meio às cumplicidades do tempo (FOUCAULT, 2008, p. 132-133)

## **ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO**

Para atingir os objetivos aqui expostos, estruturamos o trabalho da seguinte maneira:

Na primeira parte, apresentamos o arcabouço teórico necessário para a compreensão dos resultados obtidos, destacando a emergência do contexto local e os olhares acerca do empreendedorismo. Com relação à segunda parte da pesquisa, referente à apresentação dos resultados, temos:

Na seção 1, apresentamos São José dos Campos em três diferentes períodos, apontando a importância de ações e estratégias discursivas da governança local em aumentar quociente de capital simbólico em determinadas direções, visando criar uma “marca” distintiva para a cidade, tendo como finalidade atrair investimentos ou superar crises econômicas. Apontamos em subseções como isso ocorreu, na primeira metade do século XX, na “cidade sanatorial” (ALMEIDA, 2008); na segunda metade do século XX com “cidade industrial” e no final do século XX, início do século XXI, com a “cidade empreendedora”.

Na segunda seção, tendo conhecimento da elasticidade do termo “empreendedor/empreendedorismo”, buscamos compreender como se formou o ideário empreendedor, seus sentidos e significados, na cidade de São José dos Campos. Para tanto, consultamos o JVP entre os anos de 1990 e 2010. Porém, foram nas matérias entre os anos 1997 e 2000, através de artigos escritos pelo ex-prefeito Emanuel Fernandes, que pudemos analisar esta questão. Nesse sentido, percebemos que o ideário empreendedor constitui, sobretudo, um projeto de competitividade urbana, buscando criar uma “marca” de distinção para a cidade ao aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno de duas ideias centrais, a de que “a cidade é empreendedora” e de que “o Joseense é empreendedor”. Exploramos como estas

ideias se deram em subseções específicas.

Por fim, na seção 3, mostramos como este projeto de “vocação empreendedora” é ao mesmo tempo, meio e fim para o sucesso do próprio projeto de competitividade urbana. Nesse sentido, mostramos como, a partir da ideia do Joseense como empreendedor, o discurso do JVP acerca do próprio Joseense foi mudado. Se em um primeiro momento, retratava o Joseense como “errante e sem vínculos com a cidade”, uma vez que constituído, em sua maioria, por migrantes, a partir do discurso de que o “joseense é empreendedor”, este passa a ser retratado homogeneamente como empreendedor, trazendo em seu cerne um elemento de coesão, de unificação e patriotismo com a cidade. Mostramos, também como, ao afirmar que o “joseense é empreendedor”, o projeto de “vocação empreendedora” funciona como mais um elemento identitário a compor o mosaico da já múltipla identidade joseense.

O projeto de “vocação empreendedora”, ancorada na ideologia da competência (CHAUI, 2014, p. 54), por outro lado, “cai como uma luva” no sentido de reforçar (ou legitimar) ações no sentido de promover a boa imagem da cidade. Nesse sentido, destacam-se ações que tratam a pobreza enquanto “problema paisagístico” (VAINER, 2011, p. 82).

Por fim, nas considerações finais, consolidamos as principais ideias aqui apresentadas, problematizando-as com os dias atuais. Nesse sentido, enquanto finalizamos esta pesquisa, notícias mostram que o conselho administrativo da EMBRAER aprovou a joint venture da empresa com a americana Boeing. Esta ação pode marcar um novo capítulo na história da cidade.

# 1 NOTAS TEÓRICAS PRELIMINARES

## 1.1 A EMERGÊNCIA DO CONTEXTO LOCAL

A presente seção é um esforço para contextualizar a emergência das novas políticas urbanas a partir da década de 1970 nos países capitalistas avançados e a partir da década de 1980, mas principalmente 1990, no Brasil. Percebe-se nessas políticas urbanas, novas atribuições e o protagonismo da dimensão local no contexto da globalização econômica, decorrendo no que vem sendo chamado de “novas estratégias” de planejamento, preocupadas, principalmente, em aumentar a competitividade de cada localidade.

É consenso entre diversos autores que essas novas políticas se dão em um novo contexto, posterior a crise de acumulação que atingiu as economias dos países capitalistas avançados, a partir da década de 1970, findando os chamados “anos dourados”. Diante de tais transformações, não apenas nos novos papéis assumidos pelas políticas urbanas, mas também no mundo do trabalho, no conhecimento científico, cultura, artes etc., autores buscaram entender as mudanças em processo, pensando-as como “novo capitalismo”, “capitalismo desorganizado”, “acumulação flexível” (HALAL, 1986; LASH E URRY, 1987; SWYNGEDOUW, 1986 *apud* HARVEY, 2013, p. 163-169), e mesmo criando novos adjetivos para a sociedade atual, como “sociedade da informação”, “sociedade pós-fordista”, “sociedade do conhecimento”, “sociedade em rede”, “sociedade pós-moderna” (BELL, 1974; PIORE & SABEL, 1984; UNESCO, 1990; CASTELLS, 1999; LYOTARD, 2003 *apud* LAZZARESCHI, 2015, p. 8). Destacamos o entendimento da nova economia em escala global “informacional, global e em rede”, de Manuel Castells, tendo como base material a tecnologia da informação:

É informacional porque a produtividade e competitividade das unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem fundamentalmente da sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada no conhecimento. É global porque as principais atividades produtivas, o consumo e a circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria-prima, administração, informação, tecnologia, mercados) estão organizados em escala global, diretamente ou mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos. É rede porque, nas novas condições históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede local de interações entre redes empresariais (2016, p. 135)

Para o caso específico dos novos papéis e das novas políticas urbanas, com extraordinário aumento do poder de decisão de governos locais, destacam-se as inovações tecnológicas (principalmente nas tecnologias da informação) e a redução da regulação dos

fluxos financeiros.

Segundo Ana Fernandes (2001, p.28), a partir de uma leitura de Benko e Lipietz (1994), podem ser identificadas duas correntes de interpretação do papel da esfera local como solução para a mencionada crise de acumulação: a chamada hipótese do desenvolvimento endógeno e o enfoque na divisão internacional do trabalho.

Com relação a hipótese do desenvolvimento endógeno e suas variantes, segundo a mesma autora (*idem*, p. 29), a fonte do crescimento e a saída para a crise derivaria das condições específicas de cada localidade, em uma dinâmica ágil e inovadora, articulando seus próprios recursos para superarem a rigidez da acumulação fordista, em substituição da produção em escala pela especialização flexível, comum às pequenas empresas. Desta maneira, as condições socioeconômicas de cada localidade, principalmente sua capacidade de flexibilizar e sua capacidade de inovação no processo produtivo, determinariam seu sucesso. Nessa hipótese, é minimizada a importância do domínio macroeconômico e das relações de mercado. Como exemplo dos fenômenos espaciais desta solução teríamos, por exemplo, os arranjos produtivos da Terceira Itália (BECANTINI, 1987, BELLANDI, 1989, GAROFOLI, 1989 *apud* FERNANDES, p. 28), do Vale do Silício (SCOTT, 1989, WALKER & STORPER, 1989, CASTELLS, 1989) e do Vale do Silício californiano (SCOTT, 1989; WALKER & STOPPER, 1989; CASTELLS, 1989 *apud* FERNANDES, p. 28). Castells (1996) ao desenvolver a ideia das cidade como atores políticos, traz uma boa imagem da perspectiva do desenvolvimento endógeno:

A recessão econômica da década de 70 provocou, na Europa, uma reação dos governos locais e dos principais atores econômicos e sociais urbanos. Os primeiros foram além das obrigações legais para atrair investimentos, gerar emprego e renovar a base produtiva das cidades. Concomitantemente, pactuaram com os atores urbanos para promover a cidade. No ano de 1986, teve lugar em Roterdã uma Conferência de Cidades europeias, que definiu as cidades como motores do desenvolvimento econômico.

[...] As cidades asiáticas demonstraram que, no mundo da economia global, a velocidade da informação sobre os mercados internacionais e de adaptação aos mesmos, a **flexibilidade das estruturas produtivas e comerciais e a capacidade de inserir-se em redes**, determinam o sucesso ou o fracasso, muito mais do que as posições adquiridas no passado, o capital acumulado, as riquezas naturais ou a situação geográfica. O segredo reside na velocidade de inovação do conjunto das pequenas e médias empresas articuladas com as grandes em rede com o exterior e com poder político no interior (*idem*, p. 153, grifos do autor)

Já a hipótese com enfoque na divisão internacional do trabalho, busca compreender o

processo de reestruturação em curso sem perder de vista o peso das grandes corporações transnacionais. Aqui, é entendido, que o capitalismo produz uma intensa divisão do trabalho, ao que se soma as estratégias tecnológicas, institucionais e espaciais das grandes transnacionais, além da autonomização do capital financeiro, possibilitando intensa movimentação deste capital pelo globo, à procura de maiores taxas de lucro<sup>14</sup>:

Com a diminuição dos custos de transportes e a consequente redução das barreiras espaciais para o movimento de bens, pessoas, moedas e informações, realçou-se a **importância das qualidades do local, e se fortaleceu consideravelmente o vigor da concorrência interurbana para o desenvolvimento capitalista** (investimentos, empregos, turismo, etc.) (HARVEY, 2005, p. 177, grifos do autor).

Perde-se, portanto, o elemento monopolístico da localidade e o capital multinacional passa a selecionar locais sem se preocupar tanto com barreiras espaciais, distâncias do mercado ou matéria-prima, mas adicionando em sua equação, condições específicas de produção de um determinado lugar que se traduzam em maiores taxas de lucro. Nesse processo, o capital multinacional pode reagir e atender as variações muito específicas de mercado, por meio de pequenos lotes e produção especializada em diversas localidades. Dessa maneira, as localidades passam a concorrer entre si e a governança urbana passa a se dedicar a criar estratégias para atrair capital de desenvolvimento, criando um “local favorável aos negócios” (oferta de mão-de-obra, infraestrutura, recursos, regulamentações e subsídios) (idem, p. 177). Tem início o que alguns autores chamam de “guerra dos lugares” (CARLOS, 1996, p.39; SANTOS, 1996, p. 197; ROLNIK, 2015).

No seu livro “A produção capitalista do Espaço”, David Harvey (2005, p. 163-188) dedica um capítulo<sup>15</sup> exclusivamente para tratar da passagem do “administrativismo ao empreendedorismo”<sup>16</sup> da governança urbana no capitalismo tardio. A seguir, apresentamos suas principais colocações, por apresentar importantes contribuições teóricas acerca da valorização da esfera local no contexto da globalização da economia a partir da década de 1970 nos países de capitalismo avançado, exercendo posterior influência no contexto brasileiro. O autor dá bastante atenção a esse tema, acreditando ter um grande peso nas rápidas mudanças dos sistemas urbanos do mundo capitalistas avançado e na transição geral da dinâmica do

---

<sup>14</sup> Fernandes (2001, p.30) destaca alguns autores com esse olhar: Lipietz (1986, 1989), Leborgne e Lipietz (1991), Sayer (1992), Sayer e Walker (1992), Amin (1992) Amin e Robins (1994), Martinelli e Shoenberger (1994) e David Harvey (1982, 1985, 1989).

<sup>15</sup> Publicado originalmente em 1989 como artigo para a revista Geografiska Annaler

<sup>16</sup> A opção pelo entendimento deste conceito em Harvey se dá pelo seu conteúdo e não pela coincidência do termo utilizado com o tema central de nossa pesquisa

capitalismo de um regime fordista-keynesiano de acumulação capitalista para um regime de “acumulação flexível” (2005, p. 166-167).

Harvey (2005, p. 169) utiliza o conceito de “governança”, entendendo significar mais do que “governo” urbano. Explicitamente influenciado pelo conceito de “máquina de desenvolvimento” de Molotch (LOGAN & MOLOTCH, 1987), entende que o poder de reorganização da vida urbana muitas vezes está em uma coalizão de forças mobilizados por diversos agentes sociais. Dessa maneira entende como empreendedorismo urbano o novo papel empresarial do poder local, trazendo em seu cerne a noção de “parceria público-privada”, uma coalizão de iniciativas locais tradicionais com seus respectivos poderes governamentais, visando atração de investimentos diretos, financiamentos externos ou novas fontes de emprego. Segundo Harvey, esta atividade público-privada, ao contrário do desenvolvimento racionalmente planejado e coordenado, é empreendedora, pois, na execução e no projeto é especulativa<sup>17</sup>.

David Harvey aponta que o empreendedorismo urbano está diretamente relacionado à mudança macroeconômica na forma e no estilo do desenvolvimento capitalista, não se opondo a este. Observa que as leis coercitivas da concorrência incitam às localidades e suas coalizações a jogarem o mesmo jogo, buscando constantemente inovação em estilo de vida, produtos, serviços, formas culturais, institucionais, políticas, etc. e, uma vez que as localidades passam a competir dentro da divisão internacional do trabalho, é fácil deduzir que haja um desenvolvimento desigual dos sistemas urbanos:

[...] é evidente que mesmo o governo urbano mais progressista é incapaz de resistir a tais consequências quando encaixadas na lógica do desenvolvimento espacial capitalista, no qual a competição parece funcionar não como uma mão oculta benéfica, mas sim como uma lei coercitiva externa, impingindo o menor denominador comum relativo à responsabilidade social e à oferta de bem-estar num sistema urbano organizado de modo competitivo (idem, p. 180)

Dessa maneira, David Harvey (2005, p.172-178) elenca algumas possibilidades de exploração de vantagens específicas de cada localidade: primeiramente com relação à produção de bens e serviços, as vantagens podem ser relativas a recursos, localização, qualidade e custo da mão-de-obra (via acordos coletivos locais), custos locais (que podem ser reduzidos por subsídios – renúncias fiscais, crédito barato, aquisição de terrenos, etc.), tipo de atividade

---

<sup>17</sup> É interessante verificar a definição indireta de empreendedorismo em Harvey, neste caso, em sentido especulativo dado por Richard Cantillon. Para mais detalhes, ver seção específica sobre empreendedorismo.

realizada em determinada região (aglomerações de economia), ou vantagens específicas criadas através de investimentos públicos e privados (ou de uma coalizão de forças) em infraestruturas físicas e sociais.

Outra maneira de se tornar mais competitiva, diz respeito à divisão espacial de consumo, incluindo não apenas recursos financeiros por meio de turismos e atrações, mas sobretudo com relação à qualidade de vida. Valoriza-se a “revitalização” de regiões urbanas degradadas (geralmente no processo conhecido como gentrification), criam-se atrações para o consumo, como estádios esportivos, shoppings centers, festivais e eventos culturais, em geral. Nesse sentido aponta que “acima de tudo, a cidade tem de parecer um lugar inovador, estimulante, criativo e seguro para se viver ou visitar, para divertir-se e consumir” (HARVEY, 2005, p. 176).

Não deixa de ser importante a redistribuição de superávits dos governos centrais e também a importância de criar atividades de controle e comando referentes às altas finanças, assim como investimentos em infraestrutura que comportem essas atividades, principalmente aeroportos e em comunicações. Dada a difícil concorrência com economias aglomeradas já consolidadas, muitas localidades investem em sua imagem, para parecer ser uma “cidade do futuro” (idem, idem).

Nesse sentido, o empreendedorismo urbano, apoiado na parceria público-privada, tem como preferência a construção especulativa de lugares (novo centro cívico, parque industrial, programas de requalificação, etc.) a territórios (moradia, educação, etc.), uma vez que os projetos voltados a lugares costumam atrair foco da atenção pública e política, tendo capacidade de desviar o olhar da população de problemas mais amplos que podem porventura afetar o território como um todo (HARVEY, 2005. p. 172). O autor identifica que há uma “conexão vital” entre

[...] a ascensão do empreendedorismo urbano e inclinação pós-moderna para o projeto de fragmentos urbanos em vez do planejamento urbano abrangente, para a efemeridade e o ecletismo da moda e do estilo em vez da busca de valores duradouros, para a citação e a ficção em vez da invenção e da função, e finalmente, para o meio em vez da mensagem e para a imagem em vez da subsistência (idem, p. 181)

A preocupação primeira pela imagem ao invés da subsistência traz uma relação direta e óbvia com a concorrência interurbana e com a legitimação desta. Em primeiro lugar, a venda de uma localidade para determinada atividade está diretamente relacionada com a sua imagem, principalmente com relação a estar adaptada e preparada física e socialmente à finalidade

competitiva. Em segundo lugar, a produção orquestrada de uma imagem urbana pode criar solidariedade social, orgulho cívico e lealdade ao lugar, forjando uma identidade local, logo, abrindo caminho para o controle social, legitimando a concorrência interurbana: “[...] na defesa, contra um mundo hostil e ameaçador do comércio internacional e concorrência acirrada”(idem, idem). Percebe-se, aqui, os projetos de revitalização, atração de grandes espetáculos ou mesmo a identificação com algo perdido de seu passado. Nesse sentido, criar uma “marca” de distinção para a cidade pode ser outra estratégia para aumentar a competitividade interurbana de uma localidade, como mostraremos em seção posterior.

Em análise crítica às implicações macroeconômicas da concorrência interurbana, Harvey, com relação às consequências distributivas do empreendedorismo urbano (2005, p. 179-184), aponta que nos Estados Unidos, a parceria público-privada se resume a uma estratégia de manter determinados setores na cidade (ricos, empresas afluentes e atividades de controle), subsidiando-os as custas do consumo coletivo local, da classe trabalhadora e dos pobres. Experiências em outros países capitalistas avançados mostram uma tendência à polarização na distribuição social da renda real, a partir de subsídios locais ao capital (de alta mobilidade), em contraste com a provisão local para os desprivilegiados. Nesse sentido, observa impactos regressivos na distribuição de renda, volatilidade da malha urbana e projetos com benefícios efêmeros. Contribui com essa polarização os tipos de empregos gerados, com ênfase nas pequenas empresas e na terceirização, além do aumento do setor informal. Além disso, o empreendedorismo urbano estimula o desenvolvimento de atividades e esforços com maior capacidade localizada de aumento das propriedades, tributações, circulação local de receita e do emprego

### **1.1.1 Planejamento estratégico urbano**

Diante da mudança de escala, com maior ênfase em ações locais e a competitividade interurbana, desponta um novo modelo de planejamento urbano, chamado de “planejamento estratégico urbano” e, ao tocar nesse tema, fica difícil não mencionar Carlos Vainer e seu capítulo no livro “A cidade do pensamento único: desmascarando consensos” (2011): “Pátria, empresa e mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do planejamento estratégico urbano”, fazendo uma análise crítica a este modelo de planejamento urbano difundido no Brasil e na América Latina, a partir da década de 1990. Segundo este autor:

Se durante longo período o debate acerca da questão urbana remetia, entre

outros, a temas como crescimento desordenado, reprodução da força de trabalho, equipamentos de consumo coletivo, movimentos sociais urbanos, racionalização do uso do solo, a nova questão urbana teria, agora, como nexo central a problemática da competitividade urbana (VAINER, 2011, p. 76).

A difusão do planejamento estratégico urbano, diz Vainer (idem, p. 76) se dá, principalmente, por diferentes agências multilaterais, como o Bird, Habitat e por consultores internacionais, com destaque para os catalães. Nesse sentido Ana Fernandes (2001, p. 40), identifica um “tripé” que alimenta e se beneficia das novas políticas urbanas no contexto da emergência da escala local: o grande capital produtivo, as elites locais, já explicitado por Molotch & Logan (1987) e organismos multilaterais de financiamento em uma aliança de crescimento com a figura da liderança local.

Com relação aos planos estratégicos urbanos, seus conceitos, instrumentos analíticos e metodológicos, esses têm origem no planejamento empresarial, sistematizado inicialmente na Harvard Business School, tendo evidente influência de experiências militares. Sua primeira experiência aplicada foi em São Francisco – EUA, no ano de 1982. Chega à Espanha em 1987, sendo aplicado em Barcelona para receber os jogos olímpicos de 1992, posteriormente em cidades como Bilbao, Madri, Jerez e Cádiz (VAINER, 2011, p.76).

O plano estratégico e a reestruturação urbana de Barcelona acabaram se tornando paradigma internacional pelo seu modelo urbanístico, de planejamento, de liderança em redes internacionais e capacidade de organização de megaeventos, tendo início em 1986, com a nomeação da cidade como sede dos Jogos Olímpicos. Posteriormente, foi sendo amplamente difundido na América Latina por meio de consultores, como caminho para a inserção competitiva na nova ordem econômica, a partir da década de 1990 (SÁNCHEZ, 1999, p. 121-123).

Nesse sentido, Castells (1990, p. 14 *apud* VAINER, 2011, p. 76) é enfático ao afirmar que:

A flexibilidade, globalização e complexidade da nova economia do mundo exigem o desenvolvimento do planejamento estratégico, apto a produzir uma metodologia coerente e adaptativa face à multiplicação de sentidos e sinais da nova estrutura de produção e administração.

Sabendo da influência e do papel destes consultores catalães, e da importância dada ao planejamento estratégico urbano, Carlos Vainer (2011) se debruça sobre seus principais porta-

vozes<sup>18</sup>, analisando criticamente seus discursos, além dos sentidos e da eficiência destes planejamentos estratégicos na construção de um projeto de cidade. Chega, então, as três analogias constitutivas do discurso base dos consultores catalães: a cidade é uma mercadoria, a cidade é uma empresa e a cidade é uma pátria. A seguir apresentaremos suas principais considerações, argumentando que há uma apropriação da cidade por interesses empresariais globalizados, em grande parte decorrente do banimento da política, da eliminação do conflito e das condições de exercício da cidadania (*idem*, p. 77-78).

A primeira analogia constitutiva refere-se à cidade-mercadoria, sendo vendida em um mercado em que outras cidades também estão à venda. Vendem-se atributos valorizados pelo mercado externo, constituído pelo grande capital em busca de localizações mais vantajosas: “espaços para convenções e feiras, parques industriais e tecnológicos, oficinas de informação e assessoramento a investidores e empresários, torres de comunicação e comércio e segurança” (BOTJS& FORN, 1996, p. 34 *apud* VAINER, 2011, p.79). Para tanto se torna “requisito indispensável”:

a constituição de um centro urbano de gestão e serviços avançados, organizados, invariavelmente, em torno de um aeroporto internacional; um sistema de telecomunicações por satélite; hotéis de luxo, com segurança adequada; serviços de assistência secretarial de inglês; empresas financeiras e de consultoria com conhecimento da região; escritórios de governos regionais e locais capazes de proporcionar informação e infraestrutura de apoio ao investidor internacional; um mercado de trabalho local com pessoal qualificado em serviços avançados e infraestrutura tecnológica (BORJA & CASTELLS, 1997, p. 37 *apud* VAINER, 2011, P. 79).

Para a promoção das cidades, passa a ser fundamental uma operação de “city marketing” (BORJA, 1995, p. 27; BORJA & CASTELLS, 1997, p. 192 *apud* VAINER, 2011, p. 81), promovendo a cidade para o exterior. Nesse sentido, Carlos Vainer apresenta preocupação com o olhar lançado para a pobreza, uma vez uma “boa imagem” da cidade de fundamental importância:

O governo local deve promover a cidade para o exterior, desenvolvendo uma imagem forte e positiva apoiada numa oferta de infraestruturas e de serviços (comunicações, serviços econômicos, oferta cultural, segurança, etc.) que exerçam atração de investidores, visitantes e usuários solventes à cidade e que facilitem suas 'exportações' (de bens e serviços, de seus profissionais, etc.) (CASTELLS & BORJA,1996 *apud* VAINER, 2011, P. 80).

Ainda nesse sentido, a preocupação com boa imagem da cidade já pode ser identificada

---

<sup>18</sup> Principalmente Jordi Borja, Manuel de Forn e Manuel Castells

no diagnóstico produzido pelo Plano Estratégico do Rio de Janeiro (PLANO ESTRATÉGICO DO RIO DE JANEIRO, p. 50 *apud* VAINER, 2011 p. 82), realizado com assessoria de consultores catalães. Neste diagnóstico, a miséria é redefinida como problema paisagístico/ambiental, identificada como um problema relacionado à “forte visibilidade da população de rua”. A mesma consideração é identificada em Borja & Castells, quando estes colocam a “pobreza urbana e a marginalização” como “entorno social”, que “condicionam ou influem consideravelmente nas decisões dos agentes econômicos, na atratividade da cidade” (1997, p. 133 *apud* VAINER, 2011, p. 82).

Percebe-se que, dentro do planejamento estratégico urbano, a cidade é uma mercadoria de luxo, vendida e promovida para uma “elite de potenciais compradores: capital internacional, visitantes e usuários solváveis”. Logo de cara, é possível identificar uma contradição com relação à promoção da mercadoria-cidade e seu “público alvo”. Se por um lado promove-se a imagem positiva da cidade, o que poderia despertar o interesse de diversos grupos, inclusive dos mais pobres em busca das mais diversas oportunidades, por outro, os planos estratégicos almejam, explicitamente, atrair visitantes e usuários solváveis (idem, p. 83).

A cidade-empresa, diferentemente da cidade influenciada pelo urbanismo moderno (apesar deste já trazer noções da fábrica taylorista, como racionalidade, ordem e funcionalidade), é a cidade que aparece “em seu conjunto e de maneira direta [...] à empresa” (*ibidem*, p. 85). A cidade, agora, é sujeito, encontrando no mercado a regra e o modelo do planejamento e das execuções de suas ações. Aqui, não se trata apenas de entender a cidade como empresa, mas, sobretudo, de conhecer seus atores. O setor privado não é outra coisa senão os interesses privados dos capitalistas, e a difundida superação da separação entre o setor público e privado atende, principalmente, a interesses desse último. É a cidade-empresa/cidade-empresários. Como pergunta Vainer (2011, p. 83-91), trata-se da “democracia direta da burguesia ou da ditadura gerencial?”.

Por fim, a cidade-pátria, que atende ao discurso da cidade unificada em torno do plano estratégico, onde o consenso se faz fundamental para o bom andamento dos negócios nos quais a cidade está engajada. Vainer (2011, p. 92-93) identifica, no discurso dos urbanistas catalães, o efeito útil produzido pela “percepção de crise” na cidade, como condição para trégua nos conflitos internos. A percepção de crise torna-se meio caminho andado para a criação de um patriotismo de cidade. O grande problema da cidade-pátria reside na recusa da esfera política local, agora espaço para exercício de um projeto empresarial (*ibidem*, 2011, p. 91-98)

### **1.1.2 Capital simbólico coletivo e rendas de monopólio**

David Harvey, em “Cidades Rebeldes” (2014), foge de um entendimento recorrente acerca da identificação do poder de monopólio apenas nas grandes megacorporações, assim como o seu contrário, ou seja, mercado competitivo como sinônimo da emergência de pequenas empresas. Como nos mostra o autor, “toda renda se baseia no poder monopolista da propriedade privada sobre certos ativos” (idem, p. 172). Poderes de monopólio garantem ao capitalista a possibilidade do cálculo racional e um planejamento a longo prazo, reduzindo riscos e incertezas a partir de maior controle sobre a produção e a comercialização.

Nesse sentido, se faz necessário entender que a renda de monopólio é possibilitada a partir de um maior fluxo de receitas, por um maior período de tempo, a partir do controle exclusivo sobre determinado item, direta ou indiretamente comercializável e, em alguns casos, único e irreproduzível (idem, 172).

Ao se controlar recursos, mercadorias ou localização com qualidades especiais em relação à determinada atividade, a renda de monopólio pode ser extraída de maneira indireta pelo agente social, quando esse negocia a mercadoria ou o serviço produzido por meio de seu uso; ou de maneira direta, quando comercializa a própria terra, recurso ou bem. Uma boa maneira de exemplificar essas possibilidades, é imaginar um vinhedo com localização privilegiada que possibilite a produção de um vinho de qualidade superior. A venda direta do vinho seria um caso indireto de preço de monopólio. Já a venda de todo o vinhedo, um caso indireto de preço de monopólio. Outro exemplo utilizado pelo autor é uma obra de arte. Trata-se de um exemplo bastante ilustrativo e se acerca conceitualmente de nossa pesquisa. A singularidade de uma determinada obra de arte – ou de um lugar específico, no caso da vinícola que cria base para o preço de monopólio (idem, p. 172, 173).

Em outras palavras, a exclusividade e a particularidade definem “qualidades especiais” quando comercializadas, mantendo uma margem monopolista ao capitalista. Nesse sentido, Harvey afirma: “[...] todo capitalista procura convencer os consumidores das qualidades únicas e irreprodutíveis de seus produtos” (idem, 176).

Se por um período da história o alto custo dos transportes e a dificuldade em estabelecer comunicações a longas distâncias garantiam o monopólio da localização (escala) à produtores e comerciantes locais, com a “aniquilação do espaço pelo tempo” perdeu-se a proteção inerente à localidade:

O recente ímpeto globalizante reduziu significativamente as proteções monopolistas concedidas historicamente pelos altos custos de transporte e comunicações, enquanto a remoção de barreiras institucionais ao comércio (protecionismo) provocou também uma diminuição das rendas de monopólio que se podiam obter barrando a concorrência estrangeira (idem, p. 180).

O desenvolvimento local, portanto, é afetado. Novas estratégias e respostas surgem em decorrência da “diminuição do espaço-tempo”<sup>19</sup>. Orquestra-se, desta maneira, a dinâmica de processos de investimentos públicos e privados no lugar e na hora certa, a fim de tornar uma localidade bem sucedida na concorrência interurbana.

A globalização, nesse sentido, **não deve** ser entendida, segundo Harvey (idem, p. 190), como

[...] uma unidade indiferenciada, mas como uma padronização das atividades e relações capitalistas globais articuladas geograficamente [...]. Em parte pode ser entendida em termos convencionais como uma tentativa, por parte dos capitais móveis [...] de obter vantagens na produção e apropriação de mais-valia por se manter em circulação.[...] a força de trabalho mais barata e mais facilmente explorada transforma-se no farol que serve de guia à mobilidade do capital e às decisões de investimento. Mas há muitas provas contrárias que sugerem que isso seja uma drástica simplificação [...]explicação monocausal da dinâmica do desenvolvimento geográfico desigual. Em geral, o capital flui tão facilmente para regiões de altos salários quanto para as de baixos salários [...]. O problema decorre em parte do hábito de ignorar a categoria do capital fundiário e a importância considerável de investimentos de longo prazo no espaço construído (idem, p. 189-190)

Nesse sentido, a governança urbana, que mistura poderes públicos em diferentes escalas, diferentes formas organizacionais da sociedade civil e interesses privados (corporativos ou individuais), orientam-se a criar padrões de investimentos locais com vistas a criar sinergia suficiente no processo de urbanização para que sejam criadas e realizadas rendas de monopólio pelos interesses privados e poderes Estatais (idem, p. 188,191).

Porém, como afirmado anteriormente, rendas de monopólio podem ser adquiridas a partir de “qualidades especiais”, ou seja, alegações de singularidade, autenticidade, particularidade e especificidade. Desta maneira, o autor afirma que o melhor terreno para se criar essas “qualidades especiais” se dá no campo das práticas culturais historicamente constituídas e no das características ambientais especiais. Entra em jogo, portanto, narrativas históricas, interpretações e significados de memórias coletivas, representações de práticas

---

<sup>19</sup> Desde centralizar o capital em megacorporações ou flexibilizar alianças que dominem os mercados, assegurar com mais firmeza direitos de monopólio de propriedade privada, com leis internacionais que regulamentam todo o comércio global, criar patentes e direito de propriedade intelectual etc. (HARVEY, 2014, p. 189)

culturais, etc.: “[...] sempre há um forte elemento social e discursivo na construção dessas causas para extrair rendas de monopólio” (idem, p. 192).

Dando prosseguimento em seu argumento, Harvey vai tomar emprestado o conceito de “capital simbólico” de Bourdieu, extrapolando-o para a coletividade, como explica: “o que está em jogo aqui é o poder do capital simbólico coletivo, das marcas distintivas especiais que o ligam a determinado lugar que com um poder de atração geralmente significativo sobre os fluxos de capital” (idem, p. 192, 193).

As localidades, portanto, a partir da perda de poderes de monopólio dada a maior facilidade dos transportes, das comunicações e da diminuição das barreiras comerciais, passam a buscar aumentar seu quociente de capital simbólico coletivo, elevando seus traços distintivos a fim de reivindicar singularidades que resultam em rendas de monopólio. Desta maneira, “a ‘marca’ das cidades transforma-se em grandes negócios” (idem, p. 193).

Dada a importância do tema para o desenvolvimento local, algumas questões, se levantam: qual a marca distintiva, a singularidade que será reivindicada por uma localidade, ou seja, como se dará a apropriação do capital simbólico coletivo em determinadas localidades e à custa de quê? Quais as memórias coletivas, símbolos, signos, intervenções culturais e estéticas, discursos, etc. serão priorizadas? A preocupação se mostra válida, pois, como afirma o próprio autor: “O sucesso na “criação de marca” de uma cidade pode requerer a expulsão ou erradicação de todas as pessoas ou coisas que não sejam adequadas à marca” (idem, p.200).

## **1.2 OLHARES SOBRE O EMPREENDEDORISMO**

Ao falar sobre empreendedorismo, temos que ter em mente que não há consensos, teoria geral ou paradigma quando se acerca deste tema. O amplo leque de definições, linhas e entendimentos subsidia praticamente qualquer significado que se queira dar a essa questão. As crenças pessoais e os jogos de poder – e ideologias -, portanto, falam alto quando se trata desta temática.

Para entender a complexidade do tema, recorreremos à Trujillo (1974), que em “Metodologia e ciência”, sistematiza as características de quatro tipos de conhecimento (desde o ponto de vista do que caracteriza “conhecimento científico”), a saber, conhecimento popular, científico, filosófico e religioso (Quadro 1).

*Quadro 1- Sistematização de conhecimentos*

POPULAR	CIENTÍFICO	FILOSÓFICO	RELIGIOSO (TEOLÓGICO)
Valorativo	Real (factual)	Valorativo	Valorativo
Reflexivo	Contingente	Racional	Inspiracional
Assistemático	Sistemático	Sistemático	Sistemático
Verificável	Verificável	Não verificável	Não verificável
Falível	Falível	Infalível	Infalível
Inexato	Aprox. exato	Exato	Exato

Fonte: Adaptado de Lakatos,1991, p. 77-78.

A partir dessa sistematização, o entendimento do acerca do empreendedorismo pode ser identificado com base na construção do conhecimento popular, científico e religioso como poderá ser visto mais à frente. Ainda assim, identificar esses tipos de conhecimentos não significa dizer que há consensos ou paradigmas dentro deles.

Foi necessário grande esforço de pesquisa para encontrar as principais linhas de estudo acerca desta temática. A dificuldade se deu, em linhas gerais, por ser objeto de estudo de diversas escolas e linhas, pelos inúmeros artigos “apaixonados” pela temática, mas com pouco embasamento científico e também pelas inúmeras “pistas falsas”, uma vez que diversas definições do empreendedor e do empreendedorismo revisitavam a literatura existente em diversas áreas e contextos, argumentando que também estavam tratando da temática. Em outras palavras, foi necessário um grande esforço de leitura para, posteriormente, descarta-las em sua maioria.

Com relação ao conhecimento popular acerca do empreendedorismo, é comum este procurar uma base científica para a partir dela erguer seu próprio conhecimento valorativo, assistemático e inexato. A imensidão de entendimentos científicos acerca da temática, permite escolher o ponto de partida mais conveniente. Na literatura, por exemplo, podemos notar a elasticidade dada ao termo, encontrando referências desde Lúcifer como o primeiro empreendedor (KARNAL, 2014, p. 49), passando por empresários, celebridades, trabalhadores informais, políticos etc., a Jesus Cristo, como o maior empreendedor da história (CURY, 2007, p.334).

Como será discutido mais adiante, a emergência das pequenas empresas a partir da reestruturação produtiva a partir da década de 1970, reascendeu o interesse pelo conhecimento gerado acerca do empreendedorismo, relacionando-o às escolas de negócios, planejamento, abertura ou manutenção de uma nova empresa, inovação, tecnologia, comportamentos e

estratégias voltados para o sucesso empresarial, etc.

Com relação ao conhecimento científico, Murphy *et al.* (2006, p. 13) summariza a abrangência da temática:

O corpo da pesquisa sobre o empreendedorismo é estratificado, eclético e divergente. O campo do empreendedorismo gera muitas teorias e conceitos. No entanto, o campo em desenvolvimento tem sido devidamente criticado por ter um paradigma mal definido (Shane e Venkataraman, 2000), muito interessado com agendas e interesses conflitantes (Curran e Blackburn, 2001) e uma escassez de pesquisadores estáveis (Landstrom et al., 2001). Um equilíbrio não foi alcançado entre a emergência da teoria e uma fundação paradigmática (Bygrave e Hofer, 1991; Gartner, 2001; Low e MacMillan, 1988); A miscelânea das teorias do empreendedorismo não repousa sobre uma base teórica distinta e defensável (Bull e Willard, 1993). Além disso, houve pouco trabalho interpretativo e explicativo sobre esta questão (Hebert e Link, 1988); a maioria das análises históricas enfoca a educação para o empreendedorismo, os impérios de empreendedores de sucesso ou a natureza mutável das estruturas econômicas ou do capitalismo (Formaini, 2006) (MURPHY et al., 2006, p.13, tradução livre do autor).

As múltiplas definições e entendimentos acerca do empreendedorismo também está relacionada ao interesse de diversas disciplinas sobre o tema, como a economia, a sociologia e a psicologia, sendo possível também encontrar pesquisas nos mais diversos campos, tal como a antropologia, educação, finanças, história, marketing, comunicação em massa, ciência política, psicologia, escola de negócios, etc. Nos últimos 45 anos, no entanto, a pesquisa acadêmica com foco no indivíduo e no ambiente não logrou delinear elos explicativos acerca do empreendedorismo<sup>20</sup> (BULL; WILLARD, 1993; BROCKHAUS; HOROWITZ, 1986; ECKHARDT; SHANE, 2003; LOW; MACMILLAN, 1988; MITCHELL, 1996 *apud* MURPHY *et al.*, 2006).

Identificamos que também há grande esforço em tentar categorizar as mais diversas áreas e linhas que tratam da temática, como Stevenson & Jarillo (1990) (Tabela 3).

---

<sup>20</sup> Para definições e pistas mais rigorosas acerca do empreendedorismo, ver as pesquisas realizadas por Bull e Willard (1993) *apud* MURPHY et al., 2006).

*Tabela 3 - Áreas de estudo do empreendedorismo segundo Stevenson & Jarillo*

<b>Linha de Pesquisa</b>	<b>Causas</b>	<b>Comportamento</b>	<b>Efeitos</b>
Pergunta principal	Por quê?	Como?	Qual?
Disciplina básica	Psicologia, sociologia	Gerenciamento	Econômico
Contribuição	Importância do indivíduo  Variáveis ambientais são relevantes	Mais apropriado para uma escola de negócios, uma vez que se concentra na compreensão (e, espera-se, melhorar) prática gerencial.	Empreendedorismo é a função pela qual o crescimento é alcançado (portanto, não apenas o ato de iniciar novos negócios)  Distinção entre empreendedor e gestor

Fonte: Stevenson &amp; Jarillo, 1990

Cherukara e Manalel (2011), por sua vez, faz a categorização de teóricos que trataram a questão do empreendedorismo pelas áreas da economia, da sociologia e da psicologia, traçando uma linha desde 1755 até os dias atuais (Quadro 2).

*Quadro 2 - Teorias sobre Empreendedorismo por várias escolas*

<b>Ano</b>	<b>Autor</b>	<b>Escola de Pensamento</b>	<b>Destaque da Teoria</b>	<b>Termos Chaves</b>
<b>ECONOMISTAS</b>				
1755	Cantillon	Primeiros e Clássicos	Empreendedores (trabalhadores) com remunerações incertos	Incerteza de remuneração
1771	Baudeau	Primeiros e Clássicos	Invenção e inovação, conhecimento de processo e informação	Inovação, conhecimento, informação
1770	Turgot	Primeiros e Clássicos	Empreendedor é o resultado de uma decisão de investimento capitalista	Decisão de investimento capitalista
1803	Say	Primeiros e Clássicos	Empreendedor coordena e combina os fatores de produção	Fatores de produção
1881	Marshall	Primeiros e Clássicos	Empreendedor continuamente busca oportunidades para minimizar custos	Minimizar custos
1907	Howley	Primeiros e Clássicos	O empreendedor é o motivador e o portador da incerteza	Motivador, portador de incerteza
1921	Knight	Austríacos	Distinção entre incerteza e risco, relacionando-os ao	Incerteza, risco, lucro

Ano	Autor	Escola de Pensamento	Destaque da Teoria	Termos Chaves
			lucro e empreendedorismo	
1949	Mises	Austríacos	Empreendedor é o indivíduo ativo	Indivíduo ativo
1937	Hayek	Austríacos	Focado em informação e conhecimento	Informação, conhecimento
1970	Schakle;	Austríacos	Empreendedorismo e tomada de decisão	Tomador de decisão
1975	Schultz	Austríacos	Empreendedorismo é a capacidade de lidar com o desequilíbrio	Lidar com o desequilíbrio
1997	Krizner	Austríacos	Descoberta empreendedora na fase de desequilíbrio	Desequilíbrio, Descoberta
1968	Bumol	<i>Mainstream</i>	Distingue dois protótipos de empreendedorismo: empresa organizadora e inovadora	Organizador de empresas, inovador
1982	Casson	<i>Mainstream</i>	Empresários de sucesso demonstram bom senso ao fazer inovações arriscadas e são recompensados por meio de lucros ou salários	Julgamento, inovação arriscada, recompensa
1928	Schumpeter	Radical	Inovação, destruição criativa, risco destacado do empreendedor	Inovação, separado de risco
1993	Choi	Radical	Distingue a tomada de decisão em percepção / escolha lógica	Tomada de decisão, percepção, escolha lógica
1996	Harper	Radical	Busca de lucratividade relacionada à problemas não especificados, situações estruturalmente incertas e complexas	Busca de lucro, resolução de problemas, situações incertas e complexas
<b>SOCIOLOGIA</b>				
1906	Weber		Empreendedorismo determinado por conceitos religiosos	Conceitos religiosos
1949	Jenks	<i>História empreendedora</i>	Desenvolvimento do pensamento empreendedor	Papéis sociais
1963	Hoselitz	<i>Marginalidade Social</i>	Minorias sociais e étnicas mostram alto nível de empreendedorismo	Minorias sociais e étnicas
1971	Young	<i>Marginalidade Social</i>	Criatividade, solidariedade de grupo, reativo devido ao baixo reconhecimento de status ou barreiras de negação	Grupo solidário, baixo reconhecimento de status
1997	Hannah & Freeman	<i>Abordagem evolutiva</i>	Trouxe a abordagem evolutiva conhecida como	Abordagem evolutiva,

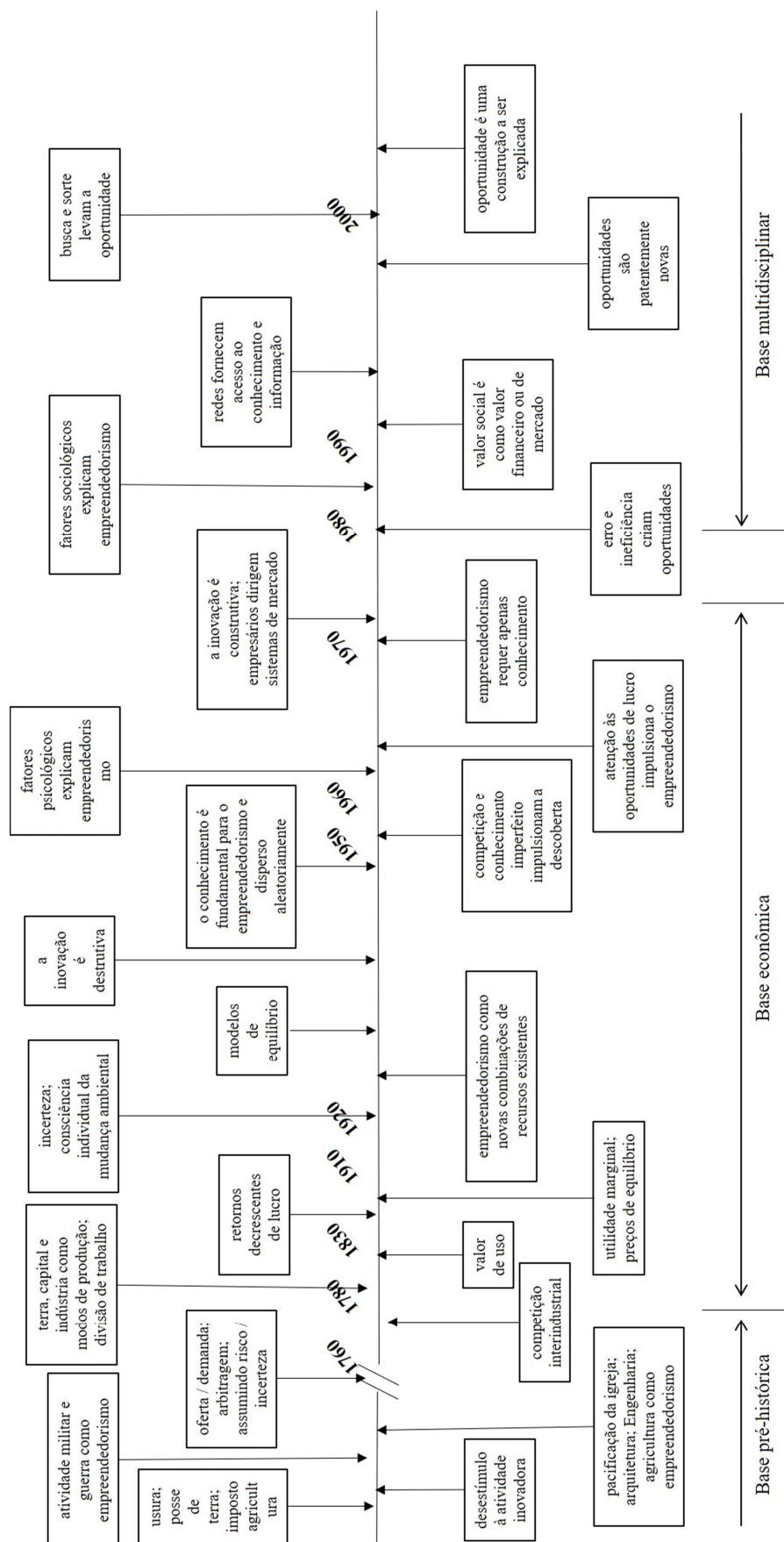
Ano	Autor	Escola de Pensamento	Destaque da Teoria	Termos Chaves
			Ecologia da População focada na presença, características e mudanças de uma população em um contexto ecológico	Ecologia populacional, população de organizações, contexto ecológico, sociedade de <i>host</i>
1999	Thornton	<i>Abordagem evolutiva</i>	Define o empreendedorismo como a criação de novas organizações que ocorre como um processo social e econômico dependente do contexto	Criação de novas organizações, dependente do contexto, processo social e econômico
2001	Aldrich	<i>Abordagem evolutiva</i>	Explorar a variação no comportamento organizacional por conta de ações intencionais de agentes que buscam soluções para ações específicas	Explorar Variação, comportamento organizacional, ações intencionais, buscando Solução para ação
2002	Stam	<i>Abordagem evolutiva</i>	Foco no indivíduo e não nos grupos. Análise evolutiva e institucional são combinadas com elementos derivados da geografia econômica.	Foco na análise individual, evolutiva e institucional, geografia do tempo, geografia econômica
<b>PSICOLOGIA</b>				
1961	McClelland		As buscas empreendedoras representam as situações de risco moderadas desejadas, para indivíduos com alta necessidade de realização	Soluções de risco moderadas Alta necessidade de conquista
1962	Hagen Entrepreneur is an individual, interested Solving problems,		é um indivíduo, interessado em resolver problemas práticos e técnicos, e é impulsionado por um dever de alcançar	Resolver problemas, impulsionados pelo dever de realização
1966	Rotter	<i>Locus de Controle</i>	Aqueles com <i>locus</i> de controle interno darão maior atenção, o que é essencial	Lócus de controle interno / externo, aprendizado

Ano	Autor	Escola de Pensamento	Destaque da Teoria	Termos Chaves
			para a aprendizagem incidental (reconhecimento de oportunidades) com a aprendizagem espontânea resultando no comportamento empreendedor.	incidental
1977	Kets de Vries	Modelo psicodinâmico	Estudar a psique do empreendedor e conceituar a personalidade empreendedora e uma explicação convincente de como ela foi formada	Estudo da Psique da personalidade empreendedora
1967	Glade	<i>Abordagem Situacional</i>	Uma mudança de estudo “do empreendedor” para o “comportamento do empreendedor”	Comportamento do empreendedor
1981	Greenfield and Strikon	<i>Abordagem Situacional</i>	Uma nova teoria baseada em “aprender fazendo”, introdução do termo “símbolos”	Aprender fazendo, símbolos
1985	Gardner	<i>Abordagem Situacional</i>	Empreendedores são classificados em padrões, agrupados por compartilharem características similares	Classificação por padrões por compartilhar características similares
2000	Chell	<i>Construtivismo Social</i>	Os empreendedores distinguem-se dos não-empreendedores pela sua motivação para a criação de riqueza, a acumulação de capital, a capacidade de reconhecer oportunidades e o seu julgamento	Motivação para a criação de riqueza, reconhecer oportunidades

Fonte: Adaptado de Cherukara e Manalel, 2011, tradução livre do autor

Murphy et al. (2006, p. 16), por sua vez, traçam uma questionável linha cronológica acerca da história conceitual do empreendedorismo remontando à pré-história (Figura 2).

Figura 2- História conceitual do pensamento empreendedor



Fonte: Adaptado de Murphy *et al.*, 2006, p. 16

Por fim, apresentamos a categorização de autores, a partir de elementos comuns ao se definir o empreendedorismo, realizada por Filion (2011) (Quadro 3).

*Quadro 3 - Características atribuídas ao empreendedor a partir da visão de diversos autores*

Elemento que define o empreendedor.	Autores
Inovação	Schumpeter (1947); Cochran (1968); Drucker (1985); Julien (1989; 1998).
Risco	Cantillon(1755); Knight (1921); Palmer (1971); Reuters (1982); Rosenberg (1983).
Coordenação de recursos para produção; fator de organização da produção ou da gestão de recursos	Ely and Hess(1893); Cole (1942 and in Aitken 1965); Belshaw (1955); Chandler (1962); Leibenstein (1968); Wilken (1979); Pearce (1981); Casson (1982)
Criação de valor	Say (1815, 1996); Bruyat and Julien (2001); Fayolle (2008).
Pensamento projetivo e visionário	Longenecker and Schoen(1975); Filion (1991; 2004).
Foco na ação	Baty (1981).
Liderança	Hornaday and Aboud (1971).
Dinamismo do sistema econômico	Weber (1947); Baumol (1968); Storey (1982); Moffat (1983).
Criação de <i>Ventures</i>	Collins, Moore and Unwalla (1964); Smith (1967); Collins and Moore (1970); Brereton (1974); Komives (1974); Mancuso (1979); Schwartz (1982); Carland, Hoy, Boulton and Carland (1984); Vesper (1990).
Reconhecimento de oportunidades	Smith (1967); Meredith, Nelson and Neck (1982); Kirzner(1983); Stevenson and Gumpert (1985);Timmons (1989); Dana (1995); Shane and Venkataraman (2000); Bygrave and Zacharakis (2004); Timmons and Spinelli (2004).
Criatividade	Zaleznik and Kets de Vries (1976); Pinchot (1985).
Ansiedade	Lynn (1969); Kets de Vries (1977; 1985).
Controle	McClelland (1961)
Introdução de mudança	Mintzberg (1973); Shapiro (1975).
Rebelião / Delinquência	Hagen (1960)

Fonte: Adaptado de Filion, 2011

Dentre as inúmeras categorizações realizadas, acreditamos que a realizada por Baumol (1993, p. 198) atende mais adequadamente os objetivos desta pesquisa. O autor identifica dois usos para o termo “entrepreneur” (empreendedor), ambos legítimos, apesar de distintos. O primeiro relaciona o termo à criação de novos negócios (empresas), mesmo que não envolva nenhum elemento de inovação. Nesse caso, trata-se do “*firm-organization-entrepreneur*” (empreendedor-organizador-de-negócios em tradução livre), que chamaremos aqui, livremente, de empreendedor-administrador de empresas, ou simplesmente empreendedor-administrador. O segundo entendimento é relacionado à inovação, desde que viável economicamente, não estando necessariamente relacionada à criação de uma nova empresa: trata-se do “*innovating entrepreneur*” (empreendedor inovador, em tradução livre), que passaremos a chamar, livremente, de empreendedor-inovador.

Segundo Baumol (1993, p. 198), a partir desta categorização, seríamos capazes de encontrar as raízes teóricas acerca do empreendedorismo, a partir de Cantillon e Say, para o empreendedor-administrador e Schumpeter, para o empreendedor-inovador.

Acreditamos, porém, que se deva incluir Schumpeter também como teórico-base para a compreensão do empreendedor-administrador, por acreditar que esse autor influenciou essa linha, mesmo que a partir de uma leitura fragmentada ou equivocada a seu respeito, como veremos mais adiante. Incluiremos também, transversalmente a essas duas categorias de empreendedores, David McClelland, autor de vertente comportamentalista que trouxe grande influência para as pesquisas acerca do tema, desde sua obra “*The Achieving Society*”, de 1961<sup>21</sup>.

Nas próximas páginas, portanto, a partir da categorização empreendedor-inovador/empreendedor-administrador, apresentaremos e discutiremos as principais ideias dos quatro teóricos citados anteriormente.

### **1.2.1 O empreendedor-inovador: Joseph Alois Schumpeter**

Joseph Schumpeter (1883-1950) é pioneiro em sistematizar uma teoria a respeito do papel do empreendedor na economia. Portanto, diversas linhas e entendimento acerca do empreendedorismo, derivam direta ou indiretamente de seus pensamentos e digressões (SWEDBERG, 2007, p. 2; MARCUS; BECKER, KNUDSEN, 2015, p. 199, BULL;

---

<sup>21</sup> Sua influência vai desde o “vocabulário empreendedor”, passando por cursos do SEBRAE e “gurus” do empreendedorismo/“empreendedores de palco” (GOMES; AUGUSTO, 2016; CARVALHO, 2018), que passam a se popularizar, principalmente, a partir dos anos 2000.

WILLARD, 1993, p. 183; FILION, 2011, p. 3; BAUMOL, 1993, p.202).

Schumpeter nasceu na Áustria, no final do século XIX (1883-1950) e residiu em diversos países e teve diversas experiências laborais ao longo de sua vida. Conforme Samuelson:

Existiram muitos Schumpeters: o brilhante enfant terrible da Escola Austríaca que, antes de completar trinta anos, havia escrito dois livros extraordinários; o jovem causídico que chegou a advogar no Cairo; o criador de cavalos; o Ministro da Fazenda na Áustria; o filósofo social e profeta do desenvolvimento capitalista; o historiador das doutrinas econômicas; o teórico de Economia que preconizava o uso de métodos e instrumentos mais exatos de raciocínio; o professor de Economia (SCHUMPETER, 1997, p; 5).

Sem sombra de dúvidas, seu trabalho mais conhecido e citado é a segunda edição de “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, traduzido para o inglês em 1934 (doravante citado como TDE-1934). Mais especificamente, as ideias mais conhecidas de Schumpeter baseiam-se no segundo capítulo desta obra: “O Fenômeno Fundamental do Desenvolvimento Econômico”, escrito em alemão antes da Primeira Guerra Mundial pelo que hoje é reconhecido como “jovem Schumpeter” ou “Schumpeter inicial” (LANGLOIS, 2002).

Em TDE-1934, buscando formar um “todo interligado” (SCHUMPETER, 1997, p. 20), argumenta que o empreendedor influencia a economia: taxa de juros, lucros, créditos, ciclo econômico, etc. (SZMRECSÁNYI, 2002, p. 201).

A ida de Schumpeter para os Estados Unidos, em 1932, após a primeira Guerra Mundial, marca a transição da “fase jovem” para a “fase madura” (ou “posterior”) do autor. A principal obra desta segunda fase é “*Business Cycles*”, de 1939. Rica em detalhes, foca nos resultados da ação empreendedora no tempo histórico<sup>22</sup>. Apesar da importância de *Business Cycles*, sua segunda obra mais citada (considerando a totalidade das duas “fases”), é “Capitalismo, Socialismo e Democracia” (doravante citado como CSD), de 1942, traduzida em diversos idiomas, inclusive para o português. Apesar de o reconhecimento desta obra, Schumpeter considera-a uma “obra menor” (SZMRECSÁNYI, 2002, p. 201; SWEDBERG, 2009, p.2).

Schumpeter também escreveu diversos artigos, pouco conhecidos, uma vez que são raramente citados<sup>23</sup>. Em 1928, por exemplo, publica um artigo, chamado “Entrepreneur”

---

<sup>22</sup> Escrita originalmente em inglês, ainda não há tradução para o português

<sup>23</sup> A partir dos anos 2000, diversas obras de Schumpeter passam a ser traduzidas para o inglês, retomando o interesse pelo autor.

(SCHUMPETER et al., 2003), que permaneceu “escondido” até sua tradução para o inglês no ano de 2003. Neste artigo há uma revisão radical de sua teoria acerca do empreendedorismo, apresentando-o como uma função não personalizada, sem suas qualidades quase sobre-humanas, como veremos mais adiante. Outro artigo que merece destaque e é igualmente pouco conhecido é o “*Economic Theory and Entrepreneurial History*”. Publicado originalmente em 1949, ou seja, já no final da vida do autor, traz uma sistematização de suas mais diversas ideias, incluindo o papel Estado como empreendedor (SCHUMPETER, 2017; SZMRECSÁNYI, 2002, p. 202).

Ao considerar a totalidade de sua obra, portanto, podemos dizer que a influência das ideias de Schumpeter na temática do empreendedorismo se dá a partir de uma leitura limitada e fragmentada de sua obra, ancorada, principalmente no recorte do segundo capítulo de TDE-1934 (SZMRECSÁNYI, 2002, p. 201; SWEDBERG, 2009, p.2).

Complementar à leitura de Schumpeter, recorreremos à Richard Swedberg (SWEDBERG, 2009) que, buscando a compreensão dos sentidos e percurso metodológico da obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, faz uma leitura comparativa desta obra com a sua primeira edição, escrita em 1911: “*Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*” (doravante citado como TWE-1911), obra quase duas vezes mais volumosa do que a edição de 1934, propiciando uma compreensão mais precisa acerca da TWE-1934.

Buscaremos nas linhas que seguem, portanto, apresentar as ideias mais difundidas assim como passagens pouco citadas, mas fundamentais para a compreensão mais ampla do empreendedor – ou função empreendedora - em Schumpeter.

Iniciamos por sua obra mais conhecida, TDE-1934. Nela, de forma abrangente, o autor discorre a respeito de um modelo de economia capaz de responder como acontecem as mudanças na vida econômica. Nesse sentido, preocupa-se particularmente com as descontinuidades e alterações de limites ou do curso tradicional da economia e quais fenômenos econômicos que as ocasionam (SWEDBERG, 2009, p. 73). Considera-se que a teoria do fluxo circular e a tendência ao equilíbrio, então em voga pelo que hoje chamamos de teoria econômica neoclássica, não dariam conta de responder a essas questões. Em TDE-1934, o autor sugere três oposições para dar conta de seu objetivo. Seguiremos essas oposições, a saber, dois processos reais, dois aparatos teóricos e dois tipos de conduta, como tópicos mais amplos, em uma tentativa de dar conta de apresentar ideias fundamentais para a compreensão

do empreendedorismo em Schumpeter.

### **1.2.1.1 Oposição: processos reais – o fluxo circular x mudança dos canais da rotina econômica**

Apesar do segundo capítulo de TDE-1934 ser, sem sombra de dúvida seu conteúdo mais citado, uma leitura do primeiro capítulo: “O Fluxo Circular da Vida Econômica Enquanto Condicionado por Circunstâncias Dadas” é de suma importância para se familiarizar, como o próprio autor coloca, com os princípios e instrumentos conceituais que serão utilizados ao longo do livro (SCHUMPETER, 1997, p. 24).

Neste capítulo, é apresentado que a vida econômica, do ponto de vista do “fluxo circular”<sup>24</sup>, se altera, crescendo ou diminuindo continuamente ao longo do tempo, mudando por etapas sempre dentro do mesmo limite. Uma firma varejista pode, por exemplo, mediante a “adaptação contínua” de inúmeras etapas pequenas, transformar-se em uma loja de departamentos.

Segundo o autor, a vida econômica, porém, experimenta outras mudanças que não aparecem continuamente e que mudam o limite ou, como destaca, o “próprio curso tradicional” da economia. Esse tipo de mudança não poderia ser compreendida pela análise do fluxo circular, não podendo caracterizar a ideia de desenvolvimento:

O desenvolvimento, no sentido em que o tomamos, é um fenômeno distinto, inteiramente estranho ao que pode ser observado no fluxo circular ou na tendência para o equilíbrio. É uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente. Nossa teoria do desenvolvimento não é nada mais que um modo de tratar esse fenômeno e os processos a ele inerentes (SCHUMPETER, 1997, p. 75, grifos do autor).

Um elemento fundamental para um melhor entendimento do “desenvolvimento” em Schumpeter é a ideia de “adaptação”, já presente na primeira edição de TWE-1911. A oposição “desenvolvimento/adaptação” está relacionada à “mudança”. Porém, enquanto “desenvolvimento” é a mudança que só pode surgir de dentro da esfera econômica (por sua própria iniciativa), “adaptação” é a mudança que vem de fora desta esfera, uma mudança econômica que não é “qualitativamente nova”, mas emerge de forças externas à economia

---

<sup>24</sup> Modelo econômico de equilíbrio do que viria a ser considerada a tradição econômica neoclássica

como, por exemplo, o mero crescimento da população, que necessita apenas uma adaptação na economia. A base da teoria acerca do empreendedorismo e da economia de Schumpeter guarda relação direta com esta oposição (SCHUMPETER, 2002, p. 405-406 *apud* SWEDBERG, 2009, p. 5).

### **1.2.1.2 Oposição: aparatos teóricos – o estático e o dinâmico**

A próxima oposição em TDE-1934, que também consta em TWE-1911, agora referente ao aparato teórico, é feito entre “dinâmico” e “estático”<sup>25</sup>. Semelhante à adaptação, mencionada anteriormente, estático é definido pela não mudança (ou mudança automática) em resposta às forças externas. Segundo Schumpeter (SCHUMPETER, 1922, p. 111 *apud* SWEDBERG, 2009, p. 6), esta seria a regra geral da história do fazer.

A realidade estática seria a regra, por exemplo, para artesão, camponeses e sociedades primitivas. Nestes casos, a mudança ocorreria apenas porque algo de fora da economia, aconteceu e eles se viram obrigados a se adaptar. Este comportamento econômico estático, ou “não desenvolvimento”, ocorreria por dois fatores: um sociológico e outro psicológico (SWEDBERG, 2009, p. 7).

O fator sociológico refere-se ao fato de que, segundo Schumpeter, quando você tenta fazer algo novo, pessoas tendem a reagir negativamente: “Cada ato de comportamento desviante por parte de um membro de uma comunidade encontra a desaprovação dos outros membros”. Já o fator psicológico envolve a dificuldade que o sujeito encontra ao fazer algo novo, diferentemente a algo familiar, que seria mais fácil (SCHUMPETER, 1911, p.118 *apud* SWEDBERG, 2009, p. 7).

### **1.2.1.3 Oposição: tipos de conduta – meros administradores x empreendedores**

Ainda em TWE-1911, aquele que supera a realidade estática é definido por Schumpeter

<sup>25</sup> Há evidente polêmica na utilização do termo “estático”, na edição de TDE-19811, com críticas que associavam a teoria estática e realidade estacionária. Desta maneira, no prefácio à edição inglesa, Schumpeter reitera que o termo “estático” que utiliza em TWE-1911 faz referência à teoria do equilíbrio. Ainda assim, evita utilizar esse termo em obras posteriores, substituindo-o de maneira menos enfática “por outros” termos. O autor relata que esta opção se deu em deferência à Frisch, primeiro prêmio Nobel de economia e pioneiro na econometria (SCHUMPETER, 1997, p. 21)

como “líder”, ou “*Man of Action*” (homem de ação, em tradução livre do autor): O “*Man of Action*” age da mesma maneira decisiva tanto dentro quanto fora dos caminhos habituais da economia. Ele não sente as restrições que bloqueiam as ações de outros atores econômicos (SCHUMPETER, 1911, p. 132 *apud* SWEDBERG, 2009, p. 7, tradução livre do autor).

No entanto, haveriam poucos *Man of Action* na sociedade, enquanto o seu oposto, o “sujeito estático”, seria a condição da grande parte da população: “estáticos e hedonistas” (SCHUMPETER, 1911, p. 183 *apud* SWEDBERG, 2009, p. 11, tradução livre do autor). As características e qualidades do *Man of Action* e do sujeito estático seriam distintas, como consta no Quadro 4, organizada por Swedberg (2002, p. 26).

*Quadro 4 – Homens de ação x Pessoa estática*

<b>Homem de ação</b>	<b>Pessoa estática</b>
Dinâmico	Estático
Rompe o equilíbrio	Busca o equilíbrio
Faz o que é novo	Repete o que alguém já fez
Ativo, energético	Passivo, pouca energia
Líder	Seguidor
Coloca em conjunto novas combinações	Aceita formas já existentes de fazer as coisas
Não sente resistência interna à mudanças	Sente forte Resistencia interna à mudança
Combate a resistência à suas ações	Sente hostilidade à novas ações de outros
Faz escolhas intuitivas em um cenário de múltiplas novas alternativas	Faz escolhas racionais em alternativas já existentes
Motivado pelo poder e prazer na criação	Motivado exclusivamente por necessidades e para quando satisfeito
Comandos sem recursos mas toma emprestado de um banco	Comanda sem recursos e não tem uso para novos recursos

Fonte: Adaptado de Swedberg, 2002, p. 26, tradução livre do autor

A partir do entendimento das oposições apresentadas, finalmente chegamos à primeira definição de empreendedor, o *Man of Action*: “O empreendedor é nosso *Man of Action* na área da economia. Ele é o líder econômico, um líder real e não apenas aparente, como o líder estático” (SCHUMPETER, 1911, p. 172 *apud* SWEDBERG, 2002, p. 9, tradução livre do autor).

A insistência em caracterizar o *Man of Action* (ou o líder), acabou rendendo uma série de críticas à Schumpeter, no sentido de supervalorizar essa figura de maneira quase sobre-humana (ALDRICH, 2005; p. 454; BECKER & KNUDSEN, 2003, p. 200; DEVINE, 2002). Em seção mais adiante, veremos como essa visão “heroica” de Schumpeter influencia o pensamento atual sobre o comportamento do empreendedor.

Essas críticas são refutadas por Schumpeter em nota de rodapé de TDE-1934:

[...] pode não ser supérfluo salientar que a nossa análise do papel do empresário<sup>26</sup> não, acarreta qualquer “glorificação” do tipo, como alguns leitores da primeira edição deste livro pareceram pensar. Sustentamos que os empresários têm uma função econômica distinta, digamos dos ladrões. Mas não descrevemos todo empresário como um gênio ou como um benfeitor da humanidade, nem desejamos expressar nenhuma opinião sobre os méritos comparativos da organização social em que ele desempenha o seu papel, ou sobre a questão de que o que ele faz não poderia ser efetuado de modo mais barato ou eficiente por outras maneiras. (SHUMPETER, 1997, p. 96)

Após a edição de TDE-1934, porém, o autor omite o termo “*Man of Action*”, passando a utilizar apenas “líder” e empreendedor. No entanto, descreve com maiores detalhes as resistências que o líder encontraria ao fazer – ou desejar fazer – algo novo no mundo econômico: a primeira no campo da “nova tarefa”, o segundo no campo da “psique do homem de negócio” e o terceiro no “ambiente social” (SCHUMPETER, 1997, p. 92), que detalharemos a seguir.

Com relação à resistência à nova tarefa, a dificuldade estaria na não familiaridade do líder com o que se propõe a fazer, o que o tornaria relutante ao fazê-lo. Schumpeter argumenta que, uma vez que o líder não tenha familiaridade ou o conhecimento total da tarefa a ser realizada, apenas o pensamento racional e a escolha calculada não seriam suficientes para o sucesso do empreendedor. Faz-se necessário, portanto, a intuição<sup>27</sup>, ou seja, a capacidade de ver as coisas de um modo que depois prove ser correto, mesmo que não possa ser estabelecido no momento e da captação do fato essencial (descartando-se o não-essencial), mesmo que não seja possível prestar contas dos princípios mediante os quais isso é feito (SCHUMPETER, 1997, p. 92).

---

<sup>26</sup> Na tradução para o português, manteve-se o termo empresário ao invés de empreendedor.

<sup>27</sup> Independente das possíveis interpretações realizadas acerca da intuição em Schumpeter, essa ideia reforça a importância dada pelo autor à mudança na economia por via de novas combinações, ou seja, se todos os fatores forem conhecidos, se o comportamento racional, por si só for suficiente, não se trata de uma nova combinação, portanto, não promove a mudança econômica e, nesse sentido, não temos a atuação do empreendedor.

Schumpeter relaciona a resistência no campo da “psique do homem de negócios”, ao fato de que “no peito de quem deseja fazer algo novo, as forças do hábito se levantam e testemunham contra o projeto em embrião”. A superação desta resistência se daria através de grande “força de vontade” por parte do líder, “algo peculiar e raro por natureza.” (SCHUMPETER, 1997, p. 93).

Por fim, a resistência como reação ao ambiente social se daria, inicialmente, com a existência de impedimentos legais ou políticos, pois, uma conduta divergente de um membro de um grupo social seria condenada pelos demais integrantes do grupo em maior ou menor nível. Aqui também é necessário, segundo o autor, um “gênero especial de conduta” para superar a resistência do ambiente social. Mais especificamente com relação às questões econômicas, “[...] essa resistência se manifesta antes de tudo nos grupos ameaçados pela inovação, depois na dificuldade para encontrar a cooperação necessária, finalmente na dificuldade para conquistar os consumidores” (SCHUMPETER, 1997, p. 93).

Uma vez vencida as resistências impostas (TDE-1934) pela “realidade estática” (TWE-1911), o desenvolvimento econômico ocorreria por meio da realização de “novas combinações”, ao se produzir coisas diferentes ou combinando de forma diferente materiais e forças que estão ao nosso alcance. A realização dessas “novas combinações” é a função do empreendedor (SCHUMPETER, 1997, p. 76, 137).

Chegamos então a uma das passagens mais citadas de Schumpeter (encontrada tanto em TWE-1911 quanto em TDE-1934), quando exemplifica as possíveis formas de “novas combinações”:

- 1) Introdução de um novo bem [...] ou de uma nova qualidade de um bem.
  - 2) Introdução de um novo método de produção [...], e pode consistir também em nova maneira de manejá-lo comercialmente uma mercadoria.
  - 3) Abertura de um novo mercado, [...] quer esse mercado tenha existido antes, quer não.
  - 4) Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados [...].
  - 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio
- (SCHUMPETER, 1997, p. 76).

Essas novas combinações caracterizam o empreendedor Schumpeteriano, com conduta e aptidão específica, **em particular a inovação**, marcando distinção do “comportamento econômico racional” (SCHUMPETER, 1997, p. 89). Essas novas combinações, segundo o autor, criam descontinuidades e substituem o antigo pelo novo. Com base nesse entendimento

que, em CSD, Schumpeter vai cunhar seu termo mais famoso, elemento-chave para o seu entendimento sobre o capitalismo: a “destruição criadora”<sup>28</sup>, um processo que, transforma de forma incessante a base econômica a partir de dentro, destruindo o passado e criando novos elementos.

Sob esse enfoque, é possível identificar já em TDE-1934, um refinamento inicial da compreensão Schupeteriana acerca do empreendedorismo, ao despersonalizar a figura do empreendedor, tão acentuada em TWE-1911, mudando o seu foco para a “função empreendedora” e procurando estabelecer seus limites<sup>29</sup>:

Chamamos de ‘empreendimento’ [empreendedorismo] à realização de combinações novas; chamamos “empresários” [empreendedores] aos indivíduos cuja função é realizá-las. Esses conceitos são a um tempo mais amplo e mais restritos do que no uso comum (SHUMPETER, 1997, p. 83).

Com relação ao conceito ser mais amplo, aceita que um homem de negócios (provavelmente) passará por um momento empreendedor em sua vida, mesmo que em “menor grau”. Já com a mudança de foco para a “função empreendedora”, o autor expande seu conceito e, se antes restrito a poucos “[...] a realização de combinações novas é ainda uma função especial, e o privilégio de um tipo de pessoa que é muito menos numeroso do que todos os que têm a possibilidade “objetiva” de fazê-lo [...]” (SCHUMPETER, 1997, p. 89-90), passa a estar “mais ou menos aberta a todos os homens de negócios” (idem, idem, p.88), além daqueles que preencham essa função: “[...] a **função empreendedora** não precisa ser corporificada em uma pessoa física [...] todo ambiente social tem sua própria maneira de preencher a função empreendedora” (SCHUMPETER et al., 2003, grifos do autor).

Ao admitir que função empreendedora não precisa estar corporificada em uma pessoa, amplia seu entendimento para comportar empregados de uma companhia, instituições, grandes corporações, gerentes, membros da diretoria, acionistas, financistas, promotores, capitalistas e até mesmo o Estado. Schumpeter exemplifica esse último, por meio do departamento de agricultura dos Estados Unidos da América:

[...] a prática dos agricultores [nos EUA] foi revolucionada repetidamente pela introdução de métodos elaborados no Departamento de Agricultura e pelo sucesso do Departamento de Agricultura no ensino desses métodos. Neste caso, portanto, foi o Departamento de Agricultura que atuou como um

---

<sup>28</sup>Howard Aldrich (2005, p. 456)nota que, talvez, pelos conceitos de Schumpeter terem se tornado parte de uma “compreensão garantida no campo”, determinadas pesquisas citam o conceito de destruição criadora sem, no entanto, citar Schumpeter, como se o conceito fosse uma realizada por si só.

<sup>29</sup>A mesma mudança fica clara e é desenvolvida em seu artigo de 1928 “Entrepreneur” (SCHUMPETER et al., 2003), assim como em “Economic Theory and Entrepreneurial History” (SZMRECSÁNYI, 2002, p. 202).

empreendedor (SCHUMPETER *et al.*, 2003, p. 71, tradução livre do autor).

Já com relação à restrição do conceito “função empreendedora”, o autor se faz claro. Podemos entendê-la como uma função efêmera, ou seja, ela deixa de existir assim que a função empreendedora deixa de ser exercida:

Mas, qualquer que seja o tipo, alguém só é um empresário [empreendedor] quando efetivamente “levar a cabo, novas combinações”, e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, quando se dedicar a dirigi-lo, como outras pessoas dirigem seus negócios. Essa é a regra, certamente, e assim é tão raro alguém permanecer sempre como empresário [empreendedor] através das décadas de sua vida ativa quanto é raro um homem de negócios nunca passar por um momento em que seja empresário [empreendedor], mesmo que seja em menor grau (SCHUMPETER, 1997, p. 86)

Desta maneira, talvez seria mais correto pensar em “estar” empreendedor, do que “ser” empreendedor. Schumpeter também é claro com relação aos capitalistas e os acionistas, que podem vir a ter funções empreendedoras, mas não o são por essência. É interessante ressaltar que, para o autor, em última instância, quem realmente assume riscos, não é o empreendedor, mas o capitalista e o acionista.

Compreendendo as restrições que Schumpeter faz ao conceito de função empreendedora, podemos entender que sua definição vai a sentido oposto ao entendimento atual do empreendedor como sendo aquele que “abre uma empresa”. Argumenta que a maior parte dos economistas, até Stuart Mill, não conseguiu fazer a distinção entre os capitalistas e os empreendedores, pois desde hordas primitivas até os “industriais do século XIX”, a especialização não era corriqueira e as funções e qualidades se misturavam. Dessa maneira a função empreendedora aparecia misturada com outros tipos de atividades:

O empresário [empreendedores] dos tempos mais antigos não só era, via de regra, também o capitalista, mas frequentemente era ainda — como ainda é hoje no caso de estabelecimentos menores — seu próprio perito técnico [...] seu próprio agente de compras e vendas, o chefe de seu escritório, seu próprio diretor de pessoal, [...] seu próprio consultor legal para negócios gerais [...] (SCHUMPETER, 1997, p. 85).

Acredita que por esse motivo a definição “Marshalliana”, que trata da função empreendedora como “administração”, tenha atraído tanto interesse (SCHUMPETER, 1997, p. 85).

A partir da segunda metade do século XIX, porém, com a mudança no financiamento das empresas, os casos em que os capitalistas não eram empreendedores e empreendedores não

eram capitalistas passaram a aumentar. Dessa maneira, apesar da figura do proprietário-gerente ainda permanecer durante algum tempo, ficou mais claro a não necessidade entre possuir e operar uma estrutura física (SCHUMPETER *et al.*, 2003).

Com esses argumentos, apesar de reconhecer a possibilidade de o empreendedor como aquele que “abre uma empresa” (a partir de novas combinações), ele deixa de ter essa função em um segundo momento. Dessa maneira, não aceita a definição de empreendedor simplesmente como “administrador”, por não ressaltar o que considera ser o ponto-chave e o único que distingue especificamente a atividade empreendedora de outras: as novas combinações (SCHUMPETER, 1997, p. 85-86).

É justamente esta característica, a de criar novas combinações, que faz de Schumpeter o teórico base para entendimento do empreendedor-inovador. Por outro lado, é importante ressaltar que, além da inovação e da visão “quase heroica” do empreendedor creditada à sua obra, o autor amadurece sua ideia em torno da “função empreendedora” incluindo, nesse sentido, até o Estado enquanto empreendedor, questão pouco discutida nos dias de hoje. Além disso, em CSD há a ideia da “perda da função social do empreendedor” e, nesse sentido, é possível questionar a capacidade de inovação de “sujeitos empreendedores” face a grandes empresas e sua capacidade de investimento em pesquisa e desenvolvimento:

Essa função social (do empreendedor) já perde hoje importância e provavelmente perderá cada vez mais rapidamente no futuro, mesmo se o processo econômico, do qual o empresário foi a mola mestra, continuar sem desfalecimento. Pois, de um lado, é muito mais fácil agora do que no passado realizar coisas estranhas ao nosso rotineiro campo de atividades. **A própria inovação está hoje reduzida à rotina. O progresso tecnológico se transforma cada vez mais em atividade de grupos de especialistas, que fornecem o que se lhes encomenda e fazem o produto operar de uma maneira previsível.** A auréola de romance da antiga aventura comercial começa a minguar rapidamente, pois um número cada vez maior de coisas pode ser rigorosamente calculado, quando outrora podia ser apenas visualizado num relâmpago de gênio (SHUMPETER, 1961, p. 176, grifos do autor)

### 1.2.2 O empreendedor-administrador

Segundo David Harvey (2018, p.17), “nenhum modo de pensamento se toma dominante sem propor um aparato conceitual que mobilize nossas sensações e nossos instintos, nossos valores e nossos desejos, assim como as possibilidades inerentes ao mundo social que habitamos”.

Seguindo a categorização sugerida por Baumol (1993, p. 198), com relação ao *firm-organizing-entrepreneur*, ou empreendedor-administrador, este pode ser definido, em linhas gerais, como aquele que planeja, cria, organiza, administra e/ou opera novos negócios, sem necessariamente haver inovação, no sentido Schumpeteriano (idem, idem).

Ainda segundo Baumol, os autores desta vertente de empreendedorismo têm como “raiz teórica” Richard Cantillon e Jean Baptiste Say. Como mencionado anteriormente, incluímos como autores-base para a compreensão da vertente empreendedor-administrador, além dos autores mencionados, Schumpeter (a partir de uma leitura fragmentada e limitada) e David McClelland, que apresentaremos em seção específica.

Diferentemente do empreendedor-inovador, o empreendedor-administrador é relacionado à ideia de risco ou da “tomada de decisão com julgamento” (CASSON, 2002, p. 329), com forte apelo comportamental. Desta maneira, o entendimento acerca do empreendedor-administrador transita e se confunde com o do empresário (principalmente o empresário de sucesso), do gerente de empresas, do capitalista, do proprietário de negócios, com aquele que abre uma empresa, etc.

#### 1.2.2.1 Richard Cantillon e Jean Baptiste Say

Richard Cantillon (aprox. 1680-1734) é pioneiro na conceitualização do empreendedor. Em sua obra póstuma de 1755 “*Nature Du Commerce na Général*”(CANTILLON, 2011), observa que a discrepância entre a oferta e a demanda no mercado cria oportunidades para que se compre algo por um preço menor, e o venda por um preço maior. Essa arbitrariedade traria equilíbrio a um mercado competitivo. O empreendedor, nesse caso, seria aquele que compraria os produtos a um preço fixo, empacotaria, faria o transporte ao mercado e os venderia a um preço desconhecido. Logo, as ideias de Cantillon associam o empreendedor, não necessariamente à manufatura ou ao trabalho produtivo, mas àquele que corre riscos (LANDSTROM, 2005, p. 28, FILION, 2011, p. 3).

Nesse sentido, o empreendedor faria escolhas conscientes a fim de obter o maior retorno financeiro possível (idem). Segundo Schumpeter, Cantillon tinha uma concepção clara da função do empreendedor: “[...] ninguém antes de Cantillon o havia formulado tão completamente. E pode ser devido a ele que os economistas franceses [...] nunca perderam de vista a função empreendedora e sua importância central” (SCHUMPETER, 1954, p. 222 *apud* FILION, 2011, p.3).

Quase um século após Cantillon, Jean Baptiste Say (1767-1832), em “*Traité d'économie politique*” (1803/1964) (SAY, 2011) e “*Cours complet d'économie politique pratique*” (1828) descreve e analisa a função do empreendedor na economia. Divide o desenvolvimento industrial em três atividades distintas: a) pesquisa, que gera conhecimento; b) “combinação” destes conhecimentos para criação de produtos e; c) produção. Os responsáveis por essas atividades seriam, respectivamente, os pesquisadores, os empreendedores e os trabalhadores. Nesse sentido, o empreendedor é visto como o intermediário do desenvolvimento, organizando e combinando meios de produção para a produção de bens, de forma intencional (correndo riscos), que tenham valor ou utilidade (LANDSTROM, 2005, p. 29). Fica evidente que a ideia de combinação e a importância do empreendedor em Say teve grande influência em Schumpeter:

Sua contribuição [à teoria do empreendedorismo] pode ser resumida na declaração expressa de que a função do empreendedor é combinar os fatores de produção em um organismo produtor. Tal declaração pode, de fato, significar muita ou pouca coisa. Ele certamente falhou em fazer uso pleno dele e presumivelmente não viu todas as possibilidades analíticas. Ele percebeu, até certo ponto, que uma grande teoria aprimorada do processo econômico poderia ser derivada ao fazer do empreendedor, no esquema analítico, o que ele é na realidade capitalista, o eixo sobre o qual tudo depende. (Schumpeter 1954, p. 555 *apud* SWEDBERG, 2007, p. 14, tradução livre do autor).

Mencionamos rapidamente um terceiro teórico influente na temática do empreendedorismo por avançar na questão do risco, Frank Knight (1885-1972), um dos fundadores da Escola de Chicago. Em sua obra *Risk, Uncertainty and Profit* (1916), faz a distinção entre risco e incerteza. O autor distinguiu e conceituou três tipos de incertezas futuras: risco, incerteza e “verdadeira incerteza”, ou certeza imensurável: quando os resultados são incertos, mas podem ser previstos com algum grau de probabilidade, trata-se de risco. Quando a probabilidade de resultado não pode ser calculada, tem-se a incerteza. Quando o futuro não é conhecido, tampouco incognoscível com instâncias não classificáveis e uma distribuição inexistente de resultados, tem-se a “verdadeira incerteza” (certeza imensurável) (SARASVATHY *et al.* 2003 *apud* LANDRTROM, 2005, p. 31, tradução livre do autor). O que distingue o empreendedor, para Knight, é a capacidade de lidar com a incerteza imensurável, local onde surgem as oportunidades e o empreendedor tem o seu retorno (LANDSTROM, 2005, p. 31).

#### 1.2.2.2 Empreendedorismo e as pequenas empresas

Se hoje o empreendedorismo é amplamente tratado na vertente empreendedor-administrador, cabe refletir em qual momento a ideia dos pensadores acima citados são tratadas

dentro de escola de negócios e ambientes corporativos.

Procurando pistas que possam indicar o momento em que tal associação passa a acontecer, recorremos ao trabalho de Jerome Katz (2002, p. 286-290), que organizou de forma cronológica o crescimento acadêmico (cursos, infraestrutura e publicações) relacionado ao empreendedorismo e ao “*small business*” (sem fazer distinção entre os dois) nos EUA entre 1876 e 1999 (Anexo 1, *Quadro 17*).

Se, por um lado, a não distinção entre empreendedorismo e *small business* pode mascarar os resultados de sua pesquisa, por outro, o trabalho de Katz permite encontrar pistas de quando esses dois termos aparecem associados no contexto norte americano, pelo menos em alguns títulos ou comentários, como é o caso do lançamento do *Small Business Management: Essentials of Entrepreneurship* de Lawrence Klatt's, (1973), que segundo Katz (2002, p. 287) é um dos primeiros textos a associar *small business* ao empreendedorismo. Em sua pesquisa também podemos encontrar como alguns jornais que levavam em seu título “*small business*”, ao longo do tempo trocaram seu nome, incluindo o termo empreendedorismo, como é o caso do “*American Journal of Small Business*” (1975) que passa a se chamar “*Entrepreneurship: Theory and Practice*” em 1988.

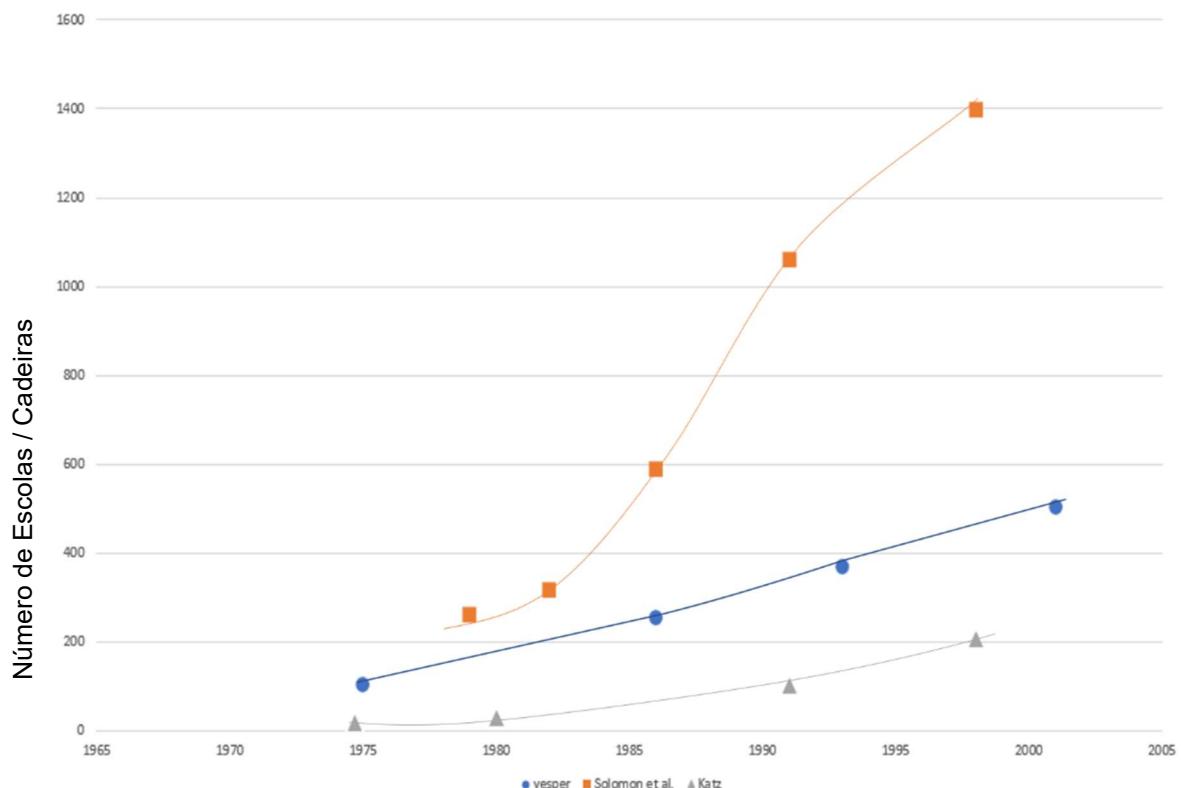
Outra observação que merece destaque, é que os cursos relacionados ao empreendedorismo se dão, em diversos casos, dentro de Escolas de Negócios (*business schools*). Sendo assim, o livro de Peter Druker “Inovação e espírito empreendedor” (2008), lançado originalmente em 1985, com grande aceitação em escoas de negócios, contribuiu para a aproximação desses conhecimentos.

Nesta ocasião, o fato que mais cresce aos olhos, indo ao encontro do nosso questionamento acerca do interesse sobre o tema empreendedorismo/ *small business*, é a crescente oferta de cursos nos EUA a partir, principalmente, da década de 1980<sup>30</sup>. O próprio Katz (2002, p. 291) apresenta esse crescimento, que reproduzimos na *Figura 3*.

---

<sup>30</sup> Filion (2011, p. 2) apresenta diversos autores, de diferentes disciplinas, que passam a escrever sobre o empreendedorismo a partir da década de 1980.

*Figura 3 – Crescimento de escolas e cadeiras de empreendedorismo e Small Business nos EUA*



Adaptado de Katz, 2002, p. 291, criado pelo autor

Landstrom (2005, p. 51), identifica que o conhecimento acerca do empreendedorismo vem em “enxames”:

Entre 1860 e 1880: Os economistas austríacos e alemães Johann Von Thünen, Hans Emil Von Mangolt, Carl Menger, Friedrich Von Wieser e Eugen von Böhm-Bawerk – pesquisa baseada em uma tradição enraizada na ciência política e na administração.

Entre 1890 e 1920: Muitos dos pensamentos de Joseph Schumpeter sobre empreendedorismo foram desenvolvidos durante este período. Economistas americanos como Fredrick Hawley e John Bates Clark e, num estágio um pouco mais tarde, Frank Knight tiveram uma grande influência.

Entre 1950 e 1970: Baseado em uma forte tradição de ciência comportamental, este período inclui pioneiros como David McClelland, Everett Hagen, Seymour Martin Lipset e Fredrik Barth (LANDSTROM, 2005, p.51, tradução livre do autor).

Ainda de acordo com Landstrom (2005, p.51), em 1985 este cenário passa por uma mudança:

A partir de 1985: Um interesse crescente de pesquisadores no campo da organização industrial com foco em análise de nível macro, como David Birch (o papel das pequenas empresas na criação de empregos), Zoltan Acs e David Audretsch (pequenas empresas em inovação), Giacomo Becattini e Sebastian

Brusco (pequenas empresas e desenvolvimento regional), mas também um interesse crescente entre os pesquisadores em estudos de gestão – análise de nível micro – por exemplo, Arnold Cooper (empresas de base tecnológica), Howard Aldrich (etnia e redes), Jeffry Timmons e William Wetzel (o papel do capital de risco), e Ian MacMillan, Peter Drucker e Rosabeth Moss Kanter (empreendedorismo como estratégia) (LANDSTROM, 2005, p.51, tradução livre do autor).

A temática do empreendedorismo, a partir de 1985 é cada vez mais voltada à gestão e ao papel das pequenas empresas. Dentro desse contexto, selecionamos alguns trabalhos apontados por Landstrom (2005), que merecem destaque.

David Birch, por exemplo, no relatório “*The Job Generation Process*”, de 1979, procurou saber como os novos empregos estavam sendo gerados. Trabalhando uma ampla base de dados de 1969 a 1976, os resultados apontaram que a maior parte dos novos empregos se deram em empresas com menos de 20 funcionários. Apesar de apenas 12 cópias do relatório serem vendidas – e críticas a respeito-, o mesmo teve grande influência em futuras pesquisas que tratavam do mundo dos negócios (LANDSTROM, 2005, p. 50).

William Gartner é outro que merece destaque. No final de 1980, escreve o artigo “*'Who is an entrepreneur? Is the wrong question?*” (1989) (“Quem é o empreendedor? É a pergunta errada” em tradução livre do autor), argumentando que o empreendedorismo é o processo da emergência de uma nova organização. Em seu modelo, o processo de empreendedorismo começa quando o empreendedor faz a decisão de iniciar uma organização e termina com o “estabelecimento” desta organização. Ou seja, segundo Gartner o empreendedorismo precede a própria existência da organização, não se tratando da criação de novas empresas (LANDSTROM, 2005, p. 18).

Já William Bygrave e Charles Hofner (1991) caracterizam o empreendedorismo como sendo o processo que envolve todas as funções, atividades e ações associadas com a percepção da oportunidade e a criação de organização para possuí-la<sup>31</sup>.

A emergência do tema “empreendedor-administrador” a partir da década de 1970, acentuando-se a partir da década de 1980, como mostrado, não se dá por acaso. O tema ganha destaque em um contexto de “acumulação flexível”, rompendo a rigidez do fordismo, caracterizando-se “[...] pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas

---

<sup>31</sup> Ver também, em Landstrom, 2005, p. 19), Alvin Toffler com “The third wave” (1980), William Brock e David Evans “Economics of small Business (1986) e Robert Hébert e Albert Link “O empreendedor” (1982).

maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional” (HARVEY, 2013, p. 140). Neste sentido, segundo Castells: “O segredo [na determinação do sucesso ou do fracasso de uma localidade] reside na velocidade de inovação do conjunto das pequenas e médias empresas articuladas com as grandes em rede com o exterior e com poder político no interior” (1996, p. 153).

Mais do que a abertura de pequenos negócios, o empreendedorismo guarda intima relação com a auto iniciativa, ou seja, com ênfase na figura do empreendedor. Neste sentido, podemos dizer que a questão do empreendedorismo enquanto empreendedor-administrador está alinhado ao ideário neoliberal<sup>32</sup>

O neoliberalismo é em primeiro lugar uma teoria das práticas político-econômicas que propõe que o bem-estar humano pode ser mais bem promovido liberando-se as liberdades e capacidades empreendedoras individuais no âmbito de uma estrutura institucional caracterizada por sólidos direitos à propriedade privada, livres mercados e livre comércio. O papel do Estado é criar e preservar uma estrutura institucional apropriada a essas práticas; o Estado tem de garantir, por exemplo, a integridade e a qualidade do dinheiro. Deve também estabelecer as estruturas e funções militares, da polícia e legais requeridas para garantir direitos de propriedade individuais e para assegurar, se necessário pela força, o funcionamento apropriado dos mercados. (...), mas o Estado não deve se aventurar além dessas tarefas (HARVEY, 2008, p.2).

Por fim, destacamos dois projetos de pesquisa internacionais da década de 1990, que contribuíram para a consolidação da visão do empreendedorismo como a emergência de novas organizações, o “*The Entrepreneurship Research Consortium*” (ERC) e o “*Global Entrepreneurship Monitor*” (GEM), ambos baseados na tese de Paul Reynolds’ acerca de “empreendedores nascentes” (REYNOLDS, 2000). Aqui o empreendedorismo é definido como o processo de indivíduos que estão no processo de estabilizar uma organização ou que recentemente iniciaram uma, nos últimos 42 meses (LANSTROM, 2005, p. 81). Os resultados dessas pesquisas influenciam diretamente as políticas públicas, além de subsidiarem diversas outras pesquisas acadêmicas.

Após as reflexões realizadas nessa seção, vemos que o entendimento acerca do empreendedor-administrador guarda semelhança com o entendimento dado ao empresário, ao

---

<sup>32</sup> Margareth Thatcher (1979) no Reino Unido e Ronald Reagan (1980), nos Estados Unidos da América, como representantes dessa ideologia. Nesse sentido, Thatcher promoveu uma política voltada a chamada “*enterprise culture*”. Ronald Reagan, por sua vez, em 1985 chegou a chamar o período em que vivia de “Era do Empreendedorismo” (LANDSTROM, 2005, p. 49).

gerente ou ao administrador em disciplinas de administração de empresas e em escolas de negócios (BAUMOL, 1993, p. 1999; FILION, 2011, p. 7). Como afirma Baumol (2005, p. 200):

A decisão do empreendedor sobre o lançamento de uma nova empresa é descrita formalmente em termos de uma comparação dos valores atuais do fluxo de receitas e custos previstos, obviamente, após o ajuste adequado para a incerteza. Decisões sobre a compra e alocação de recursos da empresa são claramente analisadas em todos os modelos da empresa, assim como todas as outras decisões importantes do empreendedor organizador da empresa (BAUMOL, 2005, p. 200, tradução livre do autor)

Tudo indica, portanto, que a semelhança descrita acima não se dá por acaso, mas, porque o conhecimento construído acerca do empreendedor a partir do século XX foi tomado emprestado pelas escolas de administração e negócios a partir da década de 1970 passando, em um segundo momento, a também ser construído por elas.

### **1.2.3 O comportamento empreendedor: David McClelland**

A partir da década de 1960, há um interesse crescente da psicologia com relação ao empreendedorismo, com destaque à vertente comportamentalista e, nesse sentido, destaca-se David McClelland, utilizando metodologias que visam identificar as **motivações humanas** e investigando com especial atenção os comportamentos que seriam típicos ao empreendedor. Consideramos o conhecimento gerado nesse sentido transversal ao entendimento do empreendedor-inovador e do empreendedor-administrador.

McClelland abre um novo campo de estudo acerca do empreendedorismo, ao argumentar ser possível identificar pessoas propensas ao empreendedorismo, ou seja, pessoas com comportamentos característicos ao que ele considera serem comportamentos empreendedores. Uma vez identificados esses comportamentos, tem-se a possibilidade de pesquisas no intuito de motivá-los, manipulá-los ou simplesmente utilizá-los como critério de seleção para fins específicos.

De maneira semelhante a que vimos com Schumpeter, McClelland costuma ser citado em apenas algumas passagens mais famosas ou através de alguns de seus comentadores, dando como verdade seus indicadores, modelos e metodologias. Talvez isso se deva uma vez que diversas de suas afirmações que soam óbvias (termo utilizado pelo próprio autor) dentro de um contexto do conhecimento popular.

Faremos, portanto, algumas considerações mais detalhadas acerca de sua principal obra,

a saber, “*The Achieving Society*” (1967) (a partir daqui TAS)<sup>33</sup>.

Se faz fundamental para a compreensão do empreendedor em McClelland, a apropriação e metodologia para obtenção da medida *need for achievement* (motivo de realização, ou motivo de sucesso, que passaremos a chamar de n-Ach), ou seja, uma medida para “**o motivo que leva a competição como um padrão de excelência**”. (ANGELINI, 1973, p. 37, grifos do autor).

Por se tratar de uma área de conhecimento distinta da nossa, recorremos ao livro “Motivação Humana”, de Arrigo Leonardo Angelini (ANGELINI, 1973), importante psicólogo brasileiro que no ano de 1954 estagiou no departamento de psicologia da Universidade de Michigan, sob a orientação de Atkinson, parceiro de McClelland em algumas pesquisas, trazendo e aplicando o método<sup>34</sup> utilizado por McClelland para o Brasil (inclusive McClelland virá a utilizar seus resultados para argumentar acerca da validade de suas pesquisas em diversas culturas). Empolgado com as possibilidades da nova metodologia, este livro, baseado em sua tese de doutorado, é bastante didático acerca da principal metodologia utilizada em TAS.

Angelini levanta as questões centrais da problemática acerca do tema, motivação humana, no sentido de avaliação dos motivos humanos<sup>35</sup>: “[...] existirão motivos mais intensos e outros menos intensos na determinação da conduta humana? Qual será a força relativa de tais motivos? Como poderá ser avaliada a intensidade de cada motivo em particular? Haverá diferenças individuais quanto à intensidade dos motivos?” (ANGELINI, 1973, p. 12).

Conforme Angelini (1973, p 12), a linha comportamentalista da motivação tem um objetivo bem claro, a do controle e manipulação do comportamento humano:

Sendo o conhecimento da motivação a **chave do controle do comportamento humano**, é de suma importância a consideração da intensidade dos diferentes motivos, para um **controle mais eficiente**. Motivos haveria capazes de, em determinadas circunstâncias, adquirir sobre os demais uma predominância tal que passassem a **orientar o indivíduo para certos objetivos**, outros, menos intensos, raramente atingiriam graus tão elevados de dominância na determinação do comportamento (ANGELINI, 1973, p. 12, grifos do autor)

A complexidade do tema se agrava com a dificuldade metodológica para a avaliação da motivação humana que, na década de 1960 iria desde a observação de ratos correndo em

<sup>33</sup> Trataremos de outros artigos do autor em seção posterior.

<sup>34</sup> Angelini (1973, p. ix) afirma que, apesar da distinção que possa ser feita entre os termos método, processo e técnica emprega-os como sinônimos. Pela incapacidade de os distinguirmos, portanto, faremos o mesmo nesta seção.

<sup>35</sup> Angelini (1973, p. 28) afirma que a ciência psicológica até então atribuiu muita importância ao constructo da motivação na compreensão do aspecto dinâmico da personalidade.

labirinto, até pacientes recostados num sofá, passando por outras formas de manifestações do comportamento, como persistência, preferência, memória, percepção, comportamento social, etc. (ANGELINI, 1973, p. 28).

Nesse sentido, McClelland e seus colaboradores, inspirados pela técnica denominada Teste de Apercepção Temática (T.A.T.), criam uma nova metodologia e desenvolvem um modelo para a medida da motivação humana, pelo exame do produto da fantasia, pensamentos e associações. Os resultados desta técnica seriam obtidos através de histórias criadas pelos sujeitos da pesquisa após verem determinadas imagens e terem o “ego manipulado” através de instruções e tarefas específicas.

A partir da leitura dessas histórias, os pesquisadores identificavam se haveria indícios de “imaginação de realização”, ou seja, se o objetivo atribuído à personagem principal das histórias é o de realização<sup>36</sup>, a partir dos seguintes critérios (ANGELINI, 1973, p. 69):

- Manifestação, por parte de uma personagem da história, do motivo que estiver sendo avaliado e que dá origem ao comportamento subsequente (trata-se da imaginação do motivo considerado que, simbolicamente, pode ser representada pela letra I seguida da inicial do motivo em questão; exemplo: imaginação de realização (IR);
- Desejo explícito de alcançar um objetivo diretamente relacionado com o motivo em causa (D);
- Realização de atividade ou atividades instrumentais que poderão (AI+) ou não (AI-) levar à obtenção do objetivo desejado;
- Antecipação do sucesso ao alcançar o objetivo (S+) ou, não o alcançando, antecipação do malogro e da frustração (S-);
- Revelação de estado afetivo positivo no sucesso (EA+) ou de estado afetivo negativo no malogro ou mesmo pelas dificuldades em alcançar o sucesso (EA-);
- Apoio e ajuda de outras pessoas para a obtenção dos fins almejados (A);
- Aparecimento de obstáculos pessoais (Op) ou do ambiente (Ao) que bloqueiam a atividade dirigida ao objetivo;

As pesquisas de McClelland constataram que ao utilizar essa metodologia, a resposta dos grupos os quais foram estimulados previamente com determinadas instruções, diferiam dos grupos “neutros”, ou seja, daqueles que não receberam estímulos. Concluíram desta maneira, que o teste indicava a “motivação para realização” dos indivíduos. Com relação à instrução para “manipular o ego” previamente a visualização de imagens e escrita das histórias na pesquisa de Angelini (1973, p.66) foi:

Temos aqui um teste de inteligência geral recentemente construído na América

---

<sup>36</sup> Neste caso, os pesquisadores buscaram especificamente o motivo de realização.

do Norte. Este teste vem sendo usado nas Forças Armadas norte-americanas, para seleção de indivíduos com alta inteligência e capacidade administrativa. Além de medir a inteligência geral, o teste procura verificar a capacidade de o indivíduo para compreender e executar, prontamente e sem erros, certas ordens simples. Por isso, o tempo de execução de cada parte do teste, constitui um fato muito importante. Esse tempo foi estabelecido experimentalmente pelos organizadores da prova na América do norte e, normalmente, deve ser suficiente para a realização de cada parte. Se, por acaso, alguém não conseguir terminar uma ou outra parte dentro do tempo permitido, não deverá desanimar: nem todos conseguem resolver tudo completamente<sup>37</sup> (ANGELINI, 1973, p. 66).

Essas instruções foram baseadas na instrução original de McClelland, Atkinson, Clark e Lowell, que se consideravam bem sucedidos em despertar a motivação em termos de “padrões de excelência” (inteligência e capacidade de liderança), características importantes na cultura Americana (MCQUELLAND, ATKINSON, CLARK & LOWELL, 1953, p. 105. *apud* MCQUELLAND, 1961, p. 40):

Os testes que você está fazendo indicam diretamente o nível geral de inteligência de uma pessoa. Esses testes foram retirados de um grupo de testes que foram usados para selecionar pessoas de alta capacidade administrativa para posições em Washington durante a guerra passada. Assim, além da inteligência geral, eles revelam a capacidade de um indivíduo de organização material, sua capacidade de avaliar situações cruciais com rapidez e precisão - em suma, esses testes demonstram se uma pessoa é ou não adequada para ser líder. (MCQUELLAND, ATKINSON, CLARK & LOWELL, 1953, p. 105. *apud* MCQUELLAND, 1961, p. 40)

Com essa técnica, argumentavam os autores, seria possível estabelecer n-Ach, estabelecendo um valor único, uma pontuação, indicativo da intensidade desta medida em determinado sujeito (ANGELINI, 1973, p. 37-77, grifos do autor). A partir desta metodologia, com pequenas adaptações, seria ainda possível avaliar qualquer outro motivo, como a dominância (poder), sociabilidade (afiliação), fome, sexo, etc. (ANGELINI, 1973, p. 70).

É interessante perceber que Angelini escreve estas palavras em um momento ainda inicial nas pesquisas de motivação humana. Relacionava de maneira quase ingênua, as possibilidades dos padrões de excelência (n-Ach) às situações diversas, “como obter notas altas nas escolas, alcançar sucesso profissional, dinheiro, prestígio” etc. (ANGELINI, 1973, p. 38). McClelland, por sua vez, como veremos mais adiante, acredita que essa medida possa promover

<sup>37</sup> No teste de Angelini, separavam-se três turmas. A primeira iniciava com a apresentação das imagens para a criação das histórias, seguida de um teste possível de ser realizado dentro do tempo estipulado; a segunda turma com um teste possível de ser realizado dentro do tempo estipulado (situação de sucesso), seguido da apresentação das imagens para a criação das histórias; e o terceiro grupo, com um teste impossível de ser realizado dentro do tempo estipulado (situação de malogro), seguido da apresentação das imagens para a criação das histórias.

o desenvolvimento econômico, direcionando suas pesquisas para o homem de negócios (empreendedor).

Não estamos em posição de conhecimento para criticar a metodologia utilizada para medir o n-Ach, portanto, deixamos isso para especialistas na área e acreditamos ser salutar que mais teóricos com conhecimentos específicos da área retornem aos escritos originais de McClelland, desafiando os resultados de suas pesquisas. O que nos interessa é o desenvolvimento das ideias que McClelland faz a partir dessa “medida”.

Em TAS, McClelland argumenta que os economistas pareciam sempre terem sentido que a fonte de mudança no sistema econômico viria de fora do sistema em si. Não saberiam, porque invenções técnicas importantes apareceram com mais frequência em um período histórico do que em outro, ou em um país em detrimento de outro. Tal afirmação guarda semelhança com o pensamento de Schumpeter, autor conhecido por McClelland:

[...] Schumpeter (1934) para glorificar o papel do empreendedor e torná-lo a figura-chave no desenvolvimento econômico. Schumpeter achava que a economia não crescia "naturalmente" ou inevitavelmente, ou mesmo de forma constante, mas, em vez disso, foi impulsionada repentinamente pelas atividades de homens-chave que desejavam promover novos bens e novos métodos de produção ou explorar uma nova fonte de materiais ou um novo mercado. A motivação não era apenas o lucro, mas também o "desejo de fundar uma dinastia privada, a vontade de conquistar uma batalha competitiva e a criação de alegria". Em outras palavras, o empreendedor de Schumpeter não é inteiramente um ser humano racional e voltado para o lucro, tomando suas decisões de investir de uma forma ou de outra somente com base em cálculos racionais (MEIER & BALDWIN, 1957, p. 88 *apud* MCCLELLAND, 1961, p. 11, tradução livre do autor).

McClelland (1961), utiliza seu modelo de determinação do n-Ach em conteúdo de contos tradicionais e infantis de culturas distintas para determinar o grau de n-Ach das sociedades, nomeando àquelas que se desenvolvem mais rapidamente como “*Achieving Society*”, ou sociedades realizadoras, em tradução livre<sup>38</sup>, que dá título ao seu livro (1967). Apesar do n-Ach ser uma medida central para McClelland, o autor considera que fatores como o motivo de Afiliação (*need to affiliation*, a partir daqui n-Aff) e o motivo de poder (*need to power*, a partir daqui, n-Pow) também condicionariam “eventos sociais complexos” (idem, p. 159)<sup>39</sup>.

---

<sup>38</sup> Encontramos algumas traduções como “sociedades competitivas”

<sup>39</sup> Exemplificando a potencialidade dessas medidas, a diminuição do n-Affiliation e aumento o n-Power, poderia sugerir uma tendência hostil à democracia (MCCLELLAND, 1967, p. 394).

Com relação ao n-Aff, seria reconhecido e “pontuado” de acordo com seu modelo:

[...] quando a história contém alguma evidência de preocupação em um ou mais personagens em estabelecer, manter ou restaurar um relacionamento afetivo positivo com outra pessoa. Essa relação é mais adequadamente descrita pela palavra amizade. A base mínima para a pontuação seria que a relação de um dos personagens da história com outra pessoa é a da amizade. Certas relações interpessoais, em si mesmas, não atendem a esse critério. Por exemplo, pai-filho, mãe-filho, irmãos, amantes, etc., são todos descriptivos de um relacionamento entre duas pessoas, mas não necessariamente implicam que o relacionamento tenha a qualidade afetuosa e calorosa implícita em nossa definição de afiliação. Deve ser ainda caracterizado pela preocupação em manter ou restaurar uma relação positiva: sexo, realização, domínio ou outros motivos podem descrever melhor natureza da relação em casos desse tipo quando não há uma declaração explícita da natureza precisa do relacionamento. A preocupação de afiliação também é prontamente inferida de alguma declaração de como uma pessoa se sente em relação a outra ou a seu relacionamento. Alguma declaração de gosto, ou o desejo de ser amado ou aceito ou perdoado revela a natureza do relacionamento (idem, p. 160)

Suas pesquisas, porém, mostraram que a medida n-Aff é muito menos confiável que a medida n-Ach, apesar de ainda se mostrar confiável para utilização. Já com relação ao motivo de poder, é definida, segundo modelo de pontuação:

[...] como uma preocupação ‘com o controle dos meios de influenciar uma pessoa’. Tal preocupação pode ser inferida de reações emocionais a uma situação de domínio (por exemplo, prazer em ganhar ou raiva em perder um argumento, ‘declarações de querer evitar fraqueza’, etc.) de atividades de domínio – ‘disputando uma posição, argumentando algo, exigindo ou forçando algo, tentando colocar um ponto de vista, dando um comando, tentando convencer alguém de algo, punindo alguém’- ou de uma descrição de ‘um relacionamento interpessoal que em sua execução é culturalmente definido como aquele em que há uma pessoa superior tendo o controle dos meios de influenciar alguém que é subordinado (por exemplo, chefe-operário, juiz-réu)’ (idem, p. 167-168)

As principais características das três variáveis mais citadas por McClelland pode ser verificada na Tabela 4. De fato, o autor não encontra uma relação direta entre o n-Aff ou o n-Pow e o desenvolvimento econômico, assim como visto com o n-Ach, mas possíveis relações indiretas. Um alto n-Pow poderia, por exemplo, ser interessante para sucesso nos negócios em países “atrasados” e a n-Aff poderia ser importante para homens de negócios. Uma interessante relação observada foi a de uma tendência hostil à democracia em sociedades com alto n-Pow e baixo n-Aff, (MCCLELLAND, 1967, p. 394).

*Tabela 4 - Caracterização sumária dos motivos de poder (n-Pow), realização ou sucesso (n-Ach) e afiliação (n-Aff)*

Motivos	O indivíduo
Poder (n-Power)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procura controlar ou influenciar outras pessoas e dominar os meios que lhe permitem exercer essa influência.</li> <li>- Tenta assumir posições de liderança espontaneamente.</li> <li>- Necessita de provocar impacto.</li> <li>- Preocupa-se com o prestígio.</li> <li>- Assume riscos elevados.</li> </ul>
Realização ou Sucesso (n-Ach)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procura alcançar sucesso perante uma norma de excelência pessoal.</li> <li>- Aspira alcançar metas elevadas, mas realistas.</li> <li>- Responde positivamente à competição.</li> <li>- Toma iniciativa.</li> <li>- Prefere tarefas de cujos resultados possa ser pessoalmente responsável.</li> <li>- Assume riscos moderados.</li> <li>- Relaciona-se preferencialmente com peritos.</li> </ul>
Afiliação (n-Aff)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Procura relações interpessoais fortes.</li> <li>- Faz esforços para conquistar amizades e restaurar relações.</li> <li>- Atribui mais importância às pessoas do que às tarefas.</li> <li>- Procura aprovação dos outros para as suas opiniões e atividades.</li> </ul>

Fonte: Rego, 2000, a partir de dados de McClelland (1962, 1987), Koestner & McClelland (1992), McClelland & Koestner (1992), Veroff (1992b), Winter (1992b), elaborado pelo autor

Como vimos, McClelland passa a relacionar sociedades com um alto número de sujeitos com n-Ach ao desenvolvimento econômico. Nesse sentido, tendo ponto de partida para o estudo do crescimento econômico de McClelland foi, segundo suas palavras, a “conexão vista por Max Weber entre a reforma protestante e a ascensão do espírito empreendedor” (MCLELLAND, 1967, p. 391, tradução livre do autor), após suas pesquisas, considera a ideia de Weber como [...] um caso especial, de modo algum limitado ao Protestantismo [...]” de aumento do n-Ach.

Para o autor, **o link entre um alto nível de n-Ach e o desenvolvimento econômico é o empreendedor**, definido como o homem que organiza a firma (ou a unidade de negócios) e/ou

aumenta sua capacidade produtiva (MCCELLAND, 1961, p. 205). Disto decorre sua principal hipótese, e uma das suas passagens mais citadas, a de que “**uma sociedade com um nível geral de alto n-Ach irá produzir mais empreendedores energéticos, que por sua vez produzirá maior desenvolvimento econômico**” (MCCELLAND, 1961, p. 205, grifos do autor).

Tendo em mente a importância do empreendedor, McClelland passa a procurar “elementos fundamentais do comportamento” empreendedor<sup>40</sup> (MCCELLAND, 1972, p. 255). Para isso, elenca algumas características afirmando que: “Não foi fácil chegar aos componentes do papel empresarial [...] nem é provável que esta lista de características agrade a todo mundo”<sup>41</sup>, conforme Tabela 5 (MCCELLAND, 1972, p. 257)

*Tabela 5 - Comportamento do empreendedor (papel)*

Aceitação moderada de riscos como função da capacidade de decisão
Atividade instrumental vigorosa e/ou original
Responsabilidade individual
i. Conhecimento dos resultados das decisões; ii. Dinheiro como medida dos resultados
Previsão de possibilidades futuras
Aptidões de organização

Fonte: McClelland, 2972, p. 256)

McClelland (1967) valida as características acima utilizando sua metodologia de determinação de n-Ach, por considerar que se trata da “única variável perfeitamente simétrica ao comportamento empreendedor”. Em linhas gerais, havendo correspondência entre a característica acima citada e um alto n-Ach, considera-se uma característica comum a empreendedores<sup>42</sup>, concluindo:

O motivo de realização [n-ach] deve conduzir indivíduos a procurar situações que forneçam desafios moderados às suas habilidades, que tenham um melhor desempenho nessas situações e a ter maior confiança na probabilidade de seu sucesso. Deve torná-los conservadores onde as coisas estão completamente fora de seu controle, como em jogos de azar, e feliz onde eles tenham alguma oportunidade de influenciar o resultado de uma série de eventos pelas suas próprias ações e pelo conhecimento concreto do que essas ações realizaram.

<sup>40</sup> Identificando que a dificuldade na definição do empreendedorismo se dá pela confusão entre a função (papel) e o status do empreendedor, o autor encontra como saída se concentrar no comportamento da função empreendedora: “o que querem dizer quando falam que alguém que está agindo ‘como um empreendedor’ ou ‘de uma maneira empreendedora’”? (MCCELLAND, 1967, p. 209, tradução livre do autor).

<sup>41</sup> O resultado desse esforço de pesquisa exerce grande influência no entendimento acerca do empreendedorismo nos dias atuais.

<sup>42</sup> Constatamos, porém, que caso o comportamento empreendedor não fosse relacionado a um alto n-Ach por meio de experimentos diretos, o autor recorreria a comparações, análises, induções, deduções etc. até validar sua variável. O inverso não ocorria.

Ao contrário da expectativa de serem extremamente individualistas economicamente, o motivo de realização [n-Ach] não deve conduzi-los a ter uma melhor performance quando trabalham para eles mesmos, ao contrário de trabalhar para um grupo. E, finalmente, deve encorajá-los para o valor do dinheiro como medida de sucesso e não pelo dinheiro em si (MCCELLAND, 1967, p. 238)

A partir da relação de características do empreendedor com o sujeito com um alto n-Ach, McClelland vê na possibilidade de alocar sujeitos com alto n-Ach em funções específicas da sociedade como chave para promover o desenvolvimento de determinada localidade.

A correspondência entre alto n-Ach e o empreendedor e a “obviedade” das benesses de determinadas características<sup>43</sup>, faz com que elas se confundam em alguns momentos de “Achieving Society” afirmando, por exemplo, que uma sociedade com maior n-Ach produziria mais empreendedores; que se comportar de maneira empreendedora seria uma alternativa a maneira de dizer que uma pessoa tem um alto n-Ach; que pessoas com um alto n-Ach são propensos a atuar de uma maneira empreendedora; que sujeitos com um alto n-Ach tendem a se encontrar no mundo dos negócios;; etc. (MCCELLAND, 1967, p. 65,230, 231, 238, 239, 240,256).

Após apresentar, em linhas gerais, o percurso percorrido por McClelland para estabelecer as características associadas ao empreendedores, acreditamos que algumas considerações se fazem necessárias. Como argumentado previamente, não estamos em posição, dado o campo de conhecimento, de verificar a metodologia de McClelland, no sentido de saber, por exemplo, se um jogo de arremesso de argolas realizado com estudantes adolescentes do sexo masculino, sem experiência prévia de trabalho, vivendo em quatro países distintos, pode definir grande parte do entendimento que temos acerca do comportamento do empreendedor<sup>44</sup>.

A impressão que fica com a leitura de “Achieving Society” é que McClelland tenta, sobretudo e a todo custo, validar tanto metodologia quanto a possibilidade de aplicação do n-Ach. Nesse sentido, em diversos momentos de sua obra, quando realiza uma pesquisa e o resultado de sua investigação nega sua hipótese, busca outras diversas pesquisas até que alguma delas corresponda ao que ele espera provar. O contrário, porém, não acontece, ou seja, o autor “para” suas investigações assim que determinado experimento valide sua hipótese. Como

<sup>43</sup> McClelland, em determinado momento de “The Achievement Society” questiona: “O que poderia ser mais óbvio do que grandes realizações motivadas por um forte desejo de realização por parte mínima de algumas pessoas em uma cultura? É realmente necessário realizar pesquisas a fim de provar esse ponto?”.

<sup>44</sup> Um jogo de arremesso de argolas determinou o resultado de diversas características do sujeito com um alto n-Ach, legitimando sua relação com o comportamento empreendedor.

afirma Schatz: “Em termos gerais, creio que McClelland, [...], ficou tão ligado à sua própria hipótese que selecionou e utilizou inconscientemente os dados de uma forma concebida para apoiar, em vez de testar, sua teoria.” (1965, p. 236 tradução livre do autor).

Uma vez que a “raiz” das características empreendedoras que tanto se valoriza nos dias atuais estão nesta obra de McClelland, acreditamos ser importante fazer algumas considerações, acreditando que o autor se precipita ao afirmar que o empreendedor e o sujeito com alto n-Ach seriam “provavelmente a mesma pessoa” ou que uma sociedade com um alto nível de n-Ach teria mais empreendedores, a partir de uma relação lógica (não uma constatação empírica) com base em suas pesquisas.

Não estamos, aqui, negando a relação alto n-Ach - empreendedor, porém há um problema fundamental na lógica utilizada pelo autor que, independente da metodologia utilizada, fragiliza sua hipótese ao excluir variáveis que podem ser determinantes ou, simplesmente, por considerar o pequeno universo de variáveis comportamentais avaliadas<sup>45</sup>, crendo ser capaz de responder pelo todo.

Retomando em linhas gerais como McClelland chega às características de empreendedores, esta parte da premissa de ter identificado as características definidoras de um empreendedor. Aqui, já temos um problema, ao desconsiderar características valoradas como negativas, características indiretas ou outras características não identificadas que podem caracterizar o empreendedor. Em um segundo momento, identifica que essas características são comuns a sujeitos com um alto n-Ach. No terceiro momento, afirma a tendência do sujeito com um alto n-Ach ser um empreendedor.

Podemos ilustrar a situação com o seguinte exemplo:

- 1- Empreendedores **possuem** as características (a), (b) e (c);
- 2- Alto n-Ach **possui** as características (a), (b) e (c);
- 3- Logo, alto n-Ach tende a ser empreendedor

Veja, porém, que ao desconsiderar demais variáveis, como mencionamos anteriormente, isso pode não ser verdade:

---

<sup>45</sup> Apenas para exemplificar a possibilidade de um universo maior de características empreendedoras do que as consideradas nesse momento, em capítulo que discorre sobre as características de Hermes como sendo um mito com um alto n-Ach, McClelland (idem, p. 302) considera a “tendência à inovação tecnológica”, uma característica empreendedora.

Exemplo 1:

- 1- Empreendedores **possuem** as características (a), (b), (c), porém a pesquisa **não avaliou** que empreendedores também **possuem** as características (d), (e), (f), (g), (h), (i), (j), (k), (l), (m), (n), (o);
- 2- Alto n-Ach **possui** características (a), (b), (c),
- 3- Neste caso, é correto afirmar que um alto n-Ach tende a ser um empreendedor?

Exemplo 2:

- 1- Empreendedores **possuem** as características (a), (b) e (c), porém a pesquisa **não avaliou** que empreendedores **não possuem** (d);
- 2- Alto n-Ach **possui** características (a), (b), (c) e (d);
- 3- Logo, alto n-Ach não será empreendedor;

Exemplo 3:

- 1- Empreendedores **possuem** as características (a), (b) e (c);
- 2- Atletas **possuem** as características (b), (c) e (d);
- 3- Alto n-Ach **possui** características (a), (b), (c) e (d);
- 4- Neste caso, pode-se afirmar que um alto n-Ach tenderá a ser um empreendedor (ou será um atleta)?

McClelland (1967) parece que entendia essa questão, de maneira a argumentar mais constantemente que um sujeito com alto n-Ach tenderia a ser um empreendedor e não o contrário. Apesar de preocupado com o desenvolvimento econômico e entender que o empreendedor é o promotor desse desenvolvimento, a medida fiável de McClelland seguiu sendo o n-Ach, apesar deste modelo ser mais complexo para ser determinado, ou seja, mais custoso e demorado do que a identificação direta das características empreendedoras.

Nesse sentido, percebe-se que o empreendedor é em última instância, um argumento para validar e legitimar o método e a importância da determinação do n-Ach. Em seção posterior, veremos que na década de 1980 McClelland define as características empreendedoras de maneira a reconhecer o empreendedor através de um modelo mais simples que o utilizado para a determinação do n-Ach.

McClelland acredita que a partir do n-Ach, seria possível rever a história do mundo (MCQUELLAND, 1967, p. 391):

Toda a visão da história muda, uma vez que a importância do motivo de realização é reconhecida. Por um século fomos dominados pelo Darwinismo Social, por uma noção implícita ou explícita de que o homem é criatura de seu ambiente, independentemente se social ou natural. Marx pensava assim ao defender o determinismo econômico, argumentando que a psicologia de um homem é moldada em última análise pelas condições sob as quais ele deve trabalhar. Até mesmo Freud pensava assim ao ensinar que a civilização era uma reação dos impulsos primitivos do homem à força repressiva das instituições sociais, começando pela família. Praticamente todos os cientistas sociais no passado, várias gerações, começaram com a sociedade e tentaram criar o homem à sua imagem (MCCELLAND, 1967, p. 391, tradução livre do autor).

Dada a potencialidade vista por McClelland acerca do n-Ach, o autor faz considerações com relação às medidas que poderiam ser tomadas por agências ou governos que estivessem preocupados com o crescimento econômico. Durante esta obra, porém, dados ainda não eram conclusivos com relação à possibilidade de “desenvolver” a medida n-Ach. Até então, estudos preliminares indicavam, que cursos gerenciais poderiam promover o incremento do n-Ach, além da “alteração direta da fantasia” dos indivíduos, através de cursos orientados (MCCELLAND, 1967, p. 406). Até esse momento, a medida n-Ach poderia ser utilizada como critério de recrutamento e seleção para alocação de sujeitos em atividades empreendedoras<sup>46</sup>.

#### **1.2.4 Mitologia empreendedora**

##### **1.2.4.1 O “espírito de Hermes” enquanto “espírito empreendedor”**

Ainda com relação à obra “*The achieving Society*” (1967, p. 330), McClelland afirma que sempre existiram pessoas com alto “*n-Achievement*” (n-Ach) na sociedade, provavelmente desde o início da humanidade. Uma vez que essas pessoas possuem comportamento diferenciado das demais, a partir de seu modelo (apresentado na seção anterior), seria possível identificá-las ao longo da história em músicas, histórias e nos mitos. Desta maneira, desafia-se a conhecer o tipo mitológico correspondente ao empreendedor, acreditando que essa identificação poderia trazer vantagem em prever características adicionais que possa auxiliar, ou não, o homem de negócios.

Para McClelland, é possível investigar o “espírito empreendedor” na figura mitológica já que o comportamento que interessa ao autor não é um ato consciente. Argumenta, portanto, que as figuras mitológicas são desprovidas de consciência, agindo do jeito que são,

---

<sup>46</sup> Ver seção “EMPRETEC” para mais informações acerca da “seleção” em McClelland.

independente das opiniões próprias ou de outros, assim como o comportamento característico às pessoas com um alto n-Arc, que é inconsciente, ou seja, se perguntadas, elas não responderiam consistentemente com as atitudes e crenças que seu comportamento parece implicar (McCLELLAND, 1967, p. 330, 334).

Após descartar o espírito Faustino, por entender estar mais associado à necessidade de poder (n-Pow) do que a de realização, McClelland afirma que o real espírito do empreendedorismo é o espírito de Hermes em sua imagem retratada no “*Homeric Hymn to Hermes*” de Brown (1847 *apud* McCLELLAND, 1967, p. 330). O período em que Hermes é retratado, corrobora com o argumento do autor: vivendo por volta de 520 a.C., segundo estudos de McClelland, correspondia a uma Atenas com alto n-Arc, “então a imagem projetada do ‘homem de negócios-comerciante’ deveria refletir características de um alto n-Arc” (McCLELLAND, 1967, p. 302). Sabendo que Hermes possui comportamentos valorados como ruínas, como ser associado a ladrão e trapaceiro, McClelland fará uma controversa defesa do mito, conforme analisaremos mais adiante.

Mais uma vez, McClelland utiliza de polêmicas metodologias que vão da análise de escrita (traços, linhas formas, etc.), preferências de cor a número de voos realizados por país<sup>47</sup>.

A escolha de Hermes justifica-se analisando individualmente diversos de seus comportamentos e; semelhante à metodologia para relacionar sujeitos com alto n-Ach à empreendedores, para cada comportamento de Hermes, McClelland apresenta uma pesquisa que relaciona tal comportamento a sujeitos com um alto n-Arc: “Ele claramente possuía um alto n-Arc: [segundo *Homeric Hymn to Hermes*], não demorou muito para provar sua proeza aos deuses imortais. Nascido de manhã, no meio-dia, tocou lira, à noite ele roubou o gado do deus-arqueiro Apolo” (McCLELLAN, 1967, p. 302).

O autor tem como resultado final, o espírito empreendedor, ou o espírito de Hermes. Neste sentido, num plano “transcultural” certos tipos de comportamentos que caracterizam um alto n-Ach está associado

[...] a uma maior frequência de certos tipos de movimentos expressivos, a um melhor desempenho sob incentivos de realização, ao uso preferido de azuis e verdes, em lugar de vermelhos e amarelos, à maior mobilidade social e demográfica, ao menor número de atividades sociais extraescolares e, talvez, à maior ênfase sobre jogos competitivos e diferentes imagens do tempo

---

<sup>47</sup> Acredita que pessoas com alto n-Arc tendem a viajar mais, logo, maior o número de viagens poderia indicar um país com maior número de pessoas com n-Arc.

(McCLELLAND, 1972, p. 402)

O autor acredita desta maneira, ter “capturado” o espírito empreendedor: “[...] estamos hoje em condições de revelar sua presença em homens e nações. Esse espírito esquivo foi apanhado no balão de ensaios do cientista, onde pode ser analisado, medido e pesado para se obter uma pontuação de n Realização (n-Ach)” (McCLELLAND, 1972, p. 403)

McClelland afirma não ter dúvidas que um n-Arc alto está relacionado ao homem de negócios: “Assim, o espírito de Hermes, o espírito empresarial (do empreendedor), tem circulado pelo mundo desde os primórdios da humanidade, expressando-se em suas fantasias e ações, mas raramente em suas opiniões” (McCLELLAND, 1972, p. 402-403).

Analisaremos agora, alguns argumentos utilizados pelo autor para chegar a tão grandiosa conclusão, retratada anteriormente.

McClelland busca em Hermes características empreendedoras para validar sua utilização enquanto espírito do empreendedorismo. Argumenta nesse sentido que Hermes faz fortuna com uma tartaruga ao anunciar que a transformaria em uma cantora (ou que aprenderia belas canções ao morrer)<sup>48</sup>. Dessa maneira McClelland argumenta: “Aqui está uma instância direta e reta da inovação tecnológica que é a característica definidora do empreendedorismo, especialmente quando está envolvido com a capacidade de ganhar dinheiro com isto.” (McCLELLAND, 1961, p. 302, tradução livre do autor). É importante ressaltar que McClelland não inclui a “tendência à inovação tecnológica” nas características de um empreendedor, conforme citado em seção anterior.

Como mencionado anteriormente, parece que McClelland faz de tudo para provar suas hipóteses. Nesse sentido, para defender Hermes de sua pecha de ladrão, inescrupuloso e trapaceiro, vai mais longe<sup>49</sup>, merecendo alguns comentários. Ao acompanhar a “defesa” que o autor faz das características negativas associadas à Hermes, isso fica mais claro.

A primeira hipótese levantada pelo autor, diz respeito à consequência de um conflito comum naquela época entre as classes proprietárias tradicionais, representadas por Apolo, e as classes mercantis de novos ricos, que adotaram Hermes como seu patrono em uma disputa de riqueza e status social (McCLELLAND, 1961, p. 303). A partir deste conflito tais

<sup>48</sup> O autor não entra no mérito da solução dada por Hermes, consistindo em entrar em uma caverna, matar a tartaruga e usar seu casco para criar uma lira

<sup>49</sup> No limite, a defesa de Hermes é a própria defesa do comportamento do empreendedor em McClelland

características negativas poderiam ter sido associadas à Hermes. O autor, porém, abandona essa hipótese.

O caminho que McClelland prefere seguir, no entanto, está relacionado às “evidências” de que fatores externos poderiam trazer ética ao empreendedor “trapaceiro”, assim como uma “pequena evidência indireta” de que empreendedores podem ser inescrupulosos ou antissociais devido a processos que adquiriram sua alta n-Arc (MCCELLAND, 1961, p. 330).

Nesse sentido, identifica que Hermes foi “produto de uma ligação casual” entre Zeus e Maia. Com um pai ausente, Hermes mora com a mãe, no que o autor define como um lar materno-infantil. McClelland vai buscar em pesquisas, argumentos que relacionam o lar materno-infantil à homossexualidade, ao superego pouco desenvolvido e a alta frequência de crimes. Segundo o autor, tal “síndrome psicopática” também seria comum entre os “negros de classe baixa”, dada a “monogamia serial”, aonde os “pais vem e vão, mas as crianças ficam com as mães”. Assim sendo, a falta da figura forte e estável para a criança masculina se identificar, atuaria para o “baixo desenvolvimento do superego”, fazendo com que a criança crescesse com um “baixo padrão moral”, “transformando-se em inescrupuloso, trapaceiro e desonesto, assim como Hermes” (MCCELLAND, 1967, p. 330).

É possível perceber que McClelland, concorda com tais argumentos, ficando apenas intrigado, pois, segundo seus estudos, famílias mãe-filho, estão associadas a um baixo n-Arc, pela falta de “[...] código ético que vem de famílias intactas ou fortemente masculinas”. Para manter sua hipótese de Hermes como sujeito com alto n-Ach, McClelland sugere que deve haver alguma outra variável desconhecida no “treinamento mãe-filho”, capaz de “produzir um filho” com alto n-Arc (MCCELLAND, 1961, p. 335).

Como se pode perceber, a defesa do “herói” de McClelland, faz-se a todo custo. Mesmo quando não consegue provar sua hipótese, como o caso do alto n-Arc em uma família com “baixo código ético”, simplesmente deixa essa questão em aberto validando, ainda assim, a sua pesquisa.

Nosso argumento é que o esforço de McClelland para defender ou explicar o “mau comportamento” de Hermes revela em sua argumentação, a defesa irracional de sua própria teoria acerca do n-Arc. Explicitamos melhor: McClelland considera o mito de Hermes como verdadeiro (no sentido de ser condizente com a realidade, ou seja, trata-se de um comportamento observável na sociedade e não apenas um mito) para provar que seu “mau

comportamento” está relacionado a um fator externo ao n-Arc e, assim, preservar seu principal instrumento de pesquisa, mesmo que isso incorra em um problema lógico ao final de sua argumentação. Por outro lado, caso o autor simplesmente assumisse que as características negativas de Hermes cumpriam o papel de compor a personalidade de uma personagem fictícia, enfraqueceria seu argumento e diminuiria as aplicações possíveis de seu modelo.

Em toda mitologia de Hermes, McClelland vai buscar na composição familiar mãe-filho e na ausência da figura paterna o desvio de caráter do personagem, mesmo sabendo que Hermes cometeu seu primeiro ato controverso ainda no primeiro dia de vida (roubando os gados/cabras do irmão), quando ainda contava com a presença de seu pai (Hermes engana seu pai e seu irmão sobre o roubo dos gados/cabras). McClelland também não faz questão de avaliar o comportamento de seu irmão Apolo, para verificar se a teoria segundo a qual famílias compostas por mãe-filho, sem a presença paterna, incorrem nos problemas expostos. A escolha deste ponto de vista é cômoda, novamente, por reforçar seus achados de que famílias compostas por mãe-filho possuem baixo n-Arc.

Partindo destas premissas, busca-se subsídio em pesquisas comportamentalistas discriminatórias e excludentes para defender os seus heróis, mesmo que, ao final, incorra em um problema lógico, pois, como pode alguém com alto n-Arc, como Hermes (verdade absoluta) ser criado em um lar com tendências a baixo n-Arc? Ao invés de rever seus argumentos e suas variáveis, McClelland propõe buscar alguma outra variável desconhecida no treinamento mãe-filho, “capaz de produzir um filho” com alto n-Arc, ou seja, uma variável que “tenha passado despercebido” e que, quando encontrada, mantenha intacto seu modelo.

#### **1.2.4.2 O mito<sup>50</sup> da garagem**

O mito moderno da garagem, identificado por Audia e Rider (2005), tem início no Vale do Silício, nos EUA, mais especificamente em uma garagem de Palo Alto, Califórnia, entre 1928 e 1939, quando William Hewlett e David Packard testaram alguns equipamentos, dentre eles, um protótipo de oscilador de áudio, responsável por fazer os criadores a fundarem a

---

<sup>50</sup> A temática do empreendedorismo guarda simpatia com figuras mitológicas. Além de Hermes, como mencionado em seção anterior, *Startups* (nomenclatura dada às empresas emergentes, com dadas características), por exemplo, são categorizadas de acordo com a sua valorização como Unicórnio (U\$D 1 bilhão), Centauro (U\$D 100 milhões) e Ponei (U\$D 10 milhões). A origem de tais denominações está em Aileen Lee, uma capitalista de risco (Venture Capitalist), quando mencionou um Unicórnio para relacionar a raridades estatística de uma *startup* valorizar U\$D 1 bilhão.

mundialmente famosa Hewlett-Packard (HP)<sup>51</sup>.

Este mito, popularizado a partir da emergência das empresas de Tecnologia das informações localizadas no Vale do Silício, diz respeito a iniciar uma empresa de sucesso em um pequeno cômodo da casa, como uma garagem, quarto, cozinha, etc., e simbolizam o estereótipo e comportamentos associados aos empreendedores contemporâneos, o “espírito de Hermes”, como trabalho duro, ingenuidade, independência, inovação, além da possibilidade de grandes sonhos com um começo humilde. Relaciona-se, ainda a uma rejeição ao *status quo*, a formalidade e a burocracia exigida por “empregos antigos”, as horas trabalhadas, vestimentas, etc. e representam a oportunidade de serem “donos do próprio nariz” (AUDIA; RIDER, 2005), trabalhando em algo que amam: “Escolha um trabalho que você ama e você nunca mais terá que trabalhar na sua vida”<sup>52</sup>. Consolidaram esse mito, outras empresas de sucesso, como a Walt Disney, Apple, Mattel e Wham-O, que também teriam se iniciado em garagens dos EUA.

Bull e Willard (1993, p. 186) identificam que os Americanos sempre foram interessados pelas histórias de ficção de Horatio Alger, onde o herói alcança sucesso através da autoconfiança e trabalho duro, a ideia do “self-made-man”<sup>53</sup>. Isso nos remete rapidamente ao “sonho americano”, uma ideia de que com trabalho duro, coragem e determinação, alcança-se a prosperidade (AUDIA & RIDER, 2005, p. 19). Nesse sentido, em artigo no “The Washington Monthly”, o professor de desenvolvimento econômico Richard Florida (2003), afirma haver um novo sonho americano, a partir da introdução da inovação na economia: “[o] novo sonho americano consiste em manter um razoável padrão de vida enquanto trabalha no que gosta [...].”.

O mito da garagem ganha ares de legitimo com estudos de conceituadas universidades fazendo referência à “garagem”, como é o caso do “From the garage to the boardroom: The Entrepreneurial Roots of America’s Largest Corporations”, artigo que analisa as empresas citadas na *Fortune 200* (do ano de 1997), encomendado pela *National Commission on Entrepreneurship* e realizada por pesquisadores da Harvard Business School (PURRINGTON & BETTCHER, 2001).

Apesar do mito da garagem se iniciar nos EUA, com a projeção das empresas de tecnologia situadas no Vale do Silício<sup>54</sup>, a partir da década de 1970 e, principalmente, a partir

<sup>51</sup> Hoje registrada como local histórico nacional Americano e “California Historical Landmark”, a garagem é um ponto turístico de alta visitação.

<sup>52</sup> Frase de autor desconhecido, popularizado por Harvey Mackay em 1982.

<sup>53</sup> Àquele que consegue o sucesso sozinho, através de seu esforço.

<sup>54</sup> Possibilitadas pela criação do transistor

da década de 1990, com o início das empresas “dot-com<sup>55</sup>”, a ideia da garagem passa a tomar um contexto maior. Um artigo da revista *The Economist*, por exemplo, sugere que os fundadores do Adobe System tiveram que superar sua cultura da garagem, mesmo que o Adobe tenha sido fundada em 1982 na base da linguagem PostScript, desenvolvida na *Xerox PARC* (AUDIA & RIDER, 2005, p. 8).

No Brasil, revistas e artigos trazem o “espírito da garagem” (FÉ, 2014), promovendo esta ideia por aqui, que passa a dar nome a programas ligados ao empreendedorismo, como o “*Startup Garagem*”, promovido pelo Parque Científico e Tecnológico da PUC-RS, assim como à “Garagem 1157”, espaço dedicado à inovação da IBM Brasil que, nas palavras seu diretor de soluções de indústria, Mauro D’Angelo: “Garagem remete à inovação, à criação. É um ambiente onde, nos Estados Unidos, por exemplo, as pessoas vão para criar, para desenvolver novas ideias” (FARINACCIO, 2017).

Mas o que faz da “garagem” um mito, uma “lenda contemporânea ou uma história contada como verdade às pessoas em uma sociedade moderna” e não uma realidade? Segundo Audia e Rider, trata-se, sobretudo, do fato da ideia de a garagem não considerar que o processo de criação de uma empresa é iminentemente social, evocando a imagem do empreendedor solitário, que com seu esforço cria uma empresa e alcança o sucesso (AUDIA; RIDER, 2005, p. 10-18).

Audia e Rider (2005) afirmam que o número de empresas que iniciam suas atividades em uma garagem (quarto, cozinha, pequeno cômodo da casa) é superestimado, mas o que realmente faz da garagem um mito, é o fato de a grande maioria das empresas criadas terem relação direta com a experiência prévia de um dos fundadores. Nesse sentido, a grande maioria das empresas foi fundada por pessoas que já se conheciam, ou seja, por pessoas com laços sociais prévios. Além da pesquisa empírica realizada pelos autores, argumentam que tal constatação apenas reforça a literatura emergente, que indica que organizações são frutos de contextos sociais nos quais os indivíduos adquirem muitos dos recursos psicológicos e sociais necessários para criar novas organizações (AUDIA; RIDER, 2005, p. 10).

Os autores preferem a ideia de empreendedores como “*organizational processes*”, de John Freeman<sup>56</sup>, que sugere a tendência das novas organizações iniciarem uma atividade no

<sup>55</sup> Empresas que comercializam produtos ou serviços na internet

<sup>56</sup> Para mais informações, ver John H. Freeman, “Entrepreneurs as Organizational Products: Semiconductor Firms and Venture Capital Firms”. *Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth*, 1986.

mesmo setor ou em um setor relacionado à experiência prévia de seus fundadores. E isso se daria por três motivos: a) organizações criam oportunidades para os indivíduos construírem confiança em suas habilidades de criar e administrar uma nova empresa; b) as organizações fornecem acesso a amplo conhecimento do setor e informações refinadas sobre oportunidades empreendedoras, nenhuma das quais está prontamente disponível para pessoas de fora e; c) as organizações ajudam os indivíduos a formar redes sociais que facilitam a mobilização de recursos necessários para formar uma nova empresa (AUDIA; RIDER, 2005, p. 11).

No caso da HP (apesar deste caso em particular, grande parte dos primeiros negócios terem sido realizados em uma garagem), outros locais foram iguais ou mais importantes, como para a empresa, como a *Litton Engineering Laboratories* e o *Terman's lab*. A experiência prévia dos fundadores e as relações já estabelecidas foram fundamentais para o sucesso da HP. Audia e Rider (2005, p. 22-24) procuraram mostrar a importância da experiência prévia e da rede de relações na criação de algumas empresas “símbolos” do mito da garagem, sistematizando-as em um quadro que reproduzimos a seguir (*Quadro 5*).

*Quadro 5 - Linha do tempo de datas importantes na criação do “mito da garagem”*

Outubro de 1923:	Walt e Roy Disney alugaram uma garagem em Hollywood, na Califórnia, para usar como um escritório para produzir desenhos animados. Pouco depois, os irmãos se mudaram para um escritório.
1930:	Os calouros da Universidade de Stanford, William Hewlett e David Packard, se encontram.
Primavera de 1933:	Frederick Terman convida Stanford, graduado da Packard, a se matricular no curso de pós-graduação em engenharia de rádio de Terman. Hewlett também está matriculado neste curso.
1933-1934:	Hewlett, Packard, Ed Porter e Barney Oliver discutem a possibilidade de iniciar uma empresa após a formatura em Stanford.
Primavera de 1934:	No meio da Grande Depressão, Terman encoraja Packard a aceitar uma oferta de trabalho da General Electric e Hewlett a fazer um curso de pós-graduação. Fevereiro de 1935: Packard começa a trabalhar na General Electric em Schenectady, NY.
Fevereiro de 1935	Packard começa a trabalhar na General Electric em Schenectady, NY.
1935-1936:	Hewlett torna-se mestre pelo MIT. Terman arranja um emprego para a Hewlett na Califórnia.
Agosto de 1937:	Hewlett e Packard se reúnem em Palo Alto para discutir “planos experimentais de organização e um programa de trabalho provisório para um empreendimento comercial proposto”
Primavera de 1938	Hewlett desenvolve um oscilador de áudio estabilizado por resistência enquanto trabalha com

	um grupo de estudantes no laboratório de Terman..
Verão de 1938:	Frederick Terman consegue uma bolsa de estudos em Stanford para a Packard.
Setembro de 1938:	Hewlett e Packard começam a trabalhar na garagem em 367 Addison em Palo Alto.
Novembro de 1938	Bud Hawkins, engenheiro chefe de som da The Walt Disney Company, vê Hewlett apresentar o oscilador em uma conferência em Portland, OR. Logo em seguida, a Disney encomenda oito osciladores Modelo 200B da Hewlett e Packard
Janeiro de 1939:	Hewlett-Packard (HP) é oficialmente formado. Charlie Litton fornece à HP acesso à sua fundição para que a HP possa produzir osciladores, que não poderiam ser produzidos na garagem, para pedidos de clientes
Outono de 1939:	A HP sai da garagem e aluga um prédio para o negócio.
1945:	Elliott, Ruth Handler e Harold Matson lançam a Mattel em uma oficina de garagem em Los Angeles, Califórnia.
1948:	Richard Knerr e Arthur Melin, os fundadores da empresa de brinquedos Wham-O, começam a trabalhar um estilingue em uma garagem em Pasadena, Califórnia. A empresa inventaria mais tarde o Hula Hoop, o Frisbee e o saco hacky.
1948:	A Mattel é constituída com sede em Hawthorne, Califórnia
1957:	A Wham-O apresenta o Hula Hoop e fatura US \$ 45 milhões nos próximos dois anos do produto.
Novembro de 1957:	HP abre seu capital e vai para a bolsa de valores
1959	A Mattel apresenta a boneca Barbie para o mundo
Verão de 1971:	Steve Jobs e Steve Wozniak se encontram.
Outono de 1971:	Jobs e Wozniak vendem "caixas azuis" ilegais que permitiam chamadas telefônicas gratuitas emulando sinais usados pela companhia telefônica.
Fevereiro de 1973:	Wozniak começa a trabalhar na divisão de produtos avançados da HP.
1973:	Jobs começa a trabalhar na Atari. Wozniak ajuda Jobs a projetar o jogo Breakout durante os turnos noturnos de Jobs.
Março de 1975:	A primeira reunião do Grupo de Usuários de Computadores Amadores (Homebrew Computer Club) é realizada em uma garagem em Menlo Park (as reuniões foram rapidamente transferidas para o Stanford Linear Accelerator Center quando o grupo se tornou muito grande para a garagem).
Julho de 1975:	Bill Gates e Paul Allen fundam a Microsoft em Albuquerque, NM.
Março de 1976:	Wozniak constrói o Apple I, um computador que usa um teclado e pode se conectar a uma televisão. Wozniak sugere aos seus chefes, na HP, a fazer microcomputadores; Jobs sugere o mesmo para seus patrões na Atari. Ambos são negados.
Abri de 1976	Jobs recruta seu colega de trabalho da Atari, Ronald

	Wayne; Jobs, Wayne e Wozniak fundam a Apple Computer. Wayne mantém seu trabalho diário na Atari e Wozniak continua a trabalhar na HP. Wayne vende sua participação de 10% na Apple menos de duas semanas depois por US \$ 800..
Maio de 1976:	Wozniak recebe um lançamento da HP para produzir a Apple I. A produção começa em um quarto nos pais de Jobs, Los Altos, na Califórnia. Eventualmente, a produção se move para a garagem.
Outubro de 1976:	A Commodore considera, mas recusa, comprar uma empresa que opera em uma garagem. Wozniak deixa seu emprego na HP, por insistência de Jobs
Janeiro de 1977:	A Apple Computer é fundada.
Janeiro de 1978:	A Apple se muda para um prédio de escritórios em Cupertino, na Califórnia
Dezembro de 1980:	Apple abre seu capital e vai para a bolsa de valores
Outono de 1983:	Michael Dell começa a vender PCs atualizados e componentes adicionais de seu dormitório na Universidade do Texas
Janeiro de 1984:	A Dell registra a PC's Limited com o Estado do Texas e, pouco depois, transfere seus negócios para um apartamento de dois quartos.
Maio de 1984:	Dell deixa a Universidade do Texas, registra seus negócios como Dell Computer Corporation e transfere a empresa para um pequeno escritório em North Austin
Fevereiro de 1985:	Wozniak e Jobs recebem a Medalha de Tecnologia Nacional do Presidente Reagan na Casa Branca.
1985:	A garagem da HP é denominada marco da Categoria I pela Diretoria de Recursos Históricos de Palo Alto.
Março de 1986	Microsoft abre seu capital e vai para a bolsa de valores
Junho de 1988:	Dell abre seu capital e vai para a bolsa de valores
1989:	A garagem da HP é oficialmente dedicada como marco histórico da Califórnia, nº 976, com uma placa “Local de nascimento do Vale do Silício”.
Outubro de 1997:	Garage.com (agora Garage Technology Ventures) é iniciado em São Francisco, CA

Fonte: Adaptado de Audia e Rider, 2005. p. 22-24, tradução livre do autor.

Para os autores, portanto, o mito da garagem contribui para a preservação do ideal norte americano de oportunidades e mobilidade social ascendente. Contudo, essa crença pode inspirar de forma equivocada os futuros empreendedores. Nesse sentido, indivíduos, funcionários de empresas, formuladores de políticas públicas e escolas de negócios seriam beneficiadas ao compreenderem o processo social envolvido na criação de uma empresa (AUDIA; RIDER, 2005, p. 21).

### 1.2.5 Empreendedorismo no contexto brasileiro

Como apontamos anteriormente, a partir da década de 1950 já era produzido conhecimento acadêmico acerca do empreendedorismo nos EUA, mais tarde se vinculando à temática da pequena e média empresa naquele país. Conforme indica Melo (2008, p. 88), quando a pequena e a média empresa ganham força no Brasil, a partir da década de 1980, não havia conhecimento sistematizado acerca do empreendedorismo nas universidades brasileiras. Desta maneira, a temática do empreendedorismo é incorporada “[..] à criação de empresa de base tecnológica e menos ligado ao investimento em capital ou estratégias de organização. Além disso, também surgiu com objetivos aplicativos. Assim, o vínculo entre a micro e pequena empresa e o empreendedorismo é mais direta em **programas que visam aplicação e não desenvolvimento teórico como se dá na academia**” (MELO, 2008, p. 88, grifos do autor). A partir do *Quadro 6* podemos ver algumas datas importantes relacionadas ao conhecimento acadêmico, à micro e pequena empresa e ao empreendedorismo no Brasil.

*Quadro 6 - Datas relevantes relacionadas ao contexto brasileiro da Pequena e Média Empresa no Brasil*

1972	Criação do CEBRAE
1980	Criação do PRONAEX – CEBRAE
1981	PATM (Programa de Apoio Tecnológico às Micro e Pequenas Empresas – CEBRAE
1981	FGV cria curso de especialização ‘Novos Negócios’
1984	Primeiro estatuto da microempresa – lei no. 7256/84
1984	FGV curso para a graduação ‘Criação de novos negócios: formação de empreendedores’, UFRS cria curso de ‘Criação de negócios’ para Computação, USP cria curso de ‘Criação de empresas’ na graduação.
1985	USP cria curso na pós-graduação
1988	Inclusão das Micro e Pequenas empresas na Constituição Federal
1989:	FGV cria Centro Integrado de Gestão Empreendedora (CIAGE), MBA e pós-graduação. Aparece a primeira revista popular: Pequenas Empresas Grandes Negócios e programa de TV do mesmo nome.
1990	Criação do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)
1990	EFEI- MG cria Centro Empresarial de Formação Empreendedora de Itajubá (CEFEI).
1992	USP faz parceria com SEBRAE para treinar profissionais; UFSC cria a Escola de Novos Empreendedores (ENE)
1993	SEBRAE passa a oferecer o treinamento de Empreendedorismo da ONU: EMPRETEC.
1995	UNB desenvolve a Escola de Empreendedores com apoio do SEBRAE.
1996	Lei 9317/96 instituindo o Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuição das Microempresas e das Empresas de Pequeno Porte (SIMPLES)
1997	UNB Rede de Ensino Universitário em Empreendedorismo (REUNE)
1998	Universidade SEBRAE de Negócios (USEN- SEBRAE) no RS
1999	Políticas públicas como; Programa Brasil Empreendedor, Proger, Microgerar.
1999	Lei No. 9841/99 – Segundo estatuto das microempresas e empresas de pequeno porte

2000	Estabelecimento do Fórum Permanente da Micro e Pequena Empresa
2006	Lei complementar No. 123/06 - Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte
2006	UNESP inicia disciplina optativa de empreendedorismo a todos os cursos de graduação.

Fonte: Adaptado de Melo, 2008 e dados organizados pelo autor

Uma vez que no contexto brasileiro o vínculo entre a micro e pequena empresa e o empreendedorismo é mais direta em **programas que visam aplicação e não desenvolvimento teórico como se dá na academia**” (MELO, 2008, p. 88), dividimos o empreendedorismo no Brasil em dois grupos.

O primeiro, voltado ao acréscimo teórico do empreendedorismo, muitas vezes fechado dentro da academia , em um universo de negócios ou de administração de empresas. Apesar de o conhecimento gerado no Brasil se preocupar, majoritariamente com o empreendedor administrador, é possível encontrar trabalhos preocupados com o empreendedor inovador, principalmente relacionado à inovação tecnológica. Em artigo, Leite e Melo (2008) identificam algumas temáticas acerca da produção de conhecimento no campo do empreendedorismo no Brasil, como: inovação tecnológica, pesquisas comportamentais, administrativo, ensino, empreendedorismo feminino e relações trabalho-família, grupos de imigrantes, organizações não governamentais, projetos sociais e fatores não econômicos (SANTANA, 2002; OLIVEIRA, 2003; DINIZ, 1992; DUTRA, 2002; RAMOS, 2003; GREATTI, 2003; BORTOLI NETO, 1987; LEITE, 1992; MACHADO, 1999; MARCARINI, 2003; GOMES, 2003; QUENTAL, 2003; MARTES & RODRIGUES, 2004 *apud* LEITE & MELO, 2008).

Para entender o segundo grupo, recorreremos à categoria de “empreendedor moral”<sup>57</sup>, proposta por Becker (2008), como sendo indivíduos ou grupos que criam regras (reformador cruzado) ou as impõe (impositor de regras). Nesse sentido, o segundo grupo, pode ser compreendido como o de “empreendedores morais do empreendedorismo”, ou seja, impostores de regras relacionadas ao empreendedorismo, sendo responsáveis por grande parte das ideias comuns (populares) ao empreendedorismo no Brasil. Nesse grupo, poderíamos identificar três subgrupos.

O primeiro dele composto por entidades e governos (municipais, estaduais ou federais), tendo o SEBRAE como principal referência. Aqui, encontra-se, majoritariamente o reformador

---

<sup>57</sup> O termo empreendedor, aqui, aparece como uma coincidência, não guardando relação com a temática desta pesquisa.

cruzado, ou seja, aqueles que criam regras a fim de “salvar” as pessoas de um mal maior (BECKER, 2008), recorrendo ou fazendo o papel do “conselho de especialistas” quando se trata de redigir regras específicas.

O segundo subgrupo, composto por indivíduos que buscam legitimar seu conhecimento pelo status de aparente sucesso relacionado, principalmente, ao mundo dos negócios. Pode também estar relacionado às experiências diversas de sucesso como, por exemplo, no esporte, em aventuras pessoais, estilo de vida, na superação de doenças, etc. Como seu status de “competente” (CHAUI, 2014) é dependente de seu sucesso, ou seja, uma característica dinâmica, a identificação deste subgrupo não é tão simples.

Muitos de seus integrantes transitam entre o empreendedorismo, a motivação e a autoajuda. Segundo Gomes e Augusto (2016, p. 51), ao examinarem o mercado milionário de autoajuda para empreendedores, identificaram como referência, nomes como Bel Pesce, João Cristofolini, Gabriel Goffi e Erico Rocha. São palestrantes, possuem milhares de seguidores em redes sociais, escrevem livros, etc. Se considerarmos um espectro indo do **reformador cruzado** ao **impositor de regras**, esse grupo estará mais próximo do impositor de regra. Como esperado, apontam defeitos e os “porquês” do malogro de quem os procuram, e oferecem soluções baseadas em motivação e mudanças de comportamentos. Consideramos, particularmente, que Ícaro de Carvalho, foi feliz em chamar esses empreendedores de “Empreendedores de Palco” (GOMES; AUGUSTO, 2016; CARVALHO, 2018).

No terceiro subgrupo, transitando nos dois extremos do espectro reformador cruzado - impositor de regras, àqueles que se colocam como “competentes” a partir do conhecimento acadêmico, como José Carlos Assis Dornelas e Fernando Dolabela. São escritores de best-sellers, consultores e conferencistas de sucesso. Dolabela, talvez o nome mais influente acerca do empreendedorismo no Brasil, é também criador de um programa de ensino de empreendedorismo para crianças e adolescentes, implementada em cidades como Santa Rita do Sapucaí (MG), Três Passos (RS) e São José dos Campos (SP).

Os sujeitos deste grupo não estão, necessariamente, comprometidos em gerar conhecimento científico acerca do empreendedorismo, mas, sobretudo, levar a sua própria interpretação para o maior público possível, mesmo que a partir de leituras imprecisas de teóricos consolidados, o que nos remete a uma das características dos cruzados morais que: “[...] estão mais preocupados com os fins do que com os meios” (BECKER, 2008, p. 155). Por

vezes, o conhecimento gerado acerca do empreendedorismo por esse grupo, se confunde com a literatura motivacional e de autoajuda.

No contexto brasileiro, talvez o nome mais influente acerca do empreendedorismo, transitando entre o reformador cruzado e o impositor de regras, é Fernando Dolabela. Legitima-se enquanto professor universitário, escritor de sucesso (seu livro “O segredo de Luísa”, no qual expõe suas principais ideias acerca do empreendedorismo, é um sucesso de vendas) e palestrante de sucesso (além de criador do programa de educação empreendedora como mencionado anteriormente).

Curiosamente, no prefácio de “Pedagogia Empreendedora”(2016, pos. 88), Gilberto Dimenstein atesta que a proposta de Dolabela se trata de: “Uma **cruzada** para semear o empreendedorismo, o espírito de aprender a empreender, de tomar o destino nas próprias mãos” (DOLABELA, 2008, grifos do autor).

Apenas para ilustrar algumas ideias desse terceiro subgrupo, tomamos algumas passagens de “O Segredo de Luísa” (2008), livro que “[...] pretende indicar ao leitor quais qualidades deve desenvolver para se tornar um empreendedor bem-sucedido (DOLABELA, 2008, p. 18). A partir da definição de Filion (1991 *apud* DOLABELA, 2008, p. 23), de que: “Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”, Dolabela propõe a seguinte definição para o empreendedor: “O empreendedor é alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade” (DOLABELA, 2008, p. 28).

A elasticidade de sua definição, talvez justifique as inúmeras aproximações e distanciamentos realizados pelo autor, muitas vezes contraditórias, que não permitem clareza em delimitar seu entendimento acerca do empreendedorismo. A impressão que fica é que tal tratativa é intencional, uma vez que o autor afirma que “O ser é mais importante do que o saber, razão pela qual o empreendedor precisa ser alguém preparado para aprender a aprender” (DOLABELA, 2008, p. 15). No limite “O segredo de Luísa” (2008), um dos livros mais influenciadores acerca do empreendedorismo no Brasil, flerta com a literatura de autoajuda e motivação:

O indivíduo sonha, mas sonhar somente não define o empreendedor, conhecido também por sua capacidade de fazer. Ele deve buscar a realização do seu sonho. Ao agir para transformar seu sonho em realidade, o indivíduo é dominado por forte emoção, que libera a maior energia de que se tem notícia: a energia de quem busca transformar seu sonho em realidade. Empreender é, portanto, um ato de paixão. Ao se apaixonar, o indivíduo faz vir à tona o

potencial empreendedor presente na espécie. E libera as características empreendedoras: a persistência, o conhecimento do ambiente do sonho, a criatividade, o protagonismo, a liderança, a autoestima, a crença em si mesmo, a crença em que seus atos podem gerar consequências” (DOLABELA, 2008, p. 34).

Em um momento mais preciso, o autor organiza o que seriam as atitudes e os comportamentos característicos ao empreendedor (TIMMONS, 1994; HORNADAY 1982, *apud* DOLABELA, 2008, p. 32-33):

- O empreendedor tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia;
- Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização;
- Trabalha sozinho;
- Tem perseverança e tenacidade;
- Considera o fracasso um resultado como outro qualquer; aprende com resultados negativos, com os próprios erros;
- Tem grande energia. É um trabalhador incansável. Ele é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar seus esforços para alcançar resultados;
- Sabe fixar metas e atingi-las. Luta contra padrões impostos. Diferencia-se. Tem a capacidade de ocupar espaços não ocupados por outros no mercado; descobre nichos;
- Tem forte intuição. Como no esporte, o que importa no empreendedorismo não é o que se sabe, mas o que se faz;
- Tem sempre alto comprometimento. Crê no que faz;
- Cria situações para obter *feedback* sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para se aprimorar;
- Sabe buscar, utilizar e controlar recursos;
- É um sonhador realista. Embora racional, usa também a parte direita do cérebro;
- É líder. Cria um sistema próprio de relações com empregados. “É comparado a um líder de banda”, que dá liberdade a todos os músicos, extraíndo deles o que têm de melhor, mas conseguindo transformar o conjunto em algo harmônico, seguindo uma partitura, um tema, um objetivo;
- É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo;
- Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho;
- Tece “redes de relações” (contatos, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos. A rede de relações interna (com sócios, colaboradores) é mais importante que a externa;
- O empreendedor de sucesso conhece muito bem o ramo em que atua;
- Cultiva a imaginação e aprende a definir visões;
- Traduz seus pensamentos em ações;
- Define o que deve aprender (a partir do não definido) para realizar suas visões.
- É proativo diante daquilo que deve saber: primeiramente define o que quer e aonde quer chegar; depois, busca o conhecimento que lhe permitirá atingir o objetivo. Preocupa-se em aprender a aprender, pois sabe que no seu dia a dia será submetido a situações que exigem a constante apreensão de conhecimentos que não estão nos livros. O empreendedor é um fixador de metas;

- Cria um método próprio de aprendizagem. Aprende a partir do que faz. Emoção e afeto são determinantes para explicar seus interesses. Aprende indefinidamente;
- Tem alto grau de “internalidade”, o que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que pode mudar algo no mundo. A empresa é um sistema social que gira em torno do empreendedor. Ele acha que pode provocar mudanças nos sistemas em que atua;
- O empreendedor não é um aventureiro; assume riscos moderados. Gosta do risco, mas faz tudo para minimizá-lo. É inovador e criativo (a inovação é relacionada ao produto e difere da invenção, uma vez que pode não causar consequência a um produto);
- Tem alta tolerância à ambiguidade e à incerteza; é hábil em definir a partir do indefinido;
- Mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios;

Segundo o autor, essas características, que poderiam ser associadas a um “Super-homem”, poderiam também ser aprendidas ou despertadas pela vontade do indivíduo de realizar os próprios sonhos (DOLABELA, 2008, p. 33). É interessante reparar, como vimos em seção anterior, que a ideia do empreendedor como um sujeito com qualidades sobre-humanas, já está presente no “*Man of Action*” descrito por Schumpeter (SWEDBERG, 2008). Na realidade, não é raro a associação do empreendedor com os “heróis”. Chiavenatto (2007, p. 4), por exemplo, afirma que “Os empreendedores são heróis populares do mundo dos negócios. [...]. Dornelas (2001, p. 45), no final de um capítulo de seu livro, levanta uma questão para discussão “O empreendedor é um super-homem ou apenas um administrador?”<sup>58</sup> e próprio Dolabela afirma “São empreendedores os heróis anônimos da nossa economia que, contra tudo e contra todos, teimam em criar micro e pequenas empresas e geram importantes valores humanos e econômicos para a sociedade” (2016, pos. 485).

#### 1.2.5.1 O Sebrae

No contexto brasileiro, um importante ator com relação ao empreendedorismo é o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE, serviço social autônomo com forte atuação proondo ou influenciando políticas e opinião públicas, tendo programas de televisão e revista, além de inúmeros cursos, treinamentos e consultorias de empreendedorismo voltado à micro, pequena e média empresa. Por esse motivo, como citado anteriormente o SEBRAE poderia ser entendido como um reformador cruzado (BECKER, 2008, p. 154).

Sua história confunde-se com a história do empreendedorismo no Brasil, muitas vezes como protagonista e por esse motivo destacaremos algumas passagens de sua trajetória que

---

<sup>58</sup> O autor dá a entender em sua obra que o empreendedor não é um super-homem, tampouco apenas um administrador, por possuir “atributos extras” a esses.

indicam seu potencial como empreendedor moral. Tomamos como base para esta seção, o trabalho de Melo (2008).

A criação do SEBRAE encontra suas raízes em um contexto vivido pelo Brasil na década de 1960, com iniciativas voltadas à concessão de créditos aos pequenos empresários e, com elas, a preocupação no cumprimento do financiamento adquirido, justificando um “acompanhamento técnico” da empresa em questão. Tiveram fundamental importância nesse período a Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE) e o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE).

O interesse nas pequenas e médias empresas passam a tomar relevância a partir de relatórios de diferentes organismos e instituições que indicavam, em linhas gerais, a incapacidade competitiva destas em relação à alta concentração de capital nas grandes empresas. Dentre diversos estudos, merece destaque na história do SEBRAE o trabalho intitulado “Problemas da Pequena e Média Empresa”, também conhecido como documento 33, levando o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDE) a propor ao governo federal a criação do Grupo de Estudo de Assistência a Média e a Pequena Empresa (GEAMPE). Segundo tal relatório:

Determinados aspectos do desenvolvimento industrial do país estão a indicar, [...] ação protetora do Estado em favor da pequena e média indústria nacional [...] o problema [...] [da] concentração de capital em grandes empresas, atuando em diferentes setores, nos quais passam a exercer ponderável e crescente influência, lançando na faixa de marginalidade os pequenos e médios empresários (MANCUSO, p.30 *apud* MELO, 2008, p. 40)

Além do caráter protetivo, linhas de créditos eram criadas com a finalidade de fazer as micro e pequenas empresas uma opção para escoar a produção da grande indústria, enquanto consumidoras:

A criação do CEBRAE é uma consequência de uma série de experiências ocorridas nestes últimos 7 anos, dentro do BNDE. Como sabem, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico foi criado em 1952, com a função específica de promover e ampliar o desenvolvimento da infraestrutura industrial no Brasil. (...) em 1964, chegou-se à conclusão, dentro do Banco, de que as indústrias mecânicas pesadas estavam passando por uma crise de mercado, para a colocação de seus produtos. Não tanto por falta de demanda, mas por falta de financiamento... Qual o mercado da indústria pesada? É a pequena e média empresa. Então, começou o apoio a pequena e média empresa, dentro do BNDE. Este apoio surgiu de um sentimento profundamente egoístico. Simplesmente nós precisávamos criar condições para que aquelas empresas, que já havíamos financiado, pudessem nos pagar (MANCUSO, pp.32- 33 *apud* MELLO, 2008, p. 44).

Uma questão de fundamental importância é a compreensão de que a micro e a pequena empresa eram “medidas” a partir da lógica das grandes empresas, sendo tradadas como elas, mas em escala menor. Dentro desta perspectiva, essas empresas sempre se apresentavam como fragilizadas e despreparadas administrativamente. Desta maneira, justifica-se o atendimento de serviços técnicos para acompanhar as empresas tomadoras de crédito, no sentido de fazê-las arcar com suas obrigações contratuais<sup>59</sup>, ponto de partida para o caráter dos serviços de consultoria oferecidos pelo SEBRAE nos dias de hoje.

Em 1972, o BNDE cria o Centro Brasileiro de Apoio Gerencial às Pequenas e Médias Empresas (CEBRAE), em um contexto onde o governo Médici desenvolve o primeiro Plano Nacional de Desenvolvimento (PND), com objetivos de fortalecer o poder de competição da indústria nacional “equiparando as condições em que opera, em face da empresa Estrangeira” (MANCUSO, p.40 *apud* MELO, 2008, p. 42). A criação do CEBRAE permite, indiretamente, a concessão de crédito dos serviços de consultoria de assistência gerencial. Nesse sentido, tem como principais objetivos:

- Assistência para o crédito (preparação de projetos, assessoria financeira, articulação entre as empresas e os bancos de desenvolvimento, acompanhamento na aplicação de recursos financeiros)
- Assistência técnica (diagnóstico, estudos de localização, layout, contabilidade, assessoria fiscal, etc)
- Treinamento de executivos e de pessoal de nível médio, através da utilização de ensino e convênios com universidades e outras instituições.

O CEBRAE, vinculado ao Estado, atuava com créditos orientados (concessão de crédito e assistência gerencial por meio de consultoria), por meio de outras entidades, nos diferentes estados da federação. Mais tarde, muitas dessas entidades foram incorporadas à estrutura organizacional, por meio dos Centros de Assistência Gerencial (CEAG), que passam a operar

---

<sup>59</sup> Nesse sentido, Cypriano (2004, p. 215) identifica no manual do Centro de Assistência Gerencial da Bahia (CEAG/BA), datado da década de 1970, a orientação dada aos técnicos, no atendimento ao pequeno empresário, diante da reclamação destes acerca de “insuficiência de recursos”. O atendente deveria, segundo o manual, “diagnosticar as causas reais dos problemas gerados, os quais geralmente são decorrentes de manejos incorretos de capital [...] fatores tipicamente identificados como despreparo administrativo-gerencial” e oferecer um programa de treinamento ou uma consultoria mais adequada (ASSISTENCIA, 197-, p. 1 *apud* CYPRIANO, 2004, p. 215).

por programas em nível nacional<sup>60</sup>.

A partir de 1980, o CEBRAE passa a operar linhas de crédito próprias, assim diversos outros programas passam a ser criados, como o PRONAEX, voltado a financiar empresas exportadoras, o PROGERAR (Programa de Geração de Emprego e Renda), o PRONAGRO (Programa Nacional de Apoio à Empresa Rural), o Pronac (Programa Nacional de Serviço à Pequena e Média Empresa), a Bolsa de Negócios, o PATME (Programa de Apoio Tecnológico às Micro e Pequenas Empresas, 1981- 1990), etc.

Ao longo dos anos, o CEBRAE se expande e sua influência aumenta, inclusive no campo político, tendo importante papel na inclusão do artigo 179 da constituição, voltada à micro e pequena empresa. Já no final dos anos 1980, a partir de uma crise tanto no nível federal quanto estadual, o CEBRAE diminui seu quadro de funcionários e alguns CEAGs são fechados. Em 1990, a partir da Lei 8.029 de 12/04/1990, foram extintas diversas autarquias do governo, fundações e empresas públicas e, nesse contexto o CEBRAE se desvincula da administração pública transformando-se em serviço social, com o nome de SEBRAE.

Já como SEBRAE, revê sua atuação, passando a trabalhar “com o empresário” ao invés de trabalhar “para o empresário”, investindo em uma rede de parceiros terceirizados que executem os seus programas. Busca também expandir suas atividades, aumentando a quantidade de clientes atendidos<sup>61</sup>.

O SEBRAE se torna referência, consolidando-se como entidade representativa das micro e pequenas empresas, com cada vez mais influência na política, forte atuação em criação de leis, além de grande reconhecimento junto à população em geral, devido às diversas inserções na mídia chegando, inclusive, a promover debate eleitoral com candidatos à presidência da república em 1994.

Nesse sentido, além das micro e pequenas empresas já existentes, passa a trabalhar com empreendimentos ainda a se formar e, após revisão interna, permite utilizar recursos provenientes de contribuições sem distinção ou preferência de ramo de atividade dos

<sup>60</sup> Como é o caso dos Núcleos de Assistência Industrial (NAI) situada na região nordeste do país, os quais promoviam o crédito e a assistência técnica às pequenas indústrias e contavam com consultores especialistas em pequenas empresas. Os consultores dos NAI foram formados a partir de acordo de cooperação entre o Research Institut for Management Science da Holanda, universidades brasileiras e a United States Agency for International Development (USAID) (MELO, 2008, p. 39).

<sup>61</sup> Nesse sentido, relato de funcionário do SEBRAE afirma que cada ligação feita ao SEBRAE era contabilizada como atendimento prestado, superestimando seus dados (LOPES *apud* MELO, 2008, p. 66)

beneficiários (MELO, 2008, p. 69)

Dentre os diversos programas oferecidos pelo SEBRAE, um em especial merece destaque, tanto por se tratar de seu “carro chefe”, quanto por ditar as diretrizes da grande maioria dos programas, cursos e treinamentos ofertados: o EMPRETEC<sup>62</sup>. Trata-se de um programa global de treinamento comportamental das Nações Unidas (ONU). No Brasil é realizado desde 1993 com exclusividade pelo SEBRAE. 258 mil pessoas de diferentes regiões do país já fizeram este treinamento de custo bastante elevado. Se considerarmos a importância do EMPRETEC enquanto diretriz para diversos outros cursos e treinamentos do SEBRAE a influência moral e normativa (empreendedores morais) desta entidade, em última instância, as diretrizes do EMPRETEC influenciam o pensamento acerca do empreendedorismo no Brasil.

#### 1.2.5.1.1 O EMPRETEC

O EMPRETEC é, em linhas gerais, um programa internacional de treinamento intensivo de características empreendedoras. Teve início no Brasil em 1991, realizado pelo Banco do Estado do Rio Grande do Sul (BANRESUL), passando a ser implementado pelo SEBRAE em 1993, descentralizando-se em cerca de 550 unidades em todo o país. Isso faz com que o Brasil tenha um dos maiores programas do mundo, apresentando uma configuração diferente a de outros países. O Programa é coordenado por um Comitê formado por representantes do SEBRAE, representante do governo (Ministério das Relações Exteriores), da *United Nations Development Program* (UNDP) e pelo coordenador do Empretec Nacional.

Com relação ao programa, segundo indicação do site do SEBRAE:

O Empretec é uma metodologia da Organização das Nações Unidas - ONU, promovida em cerca de 40 países, voltada para o desenvolvimento de características do comportamento empreendedor e para a identificação de novas oportunidades de negócio. [...] este curso é ideal para você, que deseja empreender ou que possui negócio em andamento e também para gestores e líderes de empresas que desejam desenvolver competências empreendedoras. Com o Empretec, você reconhecerá todo o seu potencial empreendedor para melhorar o desempenho empresarial, ter maior segurança na tomada de decisões, ampliarem a visão de oportunidades, dentre outros diferenciais, que aumentam as suas chances de sucesso no mundo dos negócios. (ATITUDE..., 2018).

Hoje em dia, o programa consiste em um seminário de custo elevado, com um total de 60 horas realizadas durante 6 dias de imersão. Nesses dias, são realizadas

---

<sup>62</sup> Melo (2008, p. 99) identificou diversos cursos moldados a partir do conteúdo do EMPRETEC, como o Saber Empreendedor, Aprender a Empreender, além de cartilhas e publicações que frequentemente apresentam as características empreendedoras desenvolvidas no EMPRETEC.

[...] atividades práticas, cientificamente fundamentadas que apontam como um empreendedor de sucesso age, tendo como base 10 características comportamentais. (ATITUDE..., 2018).

Para participar do programa, o candidato precisa ser aprovado em um processo seletivo que “[...] vai avaliar se você está no momento certo, pessoalmente e profissionalmente, para fazer o Empretec. Afinal, esse seminário vai mexer muito com você” (O Empretec..., 2018).

O programa foi originalmente criado em 1988, a partir de uma parceria entre o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (UNDP), com liderança da *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*. Para isso, no ano de 1982 contrataram a *Management System International e a consultoria McBer & CO* esta última, empresa de David McClelland, autor tratado em seção anterior, para investigarem acerca de tipos de comportamentos de empresários de sucesso (neste caso chamado de empreendedores), para que pudesse ser criado um programa de treinamento (MELO, 2008, p. 95; FUNDACIÓN... 2018). Desta parceria, resultaram relatórios como: *Report to United States Agency for International Development* (MANAGEMENT..., 1986) e *Entrepreneurship and Small-Enterprise Development* (McBER & CO, 1986).

David McClelland sumariza os dois relatórios anteriores em fala realizada no terceiro simpósio de criatividade, inovação e empreendedorismo, de 1986, transformado em um *paper* de grande influência chamada “*Characteristics of Sucessful Entrepreneurs*” (1987). Assim como fizemos anteriormente, consideramos importante uma leitura minuciosa da metodologia que originou tão importante e influente treinamento, a qual serve de base para tantos outros treinamentos do SEBRAE e, dado o papel de empreendedor moral que este assume, no limite, influencia o pensamento acerca do empreendedorismo no Brasil. Portanto, as linhas a seguir, referem-se ao referido *paper*.

McClelland critica as características pessoais de empreendedores identificadas até então, tanto por universidades quanto por instituições. Argumentando estarem baseadas em pouca evidência empírica e de terem sido criadas a partir de “autorrelatórios”, ou seja, opiniões de especialistas sobre traços de personalidade que eles consideravam ser responsáveis pelo seu sucesso. Segundo McClelland, este tipo de pesquisa poderia fazer com que os pesquisados nomeassem características que eles próprios desejasse ter. A pesquisa de McBer & Co. identificou nestas pesquisas criticadas, 42 características principais, destacando-se a “confiança, perseverança, energia, diligência, desenvoltura, criatividade, previsão, iniciativa, versatilidade, conhecimento do produto e do mercado, inteligência, percepção” (MELO, 2008,

p. 95; FUNDACIÓN... 2018).

Apesar da crítica inicial, a pesquisa da McBer & Co. (1986) buscou validar essas características, verificando se realmente se tratam de características de empreendedores de sucesso. O empreendedor, nesse caso é aquele que “[...] tem uma performance melhor em tarefas desafiadoras (não rotineira ou muito arriscada), precisa ter responsabilidade pessoal para resultados e prestar muita atenção em feedbacks quantitativos nas performances de negócios” (MELO, 2008, p. 221; FUNDACIÓN... 2018; MCCLELLAND, 1967).

Com relação à metodologia utilizada, a pesquisa foi realizada em três países em desenvolvimento: Índia, Malawi e Equador. Sempre muito inventivo em suas propostas metodológicas, selecionou-se empreendedores de sucesso a partir da consulta a moradores de cada localidade, pedindo para que nomeassem “os empreendedores de maior sucesso que conheciam”. A partir desta consulta, os consultores selecionaram, em cada país, doze empreendedores no espectro de maior sucesso, ou seja, àqueles que foram “nomeados como sendo empreendedores de sucesso” e, como grupo de controle, selecionaram 12 que não foram “mencionados como empreendedores de sucesso”. Selecionaram, por fim, sujeitos que atuam em três setores: o produtivo, o de serviço e o de marketing/comercial.

É importante notar que a metodologia considera empreendedores de sucesso, através de um critério completamente subjetivo. Fica a pergunta, se, no grupo de “empreendedores medianos” -uma vez que fazem parte desse grupo apenas por não terem sido “mencionados como empreendedores de sucesso”-, não haveriam empreendedores no espectro, por eles definido, como “de sucesso”. Outro ponto a comentar sobre essa etapa da metodologia é o fato de se ter ignorado, como grupo de controle, àqueles considerados “não empreendedores”.

Com relação ao “empreendedor de sucesso”, a única definição realizada no *paper* é que:

Em comparação com os empreendedores medianos, aqueles nomeados como mais bem-sucedidos mostraram um ganho percentual significativamente maior nos lucros e um aumento percentual maior nas vendas nos últimos três anos. Os empreendedores bem-sucedidos também operaram em mais locais de negócios (MELLO, 2008, p. 224; FUNDACIÓN, 2018).

A partir desta seleção, utilizaram como metodologia a chamada *Behavioral Event Interview* (BEI) ou Entrevista de Evento Comportamental (EEC), em tradução livre, no qual solicita-se aos sujeitos para que se recordem e descrevam com o máximo de detalhes, eventos que foram bons e eventos que foram ruins para os seus negócios; como esses eventos se

iniciaram; o que eles pensaram a respeito; quem mais estava envolvido e o que fizeram ou o que outros fizeram para contornar a situação.

A partir da transcrição das falas, identificaram e compararam as competências descritas pelos dois grupos. Logo após eliminar competências incapazes de distinguir o empreendedor “superior” do “mediano”, chegaram a uma lista de vinte competências que consideravam “ser objetivas” o suficiente para que duas pessoas distintas, utilizando o mesmo protocolo, pudessem identificar, aleatoriamente, os empreendedores de sucesso.

Das vinte competências identificadas nos “empreendedores de sucesso” de três países e três setores distintos, algumas foram eliminadas após análises por apresentar características que se sobreponham sobrando, por fim, nove competências, categorizadas em três grupos: proatividade, orientação de realização e compromisso com os outros (Quadro 7). A validação das características selecionadas se deu, posteriormente, através da comparação com o modelo n-Ach descrito em seção anterior.

*Quadro 7 - Competências características à empreendedores bem-sucedidos segundo McBer & Co.*

<b>PROATIVIDADE</b>	
1. Iniciativa	Faz coisas antes de ser pedido ou forçado por eventos
2. Assertividade	Confronta os problemas com os outros diretamente. Diz aos outros o que eles têm que fazer.
<b>ORIENTAÇÃO DE REALIZAÇÃO</b>	
3.Vê e age em oportunidades	Aproveita oportunidades incomuns para iniciar um novo negócio, obter financiamento, terra, espaço de trabalho ou assistência.
4.Orientação de eficiência	Procura ou encontra maneiras de fazer as coisas mais rapidamente ou a um custo menor
5.Preocupação com a alta qualidade do trabalho	Afirma o desejo de produzir ou vender um produto ou serviço de qualidade superior.
6.Planejamento Sistemático	Quebra uma grande tarefa em sub-tarefas ou sub-objetivos, antecipa obstáculos e avalia alternativas
7.Monitoramento	Desenvolve ou usa procedimentos para garantir que o trabalho seja concluído ou que o trabalho atenda aos padrões de qualidade
<b>COMPROMISSO COM OUTROS</b>	
8.Compromisso com contrato de trabalho	Faz sacrifício pessoal ou gasta um esforço extraordinário para concluir um trabalho, trabalha com outros ou faz o trabalho de outros para garantir a conclusão de um trabalho
9.Reconhecer a importância das relações comerciais	Ato para construir relacionamento ou relacionamentos amigáveis com os clientes. Vê as relações interpessoais como um recurso fundamental para os negócios, coloca a boa vontade em longo prazo sobre o ganho de curto prazo

Fonte: Adaptado de McClelland, 1987, p. 225, tradução livre do autor.

O autor aponta que, apesar de as competências apresentadas acima parecerem óbvias a um empreendedor de sucesso, outras competências que também soariam óbvias, não seriam

determinantes para diferenciar um empreendedor de sucesso de um empreendedor mediano (lembrando que utilizaram apenas estes dois grupos em sua pesquisa), como organizado no Quadro 8.

*Quadro 8 - Competências que não seriam determinantes para diferenciar um empreendedor de sucesso de um empreendedor mediano*

1. Autoconfiança	Expressa confiança em sua própria capacidade de concluir uma tarefa ou enfrentar um desafio
2. Persistência	Toma ações repetidas ou diferentes para superar um obstáculo
3. Persuasão	Convence alguém a comprar um produto ou serviço ou a fornecer financiamento. Afirma competência própria, confiabilidade ou outras qualidades pessoais ou da empresa
4. Uso de estratégias de influência	Atua para desenvolver contatos de negócios, utiliza pessoas influentes como agentes para realizar seus próprios objetivos
5. Expertise	Teve experiência na mesma área de negócios, tinha habilidade em finanças, contabilidade, produção, vendas antes de iniciar negócios
6. Busca de informações	Pesquisa pessoal sobre como fornecer um produto ou serviço, consulta à especialistas para aconselhamento comercial ou técnico

Fonte: Adaptado de McClelland, 1987, p. 225, tradução livre do autor.

McClelland argumenta ter encontrado o “coração” das competências de empreendedores de sucesso comum a diferentes países e tipos de negócios. Na realidade, o autor dá indícios de que encontrou no **comportamento empreendedor** a principal, **se não a única variável relativa ao sucesso** deste, uma vez que descarta a influência de “variáveis externas” ao sucesso de um negócio. Em outras palavras, McClelland descarta questões históricas, econômicas, sociais, etc. ao generalizar os resultados obtidos. É importante ressaltar, porém que o autor considera como variáveis externas apenas (McClelland, 1987):

- (a) Número de empregos anteriores;
- (b) Número de empresas anteriormente iniciadas;
- (c) Número de outros membros da família que possuem empresas (relacionado ao acesso ao capital);
- (d) Número de horas trabalhadas por semana;
- (e) Nível mais alto de educação;
- (f) Ocupação do pai, ocupação da mãe;
- (g) Se as horas trabalhadas agora são menores, a mesma ou mais do que antes de se tornar um empreendedor;

Portanto, McClelland (1987) conclui que: “Essas descobertas sugerem fortemente que não é a posição de uma pessoa na vida, ou a vantagem inicial que ela possui que contribui mais para o sucesso nos negócios, mas, sim, certas características ou competências de personalidade”

(McCLELLAND, 1987, p. 229).

A leitura do artigo em questão se mostrou interessado, pois, se em um primeiro momento a empresa de McClelland foi contratada para subsidiar a criação de um programa de treinamentos e McClelland mostra-se contente com os resultados obtidos, com a simplicidade de seu modelo composto por três componentes - proatividade, orientação à realização e comprometimento com outros – além do baixo custo para aplicação, em um segundo momento, McClelland vê outras possibilidades para seus achados.

Essas possibilidades se dariam no sentido de “selecionar” potenciais empreendedores de sucesso. McClelland acredita ter dado o primeiro passo no sentido de “desenvolver um método para identificar antecipadamente pessoas que possuem as competências necessárias [para o sucesso]” (McCLELLAND, 1987, p. 232). Nesse sentido, sugere que, a partir de uma “nota de corte”, seria possível identificar e “selecionar” grupos com maior probabilidade de sucesso, podendo-lhes ser oferecidos treinamentos ou financiamentos específicos (McCLELLAND, 1987, p. 231-232).

Vimos em seção anterior, a importância dada por McClelland ao sujeito com um alto n-Ach (associando-o ao empreendedor) para o desenvolvimento econômico. Nesse sentido, a partir do estudo que apresentamos aqui, o autor é enfático: “Nós sabemos o que fazer para prover o desenvolvimento econômico. Então vamos fazê-lo”. Advoga, portanto, para que recursos financeiros não sejam dados às pessoas que não tenham as características comportamentais identificadas aqui, pois: “Tivemos ampla experiência em fornecer dinheiro e outros recursos para pessoas sem a motivação ou outras competências necessárias para usá-las efetivamente - com resultados desastrosos”. Em sua opinião, os recursos deveriam ir para os selecionados, a “massa crítica de empreendedores competentes e altamente motivados que, por sua própria iniciativa, desenvolvem uma área economicamente” e que irão utilizar os recursos com mais eficiência: “Há poucas maneiras melhores ou mais seguras de aumentar a taxa de crescimento econômico” (McCLELLAND, 1987, p. 232).

É de suma relevância notar que McClelland, ao escrever o *paper* que aqui citamos, ainda não sabia se era possível treinar as competências identificadas, no sentido de facilitar o sucesso do empreendedor, tampouco se era possível desenvolver essas competências àqueles que não as possuem (McCLELLAND, 1987, p. 231), ou seja, naquele momento a pesquisa tem validade apenas enquanto **seleção** de prováveis empreendedores de sucesso. Ainda nesse sentido, uma

vez que os empreendedores “representam um seguimento muito pequeno da população [...]” (McCLELLAND, 1987, p. 231), a aplicação sugerida poderia criar, imediatamente, um universo de pessoas excluídas de programas de financiamento e treinamentos específicos a partir do critério de uma pesquisa comportamental. Quais ações seriam legitimadas, em um segundo momento, a partir destes critérios?

Mais uma vez não estamos em posição de analisar a metodologia utilizada, mas nos parece bastante suscetível à propagação de erro, pelo número de variáveis envolvidas: “se” o critério subjetivo para seleção dos empreendedores de sucesso for adequado, “se” a amostra de sujeitos for suficiente para contemplar todo o comportamento humano, “se” o método de comparação de histórias for válido, “se” a falta de um grupo de controle de “não empreendedores” não alterar os resultados, “se” o n-Ach, criado pelo mesmo autor for válido, “se” for possível desconsiderar todo o contexto social, histórico e econômico, etc.

O fato é que, a partir desse estudo, a mexicana Marina Fanning desenvolveu um programa resultando em um seminário de treinamento baseado nas características do comportamento empreendedor (CCE) (McCLELLAND, 1986, p. 225).

Atualmente, o treinamento ocorre durante seis dias, onde são treinadas as dez CCE, categorizadas em três grupos, como mostra o *Quadro 9*.

*Quadro 9 - Características do Comportamento Empreendedor desenvolvidas no Empretec*

<b>I. CONJUNTO DE REALIZAÇÃO</b>	
a. Busca de oportunidade e iniciativa	Desenvolve a capacidade de se antecipar aos fatos e de criar oportunidades de negócios com novos produtos e serviços. Um empreendedor com essas características bem trabalhadas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Age com proatividade, antecipando-se às situações.</li> <li>• Busca a possibilidade de expandir seus negócios</li> <li>• Aproveita oportunidades incomuns para progredir</li> </ul>
b. Persistência	Desenvolve a habilidade de enfrentar obstáculos para alcançar o sucesso. A pessoa com essas características: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Não desiste diante de obstáculos</li> <li>• Reavalia e insiste ou muda seus planos para superar objetivos</li> <li>• Esforça-se além da média para atingir seus objetivos</li> </ul>
c. Correr riscos calculados	Envolve a disposição de assumir desafios e responder por eles. O empreendedor com esta característica: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Procura e avalia alternativas para tomar decisões</li> <li>• Busca reduzir as chances de erro</li> <li>• Aceita desafios moderados, com boas chances de sucesso.</li> </ul>

<b>I. CONJUNTO DE REALIZAÇÃO</b>	
d. Exigência de qualidade e eficiência	Relaciona-se com a disposição e a inclinação para fazer sempre mais e melhor. Um empreendedor com essa característica: <ul style="list-style-type: none"><li>• Melhora continuamente seu negócio ou seus produtos</li><li>• Satisfaz e excede as expectativas dos clientes</li><li>• Cria procedimentos para cumprir prazos e padrões de qualidade</li></ul>
e. Comprometimento	Característica que envolve sacrifício pessoal, colaboração com os funcionários e esmero com os clientes. O empreendedor: <ul style="list-style-type: none"><li>• Traz para si mesmo as responsabilidades sobre sucesso e fracasso</li><li>• Atua em conjunto com a sua equipe para atingir os resultados</li><li>• Coloca o relacionamento com os clientes acima das necessidades de curto prazo.</li></ul>
<b>II. Conjunto de Planejamento</b>	
a. Busca de informações	Característica que envolve a atualização constante de dados e informações sobre clientes, fornecedores, concorrentes e sobre o próprio negócio. O empreendedor: <ul style="list-style-type: none"><li>• Envolve-se pessoalmente na avaliação do seu mercado</li><li>• Investiga sempre como oferecer novos produtos e serviços</li><li>• Busca a orientação de especialistas para decidir</li></ul>
b. Estabelecimento de metas	Compreende saber estabelecer objetivos que sejam claros para a empresa, tanto em longo como em curto prazo. Assim, o empreendedor: <ul style="list-style-type: none"><li>• Persegue objetivos desafiantes e importantes para si mesmo</li><li>• Tem clara visão de longo prazo</li><li>• Cria objetivos mensuráveis, com indicadores de resultado</li></ul>
c. Planejamento e monitoramento sistemático	Desenvolve a organização de tarefas de maneira objetiva, com prazos definidos, a fim de que possam ter os resultados medidos e avaliados. O empreendedor com essa característica bem trabalhada: <ul style="list-style-type: none"><li>• Enfrenta grandes desafios, agindo por etapas</li><li>• Ajusta rapidamente seus planos às mudanças e variáveis de mercado</li><li>• Acompanha os indicadores financeiros e os leva em consideração no momento de tomada de decisão.</li></ul>
<b>III. CONJUNTO DE PODER</b>	
a. Persuasão e rede de contatos	Engloba o uso de estratégia para influenciar e persuadir pessoas e se relacionar com pessoas chaves que possam ajudar a atingir os objetivos do seu negócio. Dessa forma, o empreendedor: <ul style="list-style-type: none"><li>• Cria estratégias para conseguir apoio para seus projetos</li><li>• Obtém apoio de pessoas chave para seus objetivos</li><li>• Desenvolve redes de contatos e constrói bons relacionamentos comerciais</li></ul>
b. Independência e autoconfiança	Desenvolve a autonomia para agir e manter sempre a confiança no sucesso. Um empreendedor que possui essa característica: <ul style="list-style-type: none"><li>• Confia em suas próprias opiniões mais do que nas dos outros</li><li>• É otimista e determinado, mesmo diante da oposição.</li><li>• Transmite confiança na sua própria capacidade.</li></ul>

Fonte: Conheça... 2018

Como se pode observar, as características comportamentais utilizadas pelo Empretec contemplam tanto as características que diferenciam o empreendedor de sucesso do empreendedor mediano, quanto as características citadas como óbvias pelo autor, por parecerem identificar um empreendedor de sucesso, mas que na realidade não são capazes de diferenciá-lo do empreendedor mediano. Não sabemos se a inclusão se deu através de mais pesquisas, ou simplesmente pelo fato de parecerem óbvias ao conhecimento popular, ou seja, por uma opção não científica.

Por fim, procuramos mostrar as bases que subsidiaram a criação do Empretec, “um dos melhores cursos de empreendedorismo do mundo” (ATITUDE, 2018), assim como o campo de possibilidades e perigos que a metodologia desenvolvida abre a partir de algumas indicações controversas de McClelland.

Cabe ressaltar que, caso haja acordo com a metodologia aplicada, os resultados da pesquisa indicam apenas: a) características valoradas como positivas e presentes nos empreendedores de sucesso e não presentes no empreendedor mediano, assim como b) características valoradas como positivas presentes nos dois grupos, mas que não poderiam diferenciá-los. Apesar de um ótimo ponto de partida para entusiastas das teorias comportamentalistas, os resultados da pesquisa não apresentam, necessariamente, as características comportamentais que levam um sujeito a ser um empreendedor de sucesso<sup>63</sup>.

O fato é que o Empretec é um programa de sucesso oferecido no Brasil pelo SEBRAE e as características comportamentais focadas no programa influenciam diversos de seus programas e ajudam a caracterizam a compreensão do empreendedorismo pela entidade. Dada a importância do SEBRAE, em influenciar políticas e a opinião pública (através da mídia e de seus programas), poderíamos dizer que as características comportamentais do Empretec influenciam todo o imaginário da população brasileira acerca do empreendedorismo.

---

<sup>63</sup> Ver exemplos lógicos em seção dedicada à McClelland

## 2 SÃO JOSÉ DOS CAMPOS E DAS VOCações

### 2.1 VOCações COMO VOCAÇÃO

A história da cidade de São José dos Campos SP, vem recebendo importantes contribuições nos últimos anos, com destaque à série de sete livros temáticos sobre a cidade: “São José dos Campos, história e cidade”, coordenado por Maria Aparecida Papali e Valéria Zanetti.

Também é de grande importância o Núcleo de Pesquisa Pró-Memória, convênio firmado no ano de 2004 entre a Câmara Municipal de São José dos Campos, a Fundação Cultural Cassiano Ricardo (FCCR) e a Fundação Valeparaibana de Ensino (FVE) - mantenedora da Universidade do Vale do Paraíba (Univap)-, que visa a divulgação do acervo arquivístico e iconográfico do município.

Uma vez que o foco desta pesquisa está em um recorte temporal entre os anos 1990 e 2010, não é interesse desta seção recontar a história da cidade. Queremos destacar, porém, que desde a virada do século XX, as distintas governanças locais procuraram promover (ou criar) características únicas da cidade, a fim de obter vantagens econômicas destas “marcas distintivas”. Promover (ou criar) “vocações” para a cidade, porém, não é tarefa fácil. É necessário, sobretudo, aumentar o quociente de capital simbólico coletivo da cidade em torno de determinadas características. Há, portanto, uma escolha intencional de características, tradições, discursos e de que tipo de população que deve fazer parte deste projeto de cidade.

Neste sentido, a primeira metade do século XX, a governança local procurou aumentar o capital simbólico coletivo em torno das benesses do ar da cidade para o tratamento da tuberculose, movimentando a economia da cidade a partir do tratamento da doença, na chamada fase sanatorial (ALMEIDA, 2008). Com o advento da penicilina, com o tratamento da tuberculose passando a ser ambulatorial, em um segundo momento, tendo a implantação do Centro Técnico de Aeronáutica (CTA) - hoje Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial (DCTA), pretendendo-se consolidar como cidade industrial, a governança local busca apagar a fase sanatorial ao mesmo tempo, em que divulga massivamente a “Cidade Eldorado”, como polo tecnológico aeroespacial (aproximadamente 1950 a 1990).

Já a partir da década de 1990, o capital simbólico coletivo em torno da cidade industrial,

ancorada no setor aeroespacial é abalado. A virada da década de 1980/1990 é marcada por uma intensa crise econômica no país. A reestruturação produtiva, sentida principalmente no setor bélico e aeronáutico da cidade, resulta em um alto número de demissões do setor industrial, inclusive da EMBRAER S/A, que tem em seus aviões um dos principais símbolos da cidade industrial “polo tecnológico aeroespacial”. Tem início o esforço para criar e divulgar uma “cidade empreendedora”.

### **2.1.1 A “vocação” Sanatorial (primeira metade do século XX)**

Diferentemente de outros polos econômicos Paulistas, São José dos Campos não deve seu desenvolvimento à economia cafeeira. Ao contrário, terra de pequenos e médios proprietários, a cidade apresentava tímida produção de café correspondendo a 2,16% e 12,79% da produção do Vale do Paraíba, Serra do Mar e Litoral Norte em 1854 e 1886 respectivamente (CARDOSO, 1977, p. 1). Conforme aponta Lessa (2008, p. 123): “não houve uma continuidade, nem uma acumulação de capital local oriundo do café [...]. A produção de algodão, por sua vez, que teve seu auge na década de 1860, declinou drasticamente entre 1920 e 1935 (PDDI-2006, p. 21; CARDOSO, 1977, p. 3).

De fato, até meados da década de 1930, a economia do município passou por constantes crises, com a necessidade, inclusive, de arrendamentos de terras para captação de receitas. O apoio financeiro estadual e federal, já não se faziam suficientes para saldar a dívida que se acumulava, tendo a situação agravada com o colapso da produção de café e algodão (ZANETTI et. al, 2010, p. 720).

Como assinala Cardoso (CARDOSO, 1977, p.3), apesar destes fatos, São José dos Campos apresentou constante aumento populacional na cidade. Preocupado sobretudo em assinalar o crescimento populacional diferenciado da cidade a partir da década de 1950 e 1960, com a rápida industrialização da cidade, Cardoso indica que o crescimento populacional da cidade do início do século XX até a década de 1930 deveu-se aos momentos favoráveis da produção agropecuária do Vale, sua posição geográfica com seus entroncamentos de comunicação (estradas, ferrovias etc.) e sua condição enquanto estância climática.

*Tabela 6 - População do Vale do Paraíba paulista: números absolutos e crescimento demográfico*

Municípios	1854	1886	1920	1935	Crescimento demográfico (% a.a.)
Arcias	11.663	25.661	22.147	23.635	0,63
Bananal	-	17.654	11.507	12.932	-0,75
Guaratinguetá	13.714	25.632	43.101	38.939	0,80
Jacareí	9.861	16.565	25.363	31.300	0,85
S. J. Campos	6.935	17.906	30.681	31.606	0,96
Taubaté	22.307	40.624	85.433	68.040	0,83
Outros munic.	41.249	87.522	131.361	136.114	0,86
Total	137.941	314.675	477.071	467.221	0,87

Fonte: Construído a partir de Milliet, 1946, p. 37 *apud*

Valeria Zanetti (2008; 2010) se debruça sobre este período – aproximadamente a primeira metade do século XX – mostrando que o referido crescimento se deu, majoritariamente, pela “migração tuberculosa” ocorrida no começo do século<sup>64</sup>, período por ela chamado de “fase sanatorial”.

Conforme demonstra Zanetti (ALMEIDA, 2008), os supostos bons ares da cidade para o tratamento da tuberculose já eram conhecidos nacionalmente no final do século XIX, fazendo com que a Câmara Municipal discutisse formas de divulgar e intensificar o número de doentes na cidade, estes, provenientes das mais diversas classes sociais. Nesse sentido, destacam-se os almanaque<sup>65</sup> publicados em 1905 e 1922:

Essas publicações eram recheadas de anúncios de farmácias; de pensões; de clínicas pulmonares; de compostos que prometiam acabar milagrosamente com o bacilo de Koch; de anúncios de médicos especialistas na doença que dizimava sem piedade a indefesa população; do aclamado clima adequado para tratamento dos doentes do peito; da localização aprazível da cidade, intermediada pela Serra da Mantiqueira; da “adequada infraestrutura”, própria da dinâmica de uma cidade moderna etc. **O almanaque anunciava, em suas páginas, a representação de uma cidade ideal para o tratamento do grande mal – cidade que ainda não existia** (ZANETTI et al., 2010, p. 722, grifos do autor)

<sup>64</sup> A partir de sua tese de doutorado a autora produziu diversos artigos com elementos que orbitam o tema principal de sua pesquisa, fornecendo pontualmente dados sobre o período sanatorial. Recorreremos, sempre que possível, à esta tese e ao artigo “O Boletim Médico: prescrição dos tisiólogos para a cura da cidade de São José dos Campos (1930-1935)” de Zanetti et al. (2010).

<sup>65</sup> Segundo Maria Coleta Oliveira, os almanaque “[...] propunham informar sobre as características da vida social e econômica das localidades registrando, muitas vezes, com indisfarçável tom ufanista, o cotidiano das cidades do interior paulista” (MEYER, 2001, p. 23).

Como aponta o trecho acima, as qualidades anunciadas não correspondiam com a realidade. O fato de Napoleão Monteiro, idealizador do almanaque, receber financiamento da “Comissão de Finanças e Justiça” da cidade (ALMEIDA, 2008), pode explicar o teor da publicação.

A busca pelo tratamento da tuberculose, seja pela necessidade de escoamento dos doentes da capital paulista (VIEIRA et al., 2009, p. 160), ou pela divulgação da cidade realizada por médicos tisiologistas que se trataram da doença na cidade<sup>66</sup>, de fato, movimentou a economia da cidade, que chegou a contar com 11 sanatórios<sup>67</sup>, com destaque ao Vicentina Aranha, inaugurado em 1924, maior sanatório da América Latina (SILVA, 2009, p. 46).

A cidade mudou: casas populares insalubres se transformavam em pensões para tratamento de tuberculose; isentou-se, a partir de projeto de lei, de impostos estabelecimentos funerários que se instalassem na cidade; mais tarde a Santa Casa de Misericórdia monopolizou o “comercio da morte”, executando ou terceirizando fabricação de caixões, artigos funerários e transporte de mortos; ampliou-se o tamanho do cemitério da cidade e instalou-se na cidade fábrica de mosaicos, produtos cerâmicos e túmulos de mármore (ZANETTI et al., 2010, p. 725-726).

Ao funcionarem, os sanatóriosatraíam doentes, que traziam capital financeiro para a cidade, geravam empregos e estimulavam o comércio da alimentação, dos artigos de higiene pessoal, de roupas, de farmácias, de transporte, etc., além disso, animavam os espaços de lazer e turismo com as festas, os bailes, o cinema, dentre outras atividades culturais (QUADRO et. al, 2010, p. 264-265).

Tamanha a importância dos doentes e seus familiares para a economia da cidade que o prefeito sanitário e médico tisiologista Jorge Rui Dória diz “não precisamos de máquinas. Isso é para Taubaté e Jacareí. Precisamos é de doentes.... Essa é a nossa indústria” (BONDESAN, 1996, p.31).

A procura pelo tratamento da tuberculose fez com que em 1932, a cidade fosse dividida em três zonas de uso: a comercial, a sanatorial e a residencial. No ano seguinte, incluiu-se a zona industrial.

<sup>66</sup> Credita-se ao médico tisiólogo Mario Nunes Galvão, que buscou a cidade para se tratar da tuberculose e após cura tornou-se referência no tratamento na cidade, grande importância na procura pela cidade de outros doentes (BONDESAN, 1996 apud BELCUFINÉ, 2010, p. 42)

<sup>67</sup> Havia sanatórios públicos, privados e “mistas”

Encabeçada pelos médicos tisiologistas da cidade, sob o ideário de modernidade civilizatória, a ideia de deixar para trás o “atraso colonial” e implantar um “ethos capitalista”, além da possibilidade de superar as constantes crises econômicas da cidade, buscou-se consolidar a cidade como Estância Climática, almejando os recursos provenientes do Fundo de Melhorias das Estâncias (FUMEST), destinados às cidades sob estas condições, mesmo que esta acarretasse a perda da escolha de prefeitos, uma vez que esse passaria a ser indicado pelo governo estadual (ZANETTI et al., 2010; ALMEIDA, 2008).

Se por um lado a procura da cidade já movimentava a economia local, a condição de Estância Climática e Hidromineral consolidaria a chamada “fase sanatorial”.

*Figura 4 - Placa de identificação do município durante Estância Climática Hidromineral*



Fonte: Arquivo público do município, extraído de Almeida (2008)

Zanetti et. al (2010, p. 726) aponta, porém, dois obstáculos centrais a serem superados para o sucesso deste projeto de cidade: Criar consenso nos residentes em torno desta ideia que, em última instância, resultaria em um convívio diário com doentes tuberculosos e; dissimular as reais condições urbanas, que poderiam inviabilizar o pleito feito ao Estado. Se é fácil imaginar o porquê do primeiro ponto destacado pela autora, o segundo merece algumas considerações.

A primeira consideração é com relação à infraestrutura. O relatório realizado no ano de 1930 mostrava que São José dos Campos não tinha estrutura sanitária para ser considerada centro de referência e tratamento da tuberculose:

São José dos Campos, sob o ponto de vista sanitário, não pode ser equiparado a uma cidade comum. Estância Climática, onde as condições ordinárias de um centro populoso se complicam com as suas condições peculiares de hospedeira de tuberculose em busca de alívio, **devia ter um aparelhamento sanitário em proporção com as suas necessidades.** Cidade com uma população de 30.000 habitantes, em cujo seio uma massa de mais de meio milheiro de tuberculosos se concentra em várias dezenas de casas de pensão, não dispõe, para todo o serviço de higiene urbana, de mais do que – um inspector, um guarda e dois ou três ‘mata-mosquitos’... Os quais, como se demasiados fossem, têm de multiplicar-se ainda para socorrer à vigilância de vários outros municípios e distritos. **É de convir que é pouco... é muito pouco mesmo....** Essa escassez de pessoal é uma atenuante para certas irregularidades que se observam no tocante à vila sanitária da cidade, e mais uma vez vem comprovar a nossa afirmação de que São José dos Campos – inegavelmente fadado a um grande futuro, dada sua condição de Canaã dos tuberculosos – é uma cidade não apenas descurada, como abandonada pelos poderes públicos (Amaral, 1930, p.129; *apud*. ZANETTI et. al, 2010, grifos do autor)

Com relação à pretensão de Estância “Climática”, o “bom ar” da cidade era outra questão polemica. Se avanços da ciência questionavam o poder terapêutico dos ares (climatologia e climaterapia), em São José dos Campos o discurso das benesses do clima eram reforçados pelos tisiologistas, que refutavam “o absurdo de tais doutrinas” relacionadas aos argumentos científicos que colocavam os benefícios climáticos sob suspeita (BOLETIM MÉDICO, Out. 1933, p.2), argumentando que deveria ser considerado a experiência clínica de climas já experimentados e com resultados evidentes (*idem*). Reforçando a ideia dos bons ares da cidade, no ano de 1926, é criado o brasão da cidade, com os dizeres “generosos são os meus ares e a minha terra”

*Figura 5 - Brasão da cidade de São José dos Campos*



Fonte: PMSJC

Por fim, com relação à Estância “Hidromineral”, avaliação realizada em 1933 mostrava que a água consumida em São José dos Campos, proveniente do bairro Santa Cruz da Boa Vista, era de má qualidade, com alto grau de contaminação – 10.000 colis por 100 centímetros cúbicos, além da pequena vazão e constante interrompimento devido à desabamento dos morros (ALMEIDA, 2008, p. 69).

Com relação aos pontos acima destacados, sumariza Zanetti et. al (2010, p. 732): Aponta que, “se a estância climatérica era um engodo, a estância hidromineral era uma verdadeira blasfêmia, na opinião de muitos moradores”.

Em outras palavras, receber o título de Estância Climática exigiria, portanto, um grande esforço da governança local em aumentar o quociente de Capital Simbólico Coletivo em torno da cidade sanatorial. Destacando nesse sentido os médicos tisiologistas da cidade, tinham como aliado o periódico “Boletim Médico”. Como identifica Zanetti et. al (2010), o Boletim Médico foi uma publicação bimestral que circulou entre 1932 e 1936:

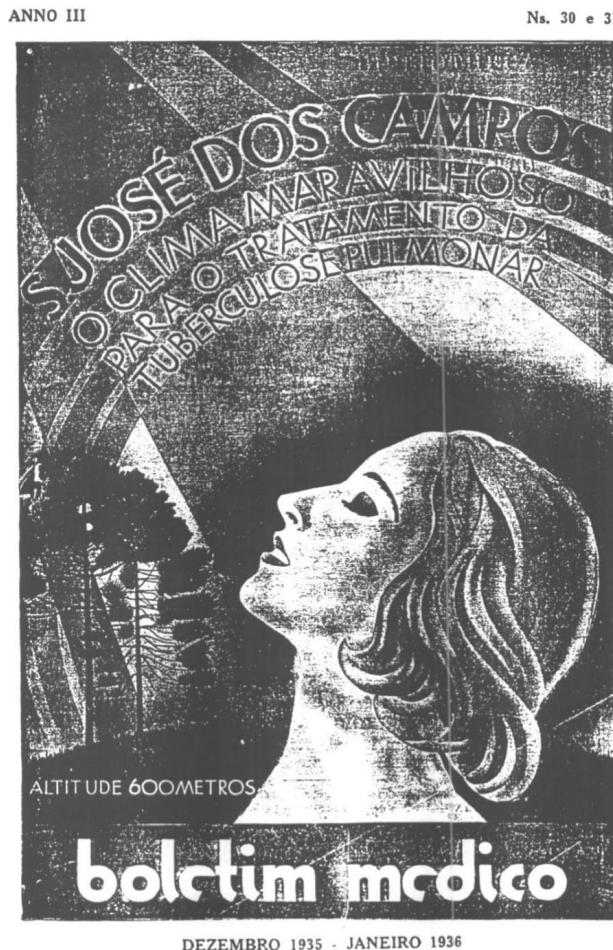
O periódico é importante fonte histórica, esclarecedora sobre a posição dos diferentes grupos médicos e políticos com relação a pleiteada condição, para a cidade, de centro de tratamento da tuberculose. Serviu de instrumento de propaganda para reforçar os benefícios do clima (Boletim Médico, 1933, p.3), as “excelentes condições sanitárias e higiênicas”, bem como propagou a “infraestrutura apropriada para atender, sem receio, os portadores da moléstia” (idem, p.3) (ZANETTI et al., 2010, p. 723)

O esforço em fazer da cidade estância pode ser identificado na capa da edição de 1933 (Boletim Médico, 1993): “com a colaboração de todos os especialistas da estação climatérica”,

mesmo a cidade ainda não tendo esta denominação: “O período curto de circulação do Boletim pode ser explicado pelo propósito que parece tê-lo gerado: Consolidar, divulgar e legitimar um saber especializado que propagaria a condição de São José dos Campos, como estância climatérica e hidromineral (*idem*, p. 723).

As propagandas contidas no periódico são um indicativo dos setores envolvidos no “negócio da doença”: Farmácias, estabelecimentos comerciais (açougués, casas bancárias, armazéns, lavanderias), hotéis, clínicas de tratamento, pensões, imobiliárias, casas de construção, entre outros (*idem*).

*Figura 6 - Capa da edição de maio de 1933: São José dos Campos: O Clima maravilhoso para o tratamento da tuberculose pulmonar*



Fonte: Boletim Médico, 1936

Apesar do esforço dos médicos, nem todos estiveram de acordo com a “cidade sanatorial”. Neste sentido, Almeida (2008, p. 147) aponta que houveram indícios da exclusão dos doentes. Alguns estabelecimentos comerciais se negam a atender doentes de “moléstias contagiosas”. O jornal Correio Joseense, por exemplo, dedica diversas matérias para criticar a opção da cidade de acolher doentes para o tratamento da cidade, colocando aqueles que buscavam a cidade como suspeitos de serem portadores da tuberculose e denunciando ações que eram mal vistas acerca dos doentes na cidade, como cuspir no chão (idem, p. 152). Estabeleceu-se, também, formas de identificar os doentes, como afirma Ângela Savastano<sup>68</sup>, em depoimento a Vianna:

A gente quando era mocinha a mãe já dizia, se tem orelha assim, se tem buraco em tal lugar, se andar com a calça de pijama aparecendo, não pode namorar porque é ‘TP’ (Tuberculoso Pulmonar), não falava a palavra tuberculoso, era

<sup>68</sup> Ângela Savastano chegou à cidade em 1945, por causa da doença de um tio (VIANNA, 2010, p. 57)

‘TP’, todo mundo era ‘TP’. (SAVASTANO, 2003 *apud* VIANNA, 2010, p. 56)

A prática de cobrir o nariz com um lenço, em contato com Joseenses também se mostrava comum, principalmente na estação de trem:

se alguém sentasse ao lado e tomasse conhecimento da origem e destino joseense, imediatamente parava a conversa, abria a janela e virava de lado, para não receber a respiração do indivíduo. Lenço no nariz era frequente e geral, do início ao fim do município (Toledo, 1995, p. 84 *apud* ZANETTI et al, 2010, p. 119).

Reforçando a importância dos médicos para criar/aumentar esse “novo” capital simbólico coletivo, afirma Zanetti et al. (2010, p. 731): “Não se pode negar que essas conquistas se devem, sobretudo, à atuação dos médicos locais – muitos deles idealistas, convictos das suas pesquisas científicas; outros, muito mais envolvidos com a rentabilidade do negócio.”

Com relação aos médicos locais, muitos destes foram se tratar na cidade e por lá permaneceram, assumindo, em sua grande maioria, posições de destaque político na cidade, como pode ser visto no quadro de Silva (2009, p. 49) reproduzido parcialmente abaixo:

*Quadro 10 - Médicos influentes em São José dos Campos na primeira metade do sec. XX*

MÉDICOS	DOENTE	TRICHOLOGISTA	PREFEITO	ANO	VEREADOR	ANO
Mario Galvão	x	X			x	1922-1913
Joaquim Reis Junior		X			x	1930-1931
Ruy Rodrigues Dória		X	x	1930-1931	x	1936-1937
Nelson D'Ávila	x	X			x	1917-1930 1936-1937
Ivan de Souza Lopes		X			x	1936-1937
Rodolfo S. Mascarenhas	x	X	x	1933-1934		
José Rozemberg		X				
João Batista Soares		X			x	1948-1950 1951-1055
Pedro P. Mascarenhas			x	1942-1947		
Otávio Del Nero			x	1947		
Ayres Vianna		X				
Jorge Zarur	x	X	x	1947-1950	x	
Carlino Rossi		X			x	1950
Othon Mercadante			x	1947-1950	x	1956
Décio Lemes		X				
Orlando Campos		X	x	1954-1955		
Donato Mascarenhas Filho			x	1958		

Extraído de: Silva, 2009, p. 49. Adaptado pelo autor.

Além de posições políticas, a influência desses médicos se dava ao clinicarem na cidade, atuando em sanatórios ou escrevendo artigos em jornais e revistas, como o Boletim Médico e o jornal Correio Joseense (idem).

Tal a importância dada aos médicos, que Cristiano José Pereira identifica em matéria do jornal “A folha esportiva” que no ano de 1938 passou a existir um “feriado” forçado na cidade, pois “toda a cidade comemorava” o aniversário do médico tisiologista Ruy Doria, dia do “São Francisco de Assis dos Tuberculosos” (PEREIRA, 2009, p. 44-45).

A acolhida estadual da reivindicação dos médicos criou um grande impasse: o título de Estância Climática e Hidromineral precedeu as condições necessárias para a cidade tornar-se um centro de referência em tratamento da tuberculose (Zanetti et al., 2010, p.732). Lograr a prefeitura sanitária, porém, possibilitou investir em serviços públicos e infraestrutura necessária à “cidade sanatorial”, criando as bases para receber indústrias na segunda metade do século XX, como infraestrutura e mão de obra<sup>69</sup>.

Com o advento da penicilina, o tratamento da tuberculose passa a ser ambulatorial, reduzindo drasticamente o quociente de capital simbólico coletivo em torno da cidade sanatorial construído até então.

### **2.1.2 A “vocação” industrial (segunda metade do século XX)**

Até aproximadamente 1950, instalaram-se na cidade algumas pequenas fábricas dedicadas a bens não duráveis como indústrias têxteis, de cerâmica, laticínios e alimentícias, com destaque para a Tecelagem Parahyba, a Cerâmica Santo Eugenio, a Cerâmica Santa Lucia e a Cerâmica Weiss.

Alguma delas, fazendo uso dos incentivos fiscais promovidos pelo município a partir da década de 1920. Essa fase é chamada, por alguns autores de “primeira industrialização de São José dos Campos” (SANTOS, 2006, p. 41; MANOLESCU & KROM, 2008, p. 158).

Para Santos (2006, p. 48), a partir de 1946 se inicia a segunda industrialização da cidade, com a instalação da empresa *Rhodsá de Rayon*. O período entre os anos de 1950 e 1990, para Manolescu e Krom (2008, p. 158), é chamado de “consolidação do processo industrial” de São

---

<sup>69</sup> Em 1938, 54,4% dos doentes encontravam-se empregados na cidade. Podemos ter uma ideia da qualificação dos doentes ao constatar que, no mesmo ano, 73,1% deles eram alfabetizados enquanto apenas 56,3% da população local também era (PMSJC, 1938 apud, VIANNA, 2004)

José dos Campos.

Como assinalamos anteriormente, Fernando Henrique Cardoso identificava, já em 1977, que o acentuado crescimento populacional de São José dos Campos, a partir do século XX se dava pelo que sobrava de momentos favoráveis da agropecuária do Vale do Paraíba, seus benefícios geográficos e de entroncamento de comunicação (estradas etc.), sua condição prévia de Estância Climática Hidromineral, além da industrialização do tipo “moderna” (CARDOSO, 1977, p. 4-14), tema que destacamos aqui.

De fato, como apresentado anteriormente, a fase sanatorial permitiu não apenas movimentar a economia, como atrair mão de obra para a cidade. Já a condição de estância possibilitou o investimento em infraestrutura, fazendo da cidade um bom local para instalação de indústrias.

Com relação aos “entroncamentos de comunicação”, no ano de 1920, São José dos Campos já contava com a rodovia Washington Luiz, ligando dois importantes centros – Rio de Janeiro e São Paulo (SOUZA & COSTA, 2010, p. 99), além de estrada de ferro.

Em 1950 é inaugurada a rodovia Presidente Dutra, duplicada em 1961, que também ligava as duas cidades anteriormente referidas, porém, com uma menor distância percorrida. Soma-se a isso sua proximidade com o litoral e importantes portos, como o de São Sebastião.

Sua relativa boa infraestrutura, sua posição privilegiada, além de ser cortada pela rodovia Presidente Dutra, fez da cidade uma opção quando o processo de “deseconomia de aglomeração” (SINGER, 1977, p. 131), ou de “descentralização concentrada” (COSTA, 2010, p. 92; CANO, 2007), que se deu com a saída de indústrias de grande porte da capital, daí resultando um “espraiamento populacional” envolvendo a migração interna (BAENINGER, 2005, p. 93)

O grande salto para a cidade industrial, porém, foi a instalação do Centro Técnico de Aeronáutica (CTA), hoje Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial. Neste sentido, é importante lembrar que por meio do estímulo à indústria de base do governo Getúlio Vargas, no ano de 1941 foi instalada a Companhia Siderúrgica Nacional (CSN) - inaugurada em 1946, colocando o Vale do Paraíba em foco<sup>70</sup>.

---

<sup>70</sup> O Vale do Paraíba passava a ter centralidade nos planos nacionais quando Adhemar de Barros, interventor nomeado por Getúlio Vargas para o estado de São Paulo, propõe o “reerguimento” econômico do Vale do Paraíba, a partir do decreto nº 9.716, de 9 de novembro de 1938: “Das providencias preliminares para um programa de

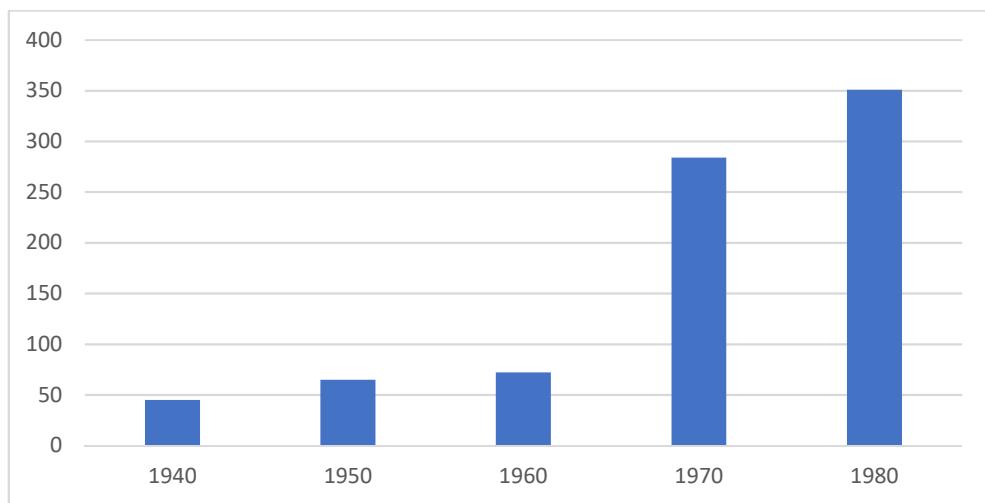
Os ciclos de desenvolvimento do pós-guerra – Juscelino Kubitschek (1955-1960), Delfim Neto (1967-1973) e Geisel (1974-1979) –, por sua vez, seguiram influenciado a industrialização de São José dos Campos:

Os mecanismos de política de desenvolvimento articulados pelo Estado nessas três fases, mediante investimentos públicos em infraestruturas; a entrada de investimentos diretos estrangeiros, via negociação com empresas multinacionais, e investimentos em grandes empresas estatais beneficiaram o município de São José dos Campos com a diversificação do seu parque industrial, atraindo empresas ligadas às atividades de tecnologia mais avançada (MANOLESCU & KROM, 2008, p. 160)

Para a instalação do CTA, São José dos Campos doa um grande terreno para o então recente Ministério de Aeronáutica (1941), para receber um centro de ciência e tecnologia nos moldes do Massachusetts Institute of Technology (MIT)<sup>71</sup>, com foco em pesquisas aeronáuticas. Inaugurado em 1951, ao CTA já se integrava o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA), instituição de ensino dedicada à engenharia aeronáutica. Em 1961, lá também se estabelece o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), com pesquisas dedicadas às ciências espaciais.

A partir desse momento, um grande número de indústrias instala-se na cidade, como pode ser verificado no Gráfico 1.

*Gráfico 1 - Número de Indústrias em São José dos Campos (1940-1980)*




---

reerguimento econômico do Vale do Paraíba no estado de São Paulo”, com foco na produção animal, vegetal e da indústria e comércio, através do cooperativismo, além da criação de estâncias experimentais e horto florestais. Visava também aproveitar o potencial hidroviário região (LESSA, 2001, p. 86-92).

<sup>71</sup> Universidade privada fundada em 1861 nos Estados Unidos. Com forte cultura empresarial, é reconhecida por suas pesquisas em ciência aplicada e engenharia.

Fonte: PMSJC (2004), SOUZA; COSTA, 2009

Após investimentos estatais, principalmente o CTA, ITA, INPE e EMBRAER, assim como na fase sanatorial, a governança da cidade buscou consolidar a cidade como “complexo tecnológico-industrial-aeroespacial” (SOUZA & COSTA, 2010, p. 99), ou “polo tecnológico aeroespacial”. Para tanto, assim como na fase sanatorial, há uma disputa por um novo capital simbólico em torno desta “nova vocação”. Neste sentido, como aponta David Harvey (2014, p. 197)

Luta-se para acumular marcas distintivas e capital simbólico distintivo em um mundo altamente competitivo. Mas isso traz em seu rastro todas as questões locais de memória coletiva de quem e a estética de quem devem ser priorizadas, e em benefícios de quem. (HARVEY, 2014, p. 197)

Nesta escolha de memórias citadas por Harvey, no decorrer do processo de consolidação industrial de São José dos Campos, há uma tentativa de “apagar” época sanatorial. Em documento referente ao planejamento da cidade, datado de 1961, por exemplo, Almeida faz a seguinte afirmação:

[...] os Joseenses desejam “esquecer” de modo definitivo esse período [sanatorial], orgulham-se de ter conseguido expulsar do centro as casas que recebiam doentes, apreciam afirmar que a cidade se transformou de maneira radical e nada mais conserva das características anteriores (PMSJC, 1961, p. II, 7.i, g.n. *apud* ALMEIDA, 2008, p. 178).

No mesmo sentido, diz Vianna:

A cidade que se representa tecnológica e se revela provinciana é fechada sobre si mesma e sobre a imagem que construiu e que reproduz cotidianamente [...]. Considerada nos textos institucionais e não institucionais como tendo se desenvolvido de fato com a industrialização, a cidade tende a negar seu passado sanatorial ou dele lembrar com pesar ou romantismo (VIANNA, 2004, introdução).

Neste sentido, diversos símbolos da cidade sanatorial são destruídos ou substituídos por símbolos relacionados à indústria e tecnologia, como o caso do Parque Santos Dumont, construído em 1971 e que exibe réplicas de aviões e foguetes, que fora construído sobre as ruínas do sanatório Ezra<sup>72</sup>; ou mesmo o busto de um importante tisiologista escondido atrás de uma banca de jornais de uma conhecida praça da cidade (ALMEIDA, 2008, p. 211, 222; MIURA, 2006, p. 103): “Nunca houve um monumento da cultura que não fosse também um monumento da barbárie”, como bem disse Walter Benjamin (1987, p. 227). Recorrendo

---

<sup>72</sup> Sanatório Israelita construído em 1935.

novamente à Harvey, “O sucesso na ‘criação de marca’ de uma cidade pode requerer a expulsão ou erradicação de todas as pessoas ou coisas que não sejam adequadas à marca” (HARVEY, 214, p. 200).

Ainda nesse sentido, Miura (2006, p. 80-92) identifica manifestações governamentais a partir da década de 1970, intensificando-se na década de 1990, ações de marketing no sentido de promover a “cidade progresso”, com propagandas em rede nacional, outdoors, rádios etc. incorporadas em manifestações governamentais.

Nossa pesquisa nos cadernos especiais de aniversário da cidade produzidos pelo jornal ValeParaibano, identificou diversas matérias que acusavam a cidade de uma “mania mitológica” de grandeza da cidade que, através da divulgação massiva da cidade industrial - principalmente pela prefeitura municipal local -, como “Capital do Vale” ou “Eldorado”, cria o “mito da cidade ideal”<sup>73</sup>.

O esforço em promover a cidade industrial também pode ser visto nos planos diretores locais. Em comparação com outras cidades brasileiras, São José dos Campos inicia seu planejamento urbano bastante cedo. Já em 1932 possuía um plano de zoneamento dividindo a cidade em zona residencial, comercial e sanatorial. 1935 é também estabelecida a zona industrial. A condição de Estância Climática Hidromineral faz com que a cidade crie um primeiro plano diretor, entre os anos de 1958 e 1961, como condição para dotações orçamentárias<sup>74</sup>.

Apesar desse plano, realizado em parceria com o CPEU-FAU-USP sob a direção de Anhaia Mello e assistência de L. B. Birkhoz não chegar a virar lei, muitas de suas diretrizes deram origem a leis específicas de ordenamento urbano no município.

Em seu segundo Plano Diretor, agora chamado de Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (PDDI), criado entre 1968 e 1971, já encontramos diretrizes voltadas ao polo tecnológico aeroespacial, como: “estimular o desenvolvimento econômico de forma a

<sup>73</sup> Jornal ValeParaibano (Mito de grandeza virou mania de São José, 1993, p. 2; Literatura Oral cultua o desenvolvimento, 1993, p. 5; Mania de grandeza e progresso no mito do Eldorado, 1993, p. 5).

<sup>74</sup> O segundo Plano Diretor foi motivado pela lei 9.842/67 do estado de São Paulo, que condicionou empréstimos financeiros às cidades que possuíssem Plano Diretor. Como mostra Villaça (2005, p. 18), contudo, o prazo de três anos para a criação deste, como estabelecido na lei, não chega a ser vencido, pois as constituições feitas após o AI-5 atenuaram essa obrigatoriedade. O terceiro Plano Diretor foi realizado de acordo com a Constituição Federal de 1988, que obrigou a criação de um Plano Diretor para as cidades com mais de vinte mil habitantes. Já o quarto Plano Diretor seguiu as mesmas determinações do terceiro Plano, porém com a novidade de já contar com o Estatuto das Cidades, que regulamenta instrumentos de intervenção urbana.

consolidar a posição de polo da região do Vale do Paraíba” e “permanente colaboração para que o município mantenha a sua posição de principal centro da indústria aeronáutica do país” (PMSJC, 1971).

Com relação à divulgação da cidade, ou “marketing urbano”, no segundo Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (1970), comenta Miura:

Se por um lado as práticas desenvolvimentistas previstas no plano, foram efetivamente implantadas, pode se dizer que, por outro lado, exagerou-se nas estratégias de marketing urbano. O discurso oficial, que acompanhava as novas políticas urbanas, destacava com ênfase o desenvolvimento econômico e sociocultural da cidade, e com isso, criava-se na maioria da população um sentimento de orgulho, até mesmo ufano, de pertencer à cidade. Foi com esse mesmo discurso ufanista que essa estratégia de marketing acabou extrapolando os limites da cidade, atingindo até os pontos mais distantes do país, atraindo para a cidade milhares de imigrantes que aqui chegaram em busca de trabalho (MIURA, 2006, p. 74).

É creditado ao ex-prefeito Sergio Sobral de Oliveira (1970-1975), o esforço em “modernizar a cidade”. Em pronunciamento feito ao Rotary Club no início dos anos 1970, é possível perceber a visão que Sobral tinha acerca da cidade:

‘Dos 120.000 habitantes do perímetro urbano, 110.000 nunca subiram num elevador. Os joseenses não se protegem da corrente de tráfego nas vias públicas, pois tem receio que os julguem caipiras se mostrarem medo de automóvel. Venda de pipocas nas ruas é considerada importantíssimo. As modas extravagantes passam depressa nos grandes centros, ,em Campinas, em Americana, em Bauru, em São José do Rio Perto, mas aqui demoram toda uma vida. O comércio oferece poucos itens à venda. O Poder Público não levou pavimentação, esgotos sanitários e rede de água onde chegaram as casas’ (AMARAL, 2008, p. 123).

A preocupação com a industrialização é refletida na placa afixada por Sobral, com informações sobre a cidade (Figura 7).

*Figura 7 - Placa afixada por Sobral com informações sobre a cidade*



Extraído de AMARAL, 2008, p. 156

Com relação aos políticos da cidade, devido à condição de Estância Climática de São José dos Campos, a cidade acabou perdendo a autonomia para eleger seus prefeitos de 1935 a 1958. Nove anos depois, em 1967, novamente a cidade perde o direito de escolha do prefeito devido ao regime militar, voltando a ter prefeitos eleitos pelo voto popular apenas em 1978. Como bem observa Zulietti (2006, p. 30): “No período de 1889 a 1984, ou seja, em quase 100 anos de República, a cidade teve apenas quatro prefeitos eleitos.”

*Tabela 7 - Prefeitos da Cidade de São José dos Campos entre 1951 e 1996*

Prefeito	Ano de mandato	Profissão*
Benoit de Almeida Victoretti	1951-1954	Engenheiro USP
Orlando Campos	1954-1957	Médico Tisiologista
Donato Mascarenhas Filho	1958	Advogado, fazendeiro e pecuarista
Elmano Ferreira Veloso	1959-1962	Administrador (Coletor estadual e fiscal de rendas)
José Marcondes Pereira	1962-1966	Advogado
José Ferze Tau	1966	Político vereador - 25 anos
Elmano Ferreira Veloso	1966-1970	
Sérgio Sobral de Oliveira	1970-1975	Tenente-coronel da Força Aérea

Ednardo José de Paula Santos	1975-1978	Engenheiro aeronáutico
Joaquim Vicente Ferreira Bevilacqua	1978-1982	Advogado
José Luiz Carvalho de Almeida	1982-1983	Empresário/Político
Robson Riedel Marinho	1983-1986	Advogado/ Funcionário Sindicato do Comercio Varejista
Hélio Augusto de Souza	1986	
Antônio José Mendes Faria	1986-1988	Empregado/Político
Joaquim Vicente Ferreira Bevilacqua	1989-1990	Advogado
Pedro Yves Simão (PTB)	1990-1992	Atleta
Dra Angela Guadagnin(PT)	1993-1996	Médica

Fonte: Elaborada pelo autor. \*Profissão/função anterior ao cargo público.

A importância dada a industrialização é refletida na bandeira da cidade, criada no ano de 1960 tendo em seu centro uma engrenagem, em referência à sua “vocação industrial” (Figura 8).

*Figura 8 - Bandeira da cidade de São José dos Campos*



Fonte: PMSJC

O avião passa a ser outro símbolo da cidade, referência à EMBRAER, compondo diversos materiais publicitários da cidade, assim como seu logotipo oficial (Figura 9) no ano de 2004 (MIURA, 2006, p. 80-92).

*Figura 9 - Logotipo da cidade de São José dos Campos - 2004*



Fonte: Miura (2006, p. 91)

Em seu terceiro PDDI, transformado em lei no ano de 1995, também há diretrizes preocupadas em “Fortalecer e consolidar o Parque Industrial existente”, “Incentivar a implantação de pequenas e microempresas”, “fomentar o desenvolvimento de tecnologia de ponta no Município” e “fortalecer o setor terciário no Município” (PMSJC, 1995). Aqui já é percebida uma mudança no perfil industrial da cidade, dada a preocupação com pequenas e microempresas e com o setor terciário.

O esforço empreendido, tanto por ações estatais, quanto por estratégias discursivas da governança local surte efeito. Desta maneira, as décadas de 1950 e 1960 foram marcadas pela instalação de transacionais, como Johnson & Johnson (1953), Ericsson (1954), General Motors (1957), Eaton (1959), Alpargatas (1960) e Kodak (1969).

Na década de 1960, tem-se também a instalação de empresas relacionadas ao setor aeronáutico e bélico, como Neiva Indústria Aeronáutica (1960), Avibrás Indústria Aeroespacial S.A. (1961), INPE (1961), Aerotec (1962), Forteplas (1962) e Empresa Brasileira de Aeronáutica S.A – Embraer (1969), essa última tornando-se um dos símbolos da cidade. Já na década de 1970, instalaram-se indústrias de aparelhos elétricos e eletrônicos, como Matsushita (1970), Hitachi (1973), Phillips (1974) e Kone (1976), e outras atuantes em ramos diversos, como Engesa (1974), Petybon (1974), Engesa (1974), Monsanto (1975) e Neu Aeronáutica (1976). Na década de 1980 é inaugurada a Refinaria do Vale do Paraíba – REVAP (1982), e, por fim, na década de 1990, empresas voltadas às telecomunicações, como Tecsat (1997), Century (1998), Solelectron (1999) e Sanmina (1999) (SANTOS, 2006, p. 48-57).

A instalação das empresas acima mencionadas está no período classificado por Manolescu e Krom (2008, p. 155) como desenvolvimento exógeno da cidade, ocorrido até início da década de 1990, atraindo projetos ou investimentos vindos de fora da cidade. Com relação ao desenvolvimento exógeno, argumentam:

Esse modelo, chamado desenvolvimento regional de cima para baixo, tem como ponto principal o planejamento e a intervenção conduzidos pelo Estado Nacional, como o principal agente condutor do processo de crescimento do país. O estímulo de fora para dentro da região pode ser observado por meio de políticas públicas, ou mesmo pela transferência de recursos, como capital e serviços de implantação do empreendimento (MANOLESCU & KROM, 2008, p. 157)

### **2.1.3 A “vocação” empreendedora (final do século XX)**

Os primeiros anos da década de 1990 na cidade de São José dos Campos foram marcados pelo resquício da crise econômica vivida no país na década passada, com intensa reestruturação produtiva afetando particularmente o setor bélico e aeronáutico da cidade. O alto número de desempregados da indústria põe em xeque o capital simbólico coletivo adquirido ao longo de aproximadamente 30 anos em torno de uma cidade industrial – polo tecnológico aeroespacial, afetando investimentos externos.

A EMBRAER, um dos principais símbolos da cidade, por exemplo, entre 1989 e 1994 demitiu 7.354 funcionários. Entre 1995 e 1996 mais 1.900 funcionários foram demitidos, totalizando 9.254 demissões no período correspondente ao processo de privatização da empresa (ZULIETTI, 2006, p. 118, 160). Estima-se que no auge da crise cerca de 30.000 pessoas foram demitidas do setor industrial da cidade<sup>75</sup>.

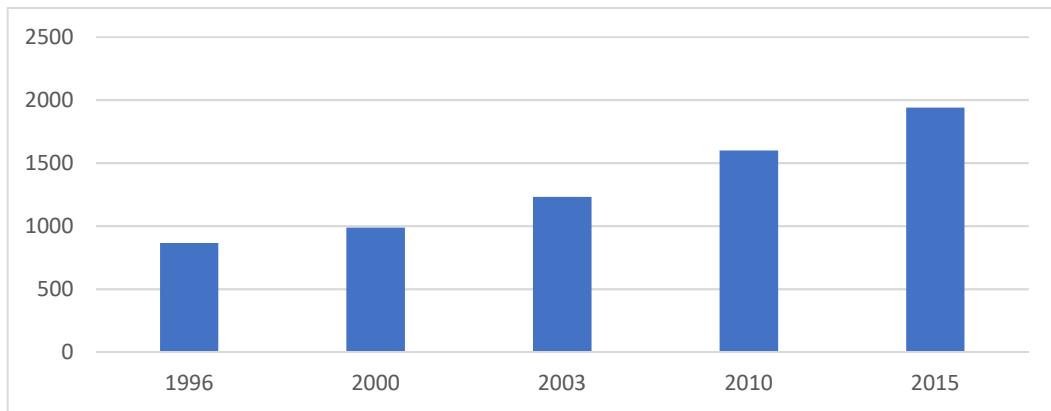
Ao observar o Gráfico 2 - Número de Indústrias em São José dos Campos (1996-2015), vemos que, apesar da crise, há um aumento constante no número de indústrias instaladas na cidade. Esse incremento pode ser explicado pelo aumento do número de micro, pequenas e medianas empresas que, no ano de 1994 representavam 94,3% das indústrias instaladas no município<sup>76</sup>.

---

<sup>75</sup> BICARATE, Paulo, A cidade, o presidente, o futuro, 1997, p. 08; Cidade muda perfil da atividade econômica, 1998, p. 13 - **Jornal Vale Paraibano**.

<sup>76</sup> Vale Paraibano (Dicas ajudam a realização de velhos sonhos, 1996, p. 14).

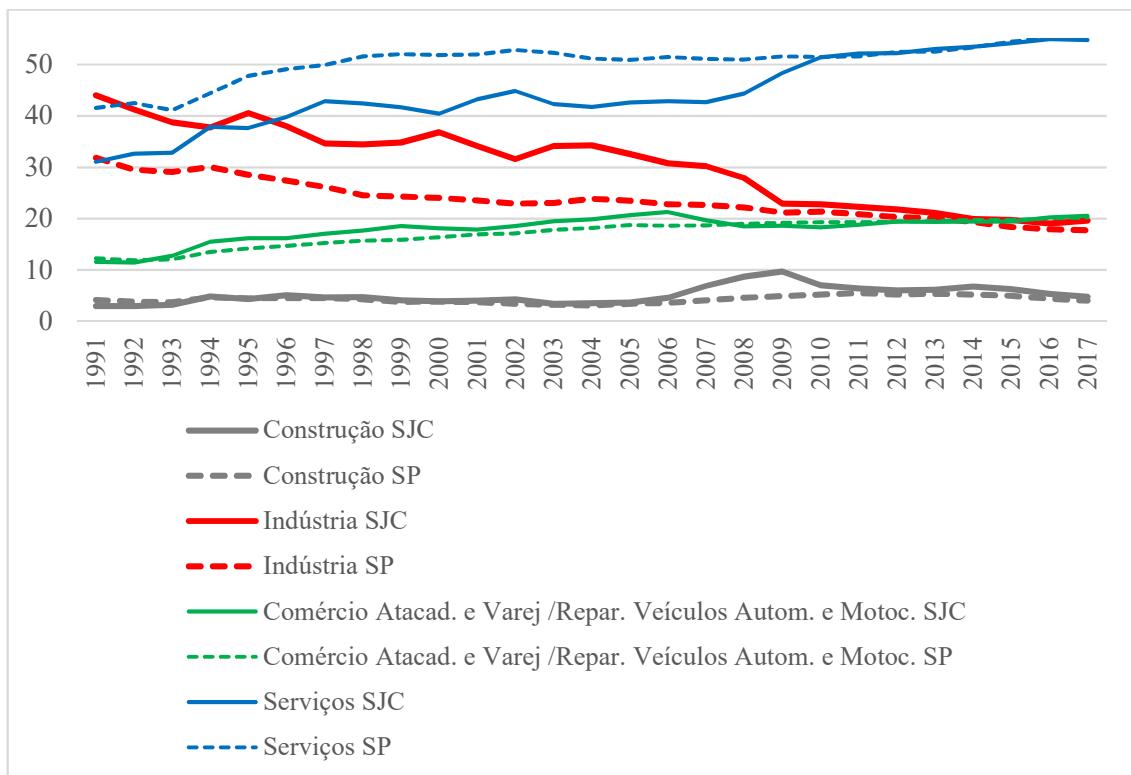
*Gráfico 2 - Número de Indústrias em São José dos Campos (1996-2015)*



Fonte: PMSJC (2004), SOUZA; COSTA, 2009, Seade (2018)

Apesar de o número de pequenas e médias, há uma mudança drástica no padrão da mão de obra empregada na cidade (Gráfico 3). Se no início da década de 1990 a indústria era responsável por empregar a maior parte da mão de obra na cidade, entre 1994 e 1996 esse papel passa a ser do setor de serviços, passando a apresentar tendência similar (apesar de mais acentuada) ao do estado de São Paulo e ficando indiferente neste ano de 1994. Há também significativo aumento da mão de obra empregada no setor de comércio da cidade (Gráfico 3).

*Gráfico 3 - Participação da mão de obra empregada na cidade de São José dos Campos e no estado de São Paulo (%)*



Fonte: Fundação Seade, 2018

A partir desta mudança de perfil da cidade, identificamos, já no governo da Ângela Guadagnin (1992-1996), do Partido dos Trabalhadores (PT), ações tomadas para atrair investimentos externos, com destaque para a atração e a instalação de micro e pequenas empresas na cidade.

O terceiro Plano Diretor Integrado da cidade, transformado em lei no ano de 1995, por exemplo, têm nas suas diretrizes o papel de: “fortalecer e consolidar o Parque Industrial existente”, “incentivar a implantação de pequenas e microempresas”, “fomentar o desenvolvimento de tecnologia de ponta no Município” e “fortalecer o setor terciário no Município” (PMSJC, 1995).

Ainda em 1995, o decreto n.º 8821 criou a “Junta de Instrução”, visando agilizar os trâmites processuais de abertura de empresas na cidade. Já no ano de 1996, a lei municipal n.º 148 instituiu políticas de incentivos fiscais e isenções tributárias para instalação e ampliação de empresas, contemplando as micro e pequenas empresas. Também há ações no sentido de criar incubadoras de desenvolvimento de empresas de alta tecnologia na cidade.

Apesar da micro e pequena empresa passar a constar no radar da prefeitura municipal durante o governo de Guadagnin e de medidas serem tomadas para a atração das mesmas, a temática não tomou o primeiro plano da cidade, como um dia tomou a fase sanatorial ou industrial. Não há um esforço da governança local no sentido de criar uma marca da cidade ou uma tentativa de envolvimento da população em torno de um projeto de cidade neste sentido. Em outras palavras, não se buscou aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno desta temática, mas sim em torno do compromisso com ações sociais (Figura 10) (BICARATO, 2008, p. 402-403).

*Figura 10 - Ação da prefeitura municipal durante o governo Angel Guadagnin (1992-1996), enfatizando ações sociais*



Fonte: BICARATO, 2008, p. 413

Neste sentido, o slogan da logomarca da gestão de Ângela era: “Desenvolvimento e Cidadania: Prefeitura de São José dos Campos, administração democrática popular” (Figura 11).

*Figura 11 - Logotipo e Slogan da gestão Guadagnin (1992-1996)*



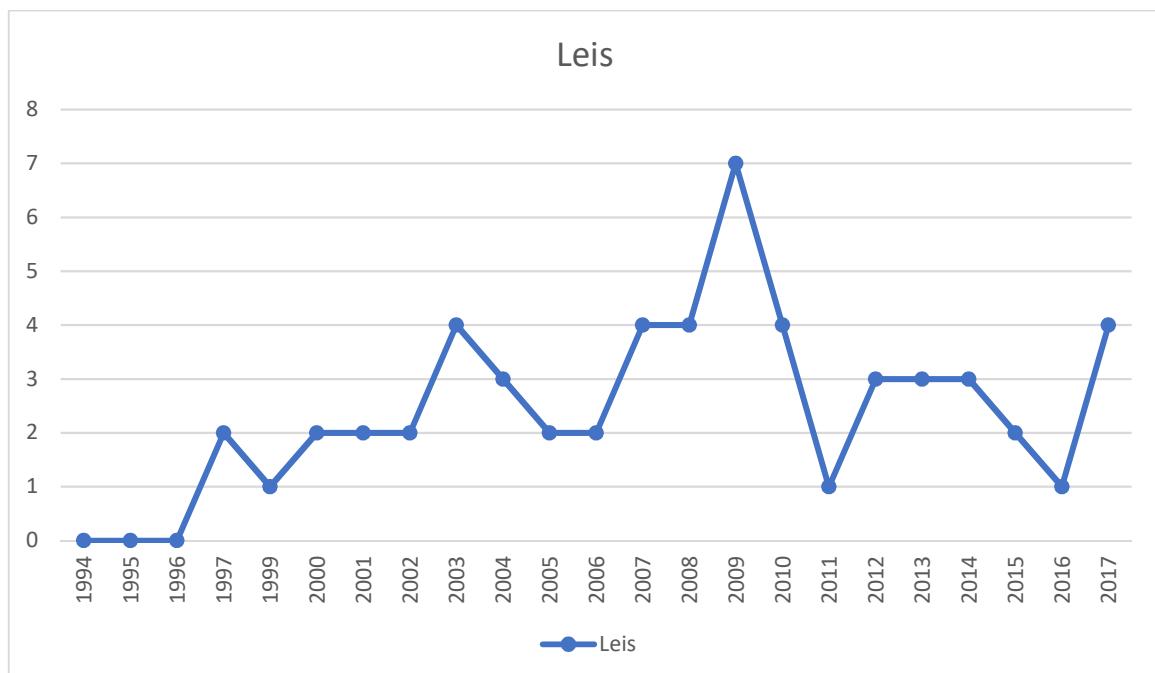
Fonte: ValeParaibano, 27 de julho de 1993, p. 15

Com relação à terminologia “empreendedor/empreendedorismo”, em entrevista concedida à Érica Carvalho, Guadagnin afirma: “**nunca foi pensado em criar a questão do empreendedorismo com este nome**. Mas o estímulo para geração de emprego, estímulo para implantação de empresas e para o desenvolvimento, isso sempre foi preocupação”. (CARVALHO, 2009, p. 89, grifos do autor).

Se durante o governo Guadagnin não se buscou criar uma marca relacionada à questão do empreendedorismo (mesmo sem levar esse nome), a partir de 1997, com Emanuel Fernandes, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB) ao assumir a prefeitura da cidade, isso muda de figura. Já nesse ano são realizadas ações e é criada uma primeira lei na cidade que trata explicitamente sobre questão do empreendedorismo.

Com relação às legislações locais, considerando a busca pelo termo “empreendedor”<sup>77</sup> no site da câmara municipal<sup>78</sup>, vemos a importância que o tema passa a ter na cidade, refletido no número de leis que tocam explicitamente neste termo ao longo dos anos (Gráfico 4).

*Gráfico 4 - Legislações Joseenses que contém o termo "empreendedor"*



Fonte: Legislação de São José dos Campos/SP. <https://leismunicipais.com.br/legislacao-municipal/5293/leis-de-sao-jose-dos-campos>

De fato, usando como parâmetro a edição de aniversário da cidade de São José dos Campos produzido anualmente pelo jornal ValeParaibano, o termo “empreendedor/empreendedorismo” vai aparecer pela primeira vez no ano de 1995, em artigo do próprio Fernandes, na época suplente de deputado federal e candidato à prefeito derrotado no ano de 1992. Em 1997, com Fernandes já prefeito, o termo “empreendedor/empreendedorismo” passa a ser utilizado com mais frequência nos referidos

<sup>77</sup> Ao realizar a busca por “empreendo”, é contemplado o termo “empreendedorismo”, empreendedor(es), e empreendedora(s).

<sup>78</sup> Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/legislacao-municipal/5293/leis-de-sao-jose-dos-campos>

cadernos. Já no ano de 1998, o caderno especial leva como título e temática central “A cidade dos empreendedores”.

São José dos Campos é reconhecida com o Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor, vencendo a primeira edição do prêmio em 2001 e chegando à final ou vencendo diversas outras edições, conforme Tabela 8.

*Tabela 8 - Prêmio Sebrae Prefeito Empreendedor x São José dos Campos*

Edição	Ano	Prêmio
I	2001	Vencedor Estadual na categoria Região Sudeste
II	2002	Finalista Estadual
III	2003-2004	Vencedor Estadual na categoria Região Sudeste
V	2007-2008	Vencedor Nacional na categoria Região Sudeste
VI	2009-2010	Vencedor Nacional na categoria Médios e Grandes Municípios
VII	2011-2012	Vencedor Estadual na categoria Planejamento e Gestão Pública para o Desenvolvimento Sustentável

Fonte: Elaborado pelo autor

No ano de 2006 é incluído como uma das diretrizes do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado (PDDI-2006) da cidade: “Fortalecer e difundir a cultura empreendedora” na cidade (PMSJC, 2006).

A importância dada ao empreendedorismo na cidade é refletido na criação, no ano de 2014 a partir do projeto de lei n.º 263/14, do “dia do empreendedor”, comemorado anualmente, no dia 5 de outubro. A data foi escolhida para coincidir com a data de eventos e comemorações do SEBRAE referentes ao empreendedorismo.

Como mostraremos nas próximas páginas, a questão do empreendedorismo na cidade tem origem no discurso de Fernandes enquanto projeto de cidade voltado à competitividade urbana. Esse projeto fica evidente já na chamada “Fábrica de Empregos”<sup>79</sup>, nome dado a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, criada em 1997, tendo como objetivo mais amplo, aumentar a competitividade da cidade, ao articular três frentes de trabalho: captar investimentos, facilitar a implantação de novos empreendimentos e fomentar a auto iniciativa na cidade.

Argumentamos que, visando o sucesso deste projeto de cidade, a governança local buscou aumentar o quociente de capital simbólico coletivo da cidade em torno de duas ideias

---

<sup>79</sup> Principal promessa de campanha de Fernandes nas eleições de 1996.

centrais: a de que “a cidade é empreendedora” e a de que “o Joseense é empreendedor”. “Fortalecer e difundir a cultura empreendedora” na cidade seria, como referido anteriormente, em outras palavras, aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno dessas ideias, buscando criar uma marca distintiva da cidade que a torne não só atrativa, mas reconhecida como um bom local para receber investimentos externos e internos.

Passaremos a chamar o referido projeto de cidade, de projeto de “vocação empreendedora”, contemplando as ideias de que a “cidade é empreendedora” e que o “joseense é empreendedor”.

A elasticidade do termo “empreendedorismo”, por sua vez, possibilitou selecionar e associar características positivas ao nome da cidade, aumentando sua competitividade perante as demais.

Coube à governança da cidade, através de ações e estratégias discursivas aumentar este quociente de capital simbólico coletivo. Ao fazê-lo, porém, não só reforçou, mas extrapolou à própria questão da competitividade urbana, alterando as relações estabelecidas entre os cidadãos a partir de um projeto único de cidade.

## **2.2 AS ORIGENS DO IDEÁRIO EMPREENDEDOR SEGUNDO JORNAL VALEPARAIBANO<sup>80</sup>**

Devido às inúmeras definições e entendimentos acerca da questão do empreendedorismo, procuramos inicialmente entender em termos mais amplos, como essa questão é apropriada pela governança da cidade. Neste sentido, destacam-se o ex-prefeito Emanuel Fernandes (1997-2004) e seu sucessor, o ex-prefeito Eduardo Cury (2005-2012); o SEBRAE, parceiro em diversas ações da prefeitura, inclusive na área da educação básica; a Associação Comercial Industrial São José Campos, identificada a partir de matérias no jornal ValeParaibano e claro; o próprio jornal ValeParaibano.

Utilizaremos como referência as edições comemorativas do aniversário da cidade, produzidas anualmente pelo Jornal ValeParaibano, jornal de maior circulação na região.

É interessante notar que Emanuel Fernandes é identificado pelo JVP como empreendedor, Eduardo Cury identifica-se como empreendedor (SILVA, 2008, p. 13) e Felício

---

<sup>80</sup> Nos referimos aos cadernos especiais de aniversário da cidade produzidos pelo JVP

Ramuth (2017-atual), atual prefeito, venceu a eleição apresentando-se como empreendedor. Os três prefeitos acima referidos são do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB)<sup>81</sup>.

*Quadro 11 - Prefeitos e profissões (1993-2017)*

Dra. Ângela Guadagnin(PT)	1993-1996	Médica
Emanuel Fernandes(PSDB)	1997-2000	Engenheiro Aeronáutico
Emanuel Fernandes(PSDB)	2001-2004	Engenheiro Aeronáutico
Eduardo Cury (PSDB)	2005-2008	"Empreendedor"/ Engenheiro industrial
Eduardo Cury (PSDB)	2009-2012	"Empreendedor"/ Engenheiro industrial
Carlinhos Almeida (PT)	2013-2016	Professor/Político
Felício Ramuth (PSDB)	2017 até atualidade	"Empreendedor"

Fonte: construído pelo autor

Como mencionado anteriormente, foi durante às duas gestões de Fernandes a frente da Prefeitura Municipal de São José dos Campos, entre os anos de 1997 a 2004, que a temática do empreendedorismo se populariza na cidade. É dele, inclusive, a primeira referência ao termo empreendedorismo no JVP, tendo a oportunidade de escrever artigos ou conceder entrevistas entre o ano 1995 e 2000, quando finda seu primeiro mandato à frente da prefeitura municipal. Em todos os seus artigos, menciona o termo “empreendedor” ou “empreendedorismo”.

Entre os anos 2000 e 2004, não temos mais entrevistas ou matérias de Fernandes no JVP, mas propagandas da prefeitura municipal, que também tocam no tema do empreendedorismo. Na gestão de Cury, também não há entrevistas ou matérias com o então prefeito, mas esparsas propagandas da prefeitura municipal. Focaremos aqui, portanto, no período correspondente a primeira gestão de Fernandes a frente da prefeitura, utilizando como fio condutor cronológico seus artigos.

Na edição e 1995, o jornal VP anuncia em sua capa um artigo de Fernandes, à época suplente de deputado federal: “Políticos: Emanuel Fernandes, a revelação que veio das urnas”, referente à seção “O que pensam os líderes políticos”. É nesse artigo que temos pela primeira vez o termo empreendedorismo utilizado no sentido empreendedor-administrador<sup>82</sup>

Temos que olhar para frente

São José dos Campos gastou muito do seu tempo e energia na luta (SJC) contra os “culpados” pela sua situação. A cada nova eleição abriram-se novas esperanças. A cada novo governo, novas decepções. Finalmente, creio que

<sup>81</sup>Carlinhos Almeida (2013-2016), do Partido dos Trabalhadores (PT) não tinha a mesma identificação, mesmo por já estar na política da cidade a diversos anos, assumindo cargos como vereador.

<sup>82</sup> Para mais detalhes, ver seção específica

amadurecemos; Percebemos que os únicos que sempre ganham com a “luta” são os “lutadores” e que a melhoria de nossa situação depende muito de nosso próprio esforço, sensibilidade e sabedoria. Temos, agora, que olhar para a frente. Temos que empreender nossos esforços em cima de **pilares sólidos**. A meu ver, São José dos Campos necessita **uma nova agenda**, baseada em 5 princípios: Princípio da Inclusão (cada habitante deve ser integrado a cidade como um cidadão pleno, em seus direitos e deveres); princípio da qualidade (tudo que fizermos, devemos fazer bem feito); **princípio empreendedor (devemos valorizar a auto iniciativa, os empreendimentos e os esforços para “subir na vida”)**; princípio das regras (devemos ter regras úteis e bem aceitas. E respeitá-las); e, **finalmente, princípio da tolerância (devemos ser tolerantes e compreender que a situação não muda de uma hora para outra)**.

Em cima desses, princípios devemos construir nossos projetos e nossas vidas Parafraseando Nelson H., São José precisa estar “De volta para o futuro!”. Parabéns São José dos Campos<sup>83</sup>.

Temos que ter em vista quando lemos o artigo acima, que diversas matérias escritas nas edições de 1993 e 1994 do JVP buscam problematizar a crise vivida pela cidade no início da década, apontando culpados e soluções. Justifica-se, desta maneira, o início do artigo de Fernandes.

Outro ponto interessante a ser considerado é que, na época, Fernandes era candidato e foi derrotado nas últimas eleições municipais, passando a fazer parte do partido de oposição (PSDB) à prefeitura.

Antes de prosseguir com a análise deste artigo, porém, apresentamos o artigo também escrito por Fernandes no ano de 1996, por entender que esses dois artigos apresentam alguns pontos em comum e outros que se complementam:

#### **Qualidade de vida joseense enfrenta deterioração**

São José traz até os dias de hoje, embora com cada menor intensidade, um grande vínculo com a **imagem de um município com a boa qualidade de vida**. Essa imagem é antes um resquício de um passado recente que uma realidade, e não nos devemos enganar acreditando que esse quadro social ainda persiste.

Nas várias áreas de ação política nosso município vive uma fase de deterioração gradativa. Sob vários aspectos, a qualidade de vida em São José dos Campos só vem sofrendo prejuízos ao longo dos anos. A deterioração é rápida e requer uma ação pronta e decisiva.

**Princípios Gerais - As presentes Diretrizes de Ação política e de Programa de Governo (DAPPG)** visam criar raízes sólidas, saudáveis, perenes para o trabalho político do município. Acreditamos que não teria sido possível a

---

<sup>83</sup> FERNANDES, Emanuel, 1995, p. 4, (grifos do autor) - **Jornal ValeParaibano**

queda vertiginosa em nossa qualidade de vida se houvessem sido implantados **mecanismos eficientes** de garantia do bem-estar social, **bem como se houvesse sido valorizado o espírito empreendedor da comunidade joseense**. Desse modo além dos princípios pessoais como honestidade, verdade, caráter e ética, nossa ação política deve basear-se nos seguintes princípios. 1. Inclusão. É o princípio básico que deve tomar como meta o indivíduo realizado em sua totalidade, a pressupõe uma preocupação constante em incluir todos os habitantes na vida social do município. 2. **Espírito Empreendedor. O estímulo às mais diferentes formas de iniciativa deve ser uma premissa básica de nossa ação à frente da administração municipal, pois, apenas desse modo podemos voltar a ter uma sociedade onde os progressos são notados em todas as áreas.** 3. Tanto na área da produção industrial quanto na oferta de serviços devemos primar pela manutenção de um patamar de qualidade que **diferencia nossos produtos em relação a qualquer outro município**. Qualquer produto ou serviço obrigatório de São José dos Campos deverá ter encarado **como símbolo de qualidade confiança e respeito**. 4. Regras. Não há convívio social sem regras claras e definidas. São José deve ser uma cidade onde as regras valem. Essas regras devem partir da comunidade, através da organização social dos grupos, e devem ser do conhecimento de todos. **Fará parte das diretrizes de nossa ação política a ampla disseminação das regras que determinam a ação dos cidadãos, bem como a luta pelo cumprimento das mesmas;** 5. **Tolerância.** A intolerância é uma das maiores causas de conflitos nos grandes aglomerados urbanos. Devemos tomar como uma regra básica a tolerância, traduzida pelo respeito e admissão de opiniões divergentes às nossas, de modo a **preservar a condição de uma cidade cosmopolita e em expansão**. Instrumentos. A alavancagem da ação política e do programa de governo não deve basear-se apenas na aplicação de recursos orçamentários e legais. Para que logramos alcançar a execução dos princípios citados, deve ser usada a força do poder público. Listamos os instrumentos de que disporá o poder público para que esses princípios sejam incorporados aos valores da comunidade joseense. **Poder Normativo: força na elaboração e regulamentação de regras e leis;** Poder Administrativo: o uso da máquina administrativa em benefício da coletividade; **Poder Político: os governantes como exemplo de autoridade e liderança;** **Poder do Discurso: a persuasão e motivação no contato direto com a comunidade;** **Poder de Compra: a força da negociação de um grande cliente, consciente de seu valor:** Poder de outras esferas: poderes externos acionados pelo poder público municipal<sup>84</sup>.

Ao colocar os dois artigos em perspectiva, percebemos que Fernandes sistematiza uma agenda ou um programa de governo, pautado em cinco princípios. Como poderemos ver ao longo da seção, as suas ideias estão estreitamente ligadas ao chamado Planejamento Estratégico Urbano, popularizado no Brasil a partir da década de 1990, a partir de urbanistas catalães (VAINER, 2011). Há nesse sentido, por exemplo, elementos como percepção da crise como ferramenta para a implantação de uma nova agenda de cidade “A deterioração é rápida e requer uma ação pronta e decisiva”; a preocupação com a imagem do município: “[...] imagem de um município com a boa qualidade de vida. Essa imagem é antes um resquício de um passado

---

<sup>84</sup> FARIA, José. M - Joseense ajudou superar crise. 1996, p. 4 - Jornal ValeParaibano (grifos do autor)

recente que uma realidade”; assim como o tema da coesão (tolerância). Voltaremos à esses temas mais adiante, em momentos mais adequados.

Um elemento a ser destacado no artigo, é a “força do poder público” a ser utilizada para alcançar os princípios citados, “incorporando-os aos valores da comunidade joseense”, lembrando que o empreendedorismo (1995) ou o espírito empreendedor (1996), compõe um dos princípios propostos.

Nesse sentido destacam-se, limitando-nos aos objetivos de nossa pesquisa, a “elaboração de regras e leis”, “poder político” e “poder do discurso”. Sobre este último, referente “a persuasão e motivação no contato direto com a comunidade”, entendemos que reforça o caminho metodológico aqui adotado, examinando o discurso acerca do empreendedorismo através do JVP, entendendo que os artigos foram produzidos com intensão de “incorporar” os princípios empreendedores “aos valores da comunidade joseense”. Os outros instrumentos citados serão comentados em momento mais oportuno.

Podemos identificar que o empreendedorismo, ou espírito empreendedor, nestes artigos, relacionam-se às mais “diferentes formas de iniciativa” (com ênfase na auto iniciativa), à exploração de um negócio (empreendimentos) e ao esforço para “subir na vida”. Neste sentido, é creditado ao empreendedor, com destaque à auto iniciativa, a melhora na qualidade de vida do município. Como afirma Fernandes em entrevista à Ricardo:

Sonho com um dia que um joseense desempregado vá bater à porta de um outro e diga: ‘Olhe, eu gostaria de arrumar a tua calçada, porque eu sou de São José, eu sou um empreendedor, e São José e a terra de oportunidades’, e o vizinho dê o emprego a ele. O empreendedorismo tem como consequência a sociedade de oportunidades (JULIO, 2008, p. 457).

De fato, Fernandes utiliza o termo empreendedor para contemplar uma ideia que passa a constar nas matérias do JVP, a partir de 1994, no sentido de colocar o Joseense como elemento fundamental para a superação da crise, em um contexto de emergência das micro e pequenas empresas<sup>85</sup>.

Com a emergência da diversificação da economia e das micros e pequenas empresas, novos atores passam a figurar nas matérias do JVP. Recorremos ao artigo produzido pela

---

<sup>85</sup> FARIA, José. M - Conceito empresarial foi mudado, 1994, p. 14; Trio de alternativas promete salvar a economia, 1994, p. 16; Empresas mais exigentes com profissionais, 1995, p. 8; Dicas ajudam a realização de velhos sonhos, 1996, p. 14; Joseense ajudou a superar crise, 1996, p. 4. **Jornal ValeParaibano**

Associação Comercial Industrial São José Campos: “Joseense ajudou a superar a crise” (1996), que ilustra bem essa situação, além de reforçar a ideia do Joseense como peça fundamental para a superação da crise:

**Joseense ajudou a superar crise**

[...]

Pois bem. A crise chegou a São José dos Campos e, como um tornado, deixou em frangalhos todas as áreas pelas quais passou: o comércio, a própria indústria, os trabalhadores e suas famílias. O que ocorreu durante o primeiro ano após as demissões em massa da indústria bélica e aeronáutica não precisamos recordar. Ainda está bem vivo em nossa memória.

**Vamos nos concentrar aqui no que foi feito depois que o furacão passou e a poeira baixou. A partir daquele momento, centenas, quem sabe milhares de joseenses começaram a pensar no que fazer para trazer a cidade de volta ao desenvolvimento. Muitas famílias se foram, em busca de novas oportunidades. Mas aqueles que ficaram, arregaçaram as mangas e puseram-se a trabalhar, sem deixar tempo para o pessimismo e as lamentações.**

**Surgiram iniciativas em todos os setores.** O Sebrae (Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa) levou àqueles que queriam alçar voo, aos próprios incentivos e facilidades na **abertura de micro empresas**. O PRODESI (Programa de Desenvolvimento Integrado) reuniu dezenas de **entidades da classe** funcionando como um verdadeiro fórum de debates, de onde surgiram ideias de sucesso, como as incubadoras de tecnologia, o salão de negócios e, na área do comércio, a FEICOMPRAS - Feira do Comércio de São José de Campos, organizada pelo Sindicato do Comércio Varejista.

Hoje, ao fazer um balanço dos últimos seis anos, vejo São José dos Campos transformando-se em um **forte centro regional de compras e prestação de serviços**, graças a seu comércio em expansão (temos hoje três shoppings centers e um quarto em construção, além de um diversificado centro comercial) e à mão-de-obra especializada de alto nível técnico.

[...]

**São José dos Campos está crescendo novamente, desta vez alicerçada em bases sólidas erguidas pelos seus próprios filhos.** A cidade cresce em terra firme e nós, exaustos ao fim de uma longa travessia em mar agitado, estamos muitos felizes por isso<sup>86</sup>.

O artigo de José Mario de Faria, de 1996, apresenta sua versão da conjuntura econômica da cidade. Neste sentido, percebemos uma sensação de superação da crise, a partir do trabalho dos “filhos da cidade”. Como visto, o autor não utiliza o termo empreendedor.

Além de colocar os Joseenses como protagonistas da retomada do desenvolvimento econômico da cidade, a partir de “seu trabalho”, são feitas referências ao SEBRAE e ao PRODESI.

---

<sup>86</sup> FARIA, José. M - Joseense ajudou superar crise. 1996, p. 4 - **Jornal ValeParaibano** (grifos do autor)

A menção ao SEBRAE é um indicativo da emergência das pequenas e médias empresas na cidade. Na mesma edição do JVP (1996), outra matéria se dedica a explicar o trabalho realizado pelo SEBRAE:

Ao ser atendido, o empresário preenche um cadastro onde detalha a vida de seu negócio. “**É como se fosse o médico e o paciente. Nós diagnosticamos o problema e o empresário se incumbe de tomar as providências para acabar com ele**”, analisa Luiz Carlos.

O princípio do Sebrae hoje, segundo Luiz Carlos, é tratar o empresário como cliente e ver o problema com os olhos dele. “A diferença é que trabalhamos com eles e não para eles”<sup>87</sup>.

Curiosamente, a relação médico-paciente, tão presente na fase sanatorial, com médicos exercendo grande influência nas decisões da cidade, é retomada, agora na relação Sebrae-Empresário.

Nesse sentido o SEBRAE, como pode ser visto na seção teórica, passa a ser parceiro da prefeitura municipal em diversos projetos e empreitadas, tendo papel fundamental na difusão de ideias relacionadas ao empreendedorismo.

Com relação ao PRODESI (Programa de Desenvolvimento Integrado) mencionado no artigo, temos um indicativo da presença e influência do empresariado local, ampliando nosso entendimento acerca da governança local. Recorreremos à matéria publicada na edição de 1994 do JVP para explica-lo: “[criado em 1993 com o intuito de] sugerir um projeto que discutia os problemas socioeconômicas da cidade e do município, o PRODESI ressuscitou no Vale do Paraíba a tradição cívica do empresariado paulista que, no passado recente, interferiu nos momentos críticos da economia nacional”, no ano de 1994 lançou campanha “São José precisa do seu voto”, visando aumentar o número de deputados Joseenses na Assembleia Legislativa e na Câmara Federal<sup>88</sup>.

Considerando que Fernandes assume a suplência de Deputado Federal a partir da referida eleição, podemos dizer o objetivo foi alcançado.

Voltando ao tema da auto iniciativa e do esforço individual para subir na vida, apresentamos outro artigo do mesmo período (1995), justamente por destacar o entendimento “pós-crise” acerca do trabalhador:

<sup>87</sup> FARIA, José. M - Dicas ajudam a realização de velhos sonhos, 1996, p. 1. **Jornal ValeParaibano**

<sup>88</sup> FARIA, José. M - Civismo elege bandeiras vivas, 1994, p. 17. **Jornal ValeParaibano**

### Empresas mais exigentes com profissionais

A mão-de-obra especializada tem se tornado cada vez mais atuante no mercado de trabalho, isso porque as empresas estão mais exigentes e o joseense está se adaptando às novas regras. **Com a estabilização da economia, as empresas se viram na necessidade de enxugar o quadro profissional e deter apenas aqueles trabalhadores que realmente produzissem. Foi quando muitos se viram desempregados.**

**Aqueles que perderam seus empregos inesperadamente, tiveram que aperfeiçoar os conhecimentos e fazer diversos cursos de reciclagem para retornarem ao mercado de trabalho.** A partir do segundo semestre de 94 a demanda começou a aquecer o mercado e as empresas tiveram que aumentar a produtividade, recuperando o crescimento.

No início de 1995, os profissionais mais requisitados eram os engenheiros e todas as mudanças na economia nacional e internacional influíram sobre o mercado de empregos. Segundo o diretor da Contacto Consultoria Profissional, Silvio Camba, hoje o mercado está estável e **as empresas estão procurando profissionais diferenciados, com um leque de experiências e conhecimentos.**

Camba conta que a qualidade do profissional bem aumentando e que ótimos profissionais estão sendo encaminhados para o mercado; “**Quando o profissional é bom, sempre tem alguém precisando dele**”.

**A maré de enxugamento nas grandes empresas pode ser considerada positiva, pois, proporcionou um grande número de novos empreendimentos e criação de novas pequenas empresas. “A médio e longo prazos é bom”.**

Camba ensina como se tornar um profissional desejado pelo mercado. “**primeiro o profissional deve ser bom naquilo que se propõe a fazer a ter boa formação escolar, visão especializada e generalista da situação, formado em conceitos de qualidade total, domínio de mais de uma língua, usuário de microinformática, ser profissional e vendedor**”.

Os bons profissionais acabam sendo “derrubados” na entrevista de requisição de emprego. Mas Camba diz que para isso o trabalhador precisa saber vender a imagem e as qualidades. “**Um profissional tem que ser um vendedor, ele tem que saber que a mão-de-obra é uma mercadoria**” Isso é que diferencia dois profissionais de qualidade na luta por uma vaga no mercado de trabalho<sup>89</sup>.

Se nas edições do JVP de 1993 e 1994 matérias mostravam preocupação com o alto número de desempregados da indústria – cerca de 30.000<sup>90</sup> (BICARATE, Paulo, 1997, p.8), já em 1995, como indica o artigo acima, esses desempregados aparecem como responsáveis pela sua situação.

<sup>89</sup> FARIA, José. M. Empresas mais exigentes com profissionais, 1995, p.8 - **Jornal ValeParaibano** (grifos do autor)

<sup>90</sup> BICARATE, Paulo, 1997, p.8 - **Jornal ValeParaibano**

O desemprego aparece agora para àquele que não é produtivo: “Com a estabilização da economia, as empresas se viram na necessidade de enxugar o quadro profissional e deter apenas aqueles trabalhadores que realmente produzissem”: “Quando o profissional é bom, sempre tem alguém precisando dele”<sup>91</sup>.

Entra em cena, portanto, a necessidade de especialização dos trabalhadores, além de técnicas voltadas ao mercado, como saber se vender: “Um profissional tem que ser um vendedor, ele tem que saber que a mão-de-obra é uma mercadoria” (idem, idem).

A partir da análise e comparação das matérias acima, portanto, temos que o entendimento apresentado por Fernandes do empreendedor enquanto auto iniciativa e relacionado ao esforço para “subir na vida” emerge, portanto, em um contexto de responsabilização dos sujeitos pelo seu emprego e pelo aumento da qualidade de vida na cidade.

Se nos anos de 1995 e 1996 a emergência da micro e pequena empresa, a diversificação da economia, a “auto iniciativa” e o aumento da mão de obra empregada no setor de serviço e no comércio são retratados em poucas matérias do JVP, nos anos de 1997 e 1998, estas ideias já aparecem consolidadas.

No ano de 1997, Fernandes assume como prefeito da cidade e o termo “empreendedor/empreendedorismo” passa a ser utilizado com recorrência na edição do VP deste ano.

A grande novidade, neste momento, é a recorrência de matérias exaltando as qualidades da cidade, além dos investimentos externos realizados. Seguimos com o artigo de Fernandes escrito neste ano:

#### Espírito empreendedor

São José dos Campos está retomando, com mais vigor, o caminho do desenvolvimento. É um novo despertar para o progresso, a marca que transformou São José de uma pacata cidade para tratamento de saúde nos anos 40 e 50 para um dos principais polos industriais, tecnológicos e de pesquisa de ponta do Brasil.

**Esse despertar é fruto do próprio povo de São José dos Campos que, com o seu espírito empreendedor, está redescobrindo o potencial do município, potencial que estava no meio esquecido.**

São José dos Campos é uma das poucas cidades do país que soube conciliar bem o progresso com a qualidade de vida de seus moradores.

À medida que o seu parque industrial crescia, o Poder Público também

---

<sup>91</sup> FARIA, José. M. Empresas mais exigentes com profissionais, 1995, p.8 - **Jornal ValeParaibano.**

investia em infraestrutura, garantindo à população qualidade de vida em todos os setores.

**Os índices econômicos e sociais de São José dos Campos são semelhantes aos de países desenvolvidos. Temos uma rede de saúde básica com 35 Unidades de Saúde espalhadas por toda a cidade, a rede coletora de esgoto e de abastecimento de água atende a quase 100% da população. O sistema educacional municipal é de altíssimo padrão. O PIB “per capita” de São José é de aproximadamente R\$ 6.900,00, superior ao de muitos Estados brasileiros.**

A manutenção e melhoria dos padrões sociais e econômicos conquistados pelos municípios nos últimos 40 anos, aliada à continuidade do desenvolvimento é dos desafios que São José dos Campos tem pela frente nos próximos anos. **Para que o município possa continuar sendo um centro gerador de riquezas e, ao mesmo, manter a qualidade de vida conquistada é preciso haver uma parceria entre o Poder Público e a população.** Essa parceria será a responsável pelo sucesso de São José dos Campos.

**O Poder Público, através recursos gerados pelos impostos, terá que continuar investindo na melhoria dos equipamentos urbanos necessários à melhoria da vida do cidadão e na infraestrutura necessária para que a cidade se torne cada vez mais atraente para o empreendedor.**

**Já à população cabe auxiliar o Poder Público na manutenção do que já foi conquistado e trabalhar para que a cidade continue a trilhar o caminho do desenvolvimento.**

**O povo de São José dos Campos é empreendedor.** Esse é um dos fatores que levam o município a se destacar no cenário nacional. O joseense precisa despertar novamente esse espírito. Confiamos está recuperando as suas características de cidade empreendedora e de transformações cotidianas. **O futuro de São José é promissor, por que acreditamos no nosso espírito empreendedor<sup>92</sup>.**

Neste artigo há diversos elementos interessantes, focaremos, porém, nos que se referem à nossa pesquisa. A preocupação com a questão da competitividade urbana é evidente, mostrando-se como boa opção de investimentos ao apresentar as qualidades únicas da cidade, como sua boa infraestrutura e seu “povo empreendedor”. Em trecho do artigo da mesma edição “Momento de acreditar”, José Maria de Faria apresenta a mesma ideia:

Entretanto, se hoje São José dos Campos é uma vitrine a ser mostrada, a atrair investimentos, enfim, se hoje o município se coloca em condições de proporcionar bons negócios e resultados satisfatórios aos empresários que aqui se instalaram, o mérito se deve, indiscutivelmente, ao trabalho e ao empenho de empreender local, do pequeno comerciante, do microempresário da indústria e prestação de serviços<sup>93</sup>

Voltando ao artigo de Fernandes (1997), tanto a ideia de a cidade ser empreendedora, quanto a do joseense ser empreendedor estão explícitas: **“O povo de São José dos Campos é empreendedor. [...] está recuperando as suas características de cidade empreendedora”**.

---

<sup>92</sup> FERNADES, Emanuel, 1997, p. 3 - **Jornal ValeParaibano.** (grifos do autor)

<sup>93</sup> FARIA, José. M, 1997, p. 3 - **Jornal ValeParaibano**

Entendemos que a ideia da cidade e do cidadão como empreendedores é de extrema importância para o projeto de competitividade urbana proposta por Fernandes. Em linhas gerais, entendemos que em diversos momentos as ações e discursos da governança local da cidade buscam aumentar o quociente de capital simbólico coletivo da cidade em torno destas duas ideias, visando criar uma marca distintiva em torno de um estilo de vida (mão de obra qualificada) e um ambiente propício para investimentos e a realização de negócios.

Fernandes (1997) supera a sensação de crise apresentada nos artigos anteriores com a proposta de uma parceria, voltada a um projeto de sucesso para a cidade: ao poder público cabe investir nos equipamentos urbanos e infraestrutura, “à população, trabalhar”. Temos nesta parceria, implicitamente, as funções da “cidade empreendedora” e do “Joseense é empreendedor”. Nesse sentido, a percepção da crise como possibilidade de a criação de um projeto unitário e universalmente aceito pela cidade já foi identificada por Carlos Vainer (2001, p. 93) ao analisar as ideias dos principais consultores catalães acerca do planejamento estratégico urbano.

Quando se fala que cabe à população trabalhar, porém, temos que ter em mente que não se trata de qualquer trabalho, mas àquele relacionado ao espírito empreendedor, que deve ser “despertado novamente”.

Utilizando os elementos apresentados pelo autor nos artigos passados, esse trabalho está relacionado a auto iniciativa e ao esforço para subir na vida. É interessante notar que o “espírito empreendedor”, como apresentado no título da matéria, amplia o leque de possibilidades do discurso acerca do empreendedorismo, contemplando não apenas aquele envolvido na criação de uma empresa, senso comum acerca do empreendedorismo, mas todos que tenham determinado comportamento associado ao empreendedor.

Reforçando a ideia apresentada por Fernandes, o editorial da mesma edição do JVP “introduz” a ideia do empreendedorismo aos leitores: “nas páginas seguintes apresentamos alguns exemplos de empreendedores de sucesso<sup>94</sup>”. As referidas matérias apresentam um comerciante que já teria montado 15 empreendimentos e um empresário que abriu uma micro cervejaria na cidade.

A questão da competitividade urbana, por sua vez, passa a ficar cada vez mais presente

---

<sup>94</sup> FARIA, José. M, 1997, p. 3 - **Jornal ValeParaibano**

nas edições posteriores. O artigo de Fernandes do ano de 1998 fornece mais informações nesse sentido, justificando ações da prefeitura a partir da análise da conjuntura global. É também a partir desta análise que o autor contextualiza a questão do empreendedorismo na cidade:

#### A preparação estratégica para o futuro

Quanto mais nos aproximamos do **novo milênio**, mas nos deparamos com um período de assombrosas inovações tecnológicas, oportunidades econômicas sem precedentes, surpreendentes reformas políticas e intenso renascimento cultural. Essas que nos indicam os portões de entrada do século XXI já estão influenciando a vida das nações e atingindo diretamente a mudança da vida e do comportamento das pessoas.

Esses últimos anos da década de 90 mostram o mundo caminhando para uma economia única, globalizada, **as forças econômicas do mundo ultrapassando as fronteiras nacionais, o que resulta em mais democracia, maiores liberdades individuais, mais comércio e maiores oportunidades para os homens empregadores**. Será o mundo ligado pelas telecomunicações, integrado pela rede mundial única da Internet. **Um mundo mais competitivo do que há 20 anos e, ao mesmo tempo muito mais humano**. Essas considerações são necessárias quando chegamos na São José dos Campos que completa 231 anos de fundação e pode se orgulhar de uma infraestrutura moderna e competitiva, que atrai indústria e talento, capazes de nos assegurar um lugar nesse futuro de economia globalizada. A São José dos Campos de hoje já respira a atmosfera cosmopolita e internacionalizada do novo milênio. E, o que é mais importante, sua gente, seus institutos de ensino e pesquisa, suas indústrias e seu comércio e serviço estão preparados ou equipando-se para esses novos tempos dos empreendedores.

**A administração de um município como São José dos Campos, o maior do interior, quarto do Estado em arrecadação de ICMS e polo dos mais avançados segmentos da indústria, -o aeroespacial e de e telecomunicações-, é um desafio à criatividade e a capacidade gerencial de toda uma equipe, porque nos força a repensar diariamente nas necessidades presentes e futuras desse centro cosmopolita de produção e negócios.**

**Não podemos apenas nos preocupar com a questão urbana ou o problema social, mas temos que estar atentos a toda uma dinâmica composição de forças políticas e econômicas inserida dentro de um jogo de forças e decisões internacionalizadas. Olhamos a estrutura física urbana e de serviços municipais, que exigem sempre novos investimentos, mas compartilhamos nossa atenção às alternativas econômicas que vão permitir a criação de mais empregos em novos segmentos de produção.**

**Quando a administração se volta estrategicamente para o futuro** não significa que ela abandone necessariamente o presente. Ao contrário, um rápido balanço da nossa administração nos primeiros 18 meses de governo mostrará que já avançamos muito em termos de obras e realizações, já de uso rotineiro pela população.

Mas toda essa contabilidade seria inócuia se o fundamento fosse esquecido. Como princípio fundamental de nossa administração não está o gerenciamento

obstinado de obras como marketing político, mas a importação de bases para uma profunda reforma nos métodos de administração do dinheiro público.

Na estratégia da preparação para o futuro, conseguimos em 18 meses reverter o quadro da “década perdida.” **Do quase zero investimentos de anos anteriores, a partir de 97 São José dos Campos contabilizou R\$860 milhões de investimentos de novas empresas ou ampliações das fábricas já existentes e temos a indicação que a virada do milênio novas empresas estão apostando em São José dos Campos com investimentos de mais de R\$ 2 bilhões.**

**Junto com os tradicionais polos aeroespacial e automobilístico, a moderna indústria de São José está vendo nascer um novo polo, o de telecomunicações, a indústria do futuro.**

Essa é a nossa São José dos Campos de hoje. Retomou o crescimento, reorientou sua política administrativa e prepara-se, **com a esperança de sua gente empreendedora para o novo milênio<sup>95</sup>**

Iniciaremos pela análise da conjuntura global realizada no artigo:

Quanto mais nos aproximamos do novo milênio, mas nos deparamos com um período de assombrosas inovações tecnológicas, oportunidades econômicas sem precedentes , surpreendentes reformas políticas e intenso renascimento cultural. Essas que nos indicam os portões de entrada do século XXI já estão influenciando a vida das nações e atingindo diretamente a mudança da vida e do comportamento das pessoas.

Esses últimos anos da década de 90 mostram o mundo caminhando para uma economia única, globalizada, as forças econômicas do mundo ultrapassando as fronteiras nacionais, o que resulta em mais democracia, maiores liberdades individuais, mais comércio e maiores oportunidades para os homens empregadores. Será o mundo ligado pelas telecomunicações, integrado pela rede mundial única da Internet. Um mundo mais competitivo do que há 20 anos e ao mesmo tempo muito mais humano [...]<sup>96</sup>

Fernandes segue uma análise da conjuntura global, muito próxima a de Manuel Castells (2016, p. 135), que entende essa nova economia em escala global, tendo como base material a revolução da tecnologia da informação, como “informacional, global e em rede”. Em trecho muito próximo ao apresentado por Fernandes, temos que:

É informacional porque a produtividade e competitividade das unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem fundamentalmente da sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada no conhecimento. É global porque as principais atividades produtivas, o consumo e a circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria-prima, administração, informação, tecnologia, mercados) estão organizados em escala global, diretamente ou mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos. É rede porque, nas

---

<sup>95</sup> FERNANDES, Emanuel, 1998, p.2, **Jornal ValeParaibano** - (grifos do autor).

<sup>96</sup> Idem

novas condições históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede local de interações entre redes empresariais (CASTELLS, 2016, p. 135).

Conforme apontado anteriormente na seção teórica, tal conjuntura se dá com o esgotamento do modelo taylorista/fordista, com a crise de consumo mundial, que finda os “anos dourados” vividos em certos países de capitalismo avançado até o final da década de 1960 e inaugura novos padrões de concorrência internacional. David Harvey (2013, p. 140) aponta os processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo, típicos da rigidez do fordismo, como impasses para esta crise.

Diante desse cenário, Harvey denomina uma nova forma de acumulação diante das transformações da economia mundial como “acumulação flexível”, que rompe com a rigidez do fordismo caracterizando-se “[...] pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional” (HARVEY, 2013, p. 140). Além disso, segundo o mesmo autor (HARVEY, 2013, p. 140), há ainda uma “compressão do espaço pelo tempo”, com tomadas de decisões imediatas em um espaço cada vez mais variegado.

A nova organização da produção e do processo de trabalho, com o advento de novas técnicas e das tecnologias da informação, transformou o mundo do trabalho, no que ficou conhecido como reestruturação produtiva reduzindo os postos de trabalho na indústria. Se esse processo tem início a partir dos anos de 1970 nos países capitalistas avançados, na cidade de São José dos Campos isso é percebido a partir de 1990, como pudemos ver anteriormente. A volatilidade do mercado, do aumento da competição e do estreitamento das margens de lucro, além do enfraquecimento do poder sindical, culminando em regimes e contratos de trabalho mais flexíveis (HARVEY, 2013, p. 143). Ainda segundo Harvey (idem, p. 140):

A acumulação flexível envolve rápidas mudanças de padrões do desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego no chamado “setor de serviços”, bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas (idem)

A partir da análise do contexto global, Fernandes apresenta sua visão a respeito do planejamento urbano:

Não podemos apenas nos preocupar com a questão urbana ou o problema social, mas temos que estar atentos a toda uma dinâmica composição de forças

políticas e econômicas inserida dentro de um jogo de forças e decisões internacionalizadas. Olhamos a estrutura física urbana e de serviços municipais, que exigem sempre novos investimentos, mas compartilhamos nossa atenção às alternativas econômicas que vão permitir a criação de mais empregos em novos segmentos de produção. Quando a administração se volta estrategicamente para o futuro não significa que ela abandone necessariamente o presente<sup>97</sup>.

Aqui temos, de maneira explícita, o que já colocamos anteriormente a respeito do planejamento estratégico urbano. De maneira muito semelhante à colocada por Fernandes, Carlos Vainer aponta criticamente:

Se durante longo período o debate acerca da questão urbana remetia, entre outros, a temas como crescimento desordenado, reprodução da força de trabalho, equipamentos de consumo coletivo, movimentos sociais urbanos, racionalização do uso do solo, a nova questão urbana teria, agora, como nexo central a problemática da competitividade urbana (VAINER, 2011, p. 76).

Como podemos ver, a análise da conjuntura realizada por Fernandes, leva-o a pensar estrategicamente a questão urbana. O tema central aqui, portanto, é a competitividade urbana visando tornar a cidade mais competitiva para receber investimentos.

É a cidade como mercadoria (VAINER, 2011, p. 78), que deve ser vendida em um mercado em que outras cidades também estão à venda. Nesse sentido, tornam-se requisitos indispensáveis:

a constituição de um centro urbano de gestão e serviços avançados, organizados, invariavelmente, em torno de um aeroporto internacional; um sistema de telecomunicações por satélite; hotéis de luxo, com segurança adequada; serviços de assistência secretarial de inglês; empresas financeiras e de consultoria com conhecimento da região; escritórios de governos regionais e locais capazes de proporcionar informação e infraestrutura de apoio ao investidor internacional; **um mercado de trabalho local com pessoal qualificado em serviços avançados e infraestrutura tecnológica** (BORJA & CASTELLS, 1997, p. 37 *apud* VAINER, 2011, P. 79, grifos do autor).

Faz-se necessário, também, que se divulgue uma “boa imagem da cidade” e seus atributos valorizados pelo mercado externo:

O governo local deve promover a cidade para o exterior, desenvolvendo uma imagem forte e positiva apoiada numa oferta de **infraestruturas e de serviços** (comunicações, serviços econômicos, oferta cultural, segurança, etc.) que exerçam atração de investidores, visitantes e usuários solventes à cidade e que facilitem suas 'exportações' (de bens e serviços, de seus profissionais etc.) (CASTELLS & BORJA, 1996 *apud* VAINER, 2011, P. 80, grifos do autor).

---

<sup>97</sup> FERNANDES, Emanuel, 1982, p.2, **Jornal ValeParaibano**

Voltando ao artigo de Fernandes, fica claro suas influências e intenções:

[...]Essas considerações são necessárias quando chegamos na São José dos Campos que completa 231 anos de fundação e pode se **orgulhar de uma infraestrutura moderna e competitiva, que atrai indústria e talento, capazes de nos assegurar um lugar nesse futuro de economia globalizada.** A São José dos Campos de hoje já respira a atmosfera cosmopolita e internacionalizada do novo milênio. E, o que é mais importante, sua gente, seus institutos de ensino e pesquisa, suas indústrias e seu comércio e serviço estão preparados ou equipando-se para esses novos tempos dos empreendedores.[...]

A administração de um município como São José dos Campos, **o maior do interior, quarto do Estado em arrecadação de ICMS e polo dos mais avançados segmentos da indústria, -o aeroespacial e de telecomunicações-**, é um desafio à criatividade e a capacidade gerencial de toda uma equipe, porque nos força a repensar diariamente **nas necessidades presentes e futuras desse centro cosmopolita de produção e negócios** [...]<sup>98</sup>

Ainda no mesmo artigo, são apresentados resultados parciais dessas ações:

Na estratégia da preparação para o futuro, conseguimos em 18 meses reverter o quadro da “década perdida.” Do quase zero investimentos de anos anteriores, a partir de 97 São José dos Campos contabilizou R\$860 milhões de investimentos de novas empresas ou ampliações das fábricas já existentes e temos a indicação que a virada do milênio novas empresas estão apostando em São José dos Campos com investimentos de mais de R\$ 2 bilhões<sup>99</sup>.

Em propaganda realizada pela Prefeitura Municipal de São José dos Campos na mesma edição do jornal, são reforçadas as qualidades da cidade como um bom lugar de investimento:

São José dos Campos chega aos 231 anos. Mas com um corpinho de 2000

São José dos Campos chega aos 231 anos escolhendo o seu futuro: ser uma cidade de vanguarda, voltada para os mais altos padrões de produção e para a qualidade de vida. Hoje é uma cidade com tudo no lugar: a organização urbana, o projeto industrial, o ensino de primeiro mundo, a excelência tecnológica, o comércio dinâmico, os serviços eficientes. Maior centro de pesquisa aplicação de ciência e alta tecnologia do Brasil, exporta aviões, fabrica satélites, abriga empresas do setor automobilístico ao farmacêutico e eletrônico, e começa a tornar-se um pólo de telecomunicações. Graças a consistente infraestrutura e uma política de desenvolvimento planejado, São José dos Campos é referência para implantação de indústrias de ponta. Desde 97 o município tem recebido um grande número de novas empresas. Agora são mais de 700, criando progresso avanço tecnológico, riquezas e oportunidades. As cinquenta maiores faturam U\$ 10,7 bilhões de dólares no ano passado, quando o município recebeu investimentos de 860 milhões de dólares, Sua vocação para a modernidade é irresistível. Por tudo isso e mais 500 mil habitantes envolvidos com a cidade, São José dos Campos não esconde: tem a cara, o corpo e a alma do novo século. E a Prefeitura está

<sup>98</sup> FERNANDES, Emanuel, 1982, p.2, **Jornal ValeParaibano** (grifos do autor)

<sup>99</sup> idem

comemorando com aqueles que vivem e trabalham no município. (PMSJC, 1998, p. 36)

Voltando ao artigo escrito por Fernandes (1998), com relação ao tema central de nossa pesquisa, há elementos importantes com relação à compreensão do empreendedorismo na cidade. Fernandes faz duas citações diretas ao empreendedorismo “E, o que é mais importante, sua gente, seus institutos de ensino e pesquisa, suas indústrias e seu comércio e serviço estão preparados ou equipando-se para esses **novos tempos dos empreendedores**<sup>100</sup>”, e “Essa é a nossa São José dos Campos de hoje. Retomou o crescimento, reorientou sua política administrativa e prepara-se, com a **esperança de sua gente empreendedora** para o novo milênio”<sup>101</sup>

Após as considerações feitas anteriormente, podemos entender como “novos tempos empreendedores”, a economia mundial a partir da “acumulação flexível” (HARVEY, 2013, p. 140), “informacional, global e em rede” (CASTELLS, 2016, p. 135), um tempo de “compressão do espaço-tempo” (HARVEY, 2013, p. 140).

As ideias de cidade e do joseense como empreendedores, também podem ser identificados nesse artigo, no sentido de promover as boas qualidades da cidade. Ambas estão relacionadas a estarem preparadas ou se preparando para os “novos tempos dos empreendedores”. No caso da cidade, referem-se a sua infraestrutura, institutos de ensino e pesquisa, indústrias e comércios. Já no caso de o Joseense ser empreendedor, explicita-se sua população e mão de obra qualificada que foram atraídos para a cidade.

Desta maneira, fica claro que ao tratar a cidade e o joseense como empreendedor, aumenta-se o quociente de capital simbólico coletivo em torno de uma marca de distinção visando atrair investimentos. Com relação aos investimentos recebidos na cidade, tanto Fernandes quanto a prefeitura local fazem questão de explicitá-los sempre que possível.

A partir desta edição (1998), propagandas da prefeitura municipal apresentam um novo logotipo (Figura 12). O novo slogan capta com precisão a questão da auto iniciativa e da parceria propostas, direta ou indiretamente, nos artigos de Fernandes: “**É a gente que faz**”.

---

<sup>100</sup> FERNANDES, Emanuel, 1982, p.2, **Jornal ValeParaibano** (grifos do autor)

<sup>101</sup> Idem

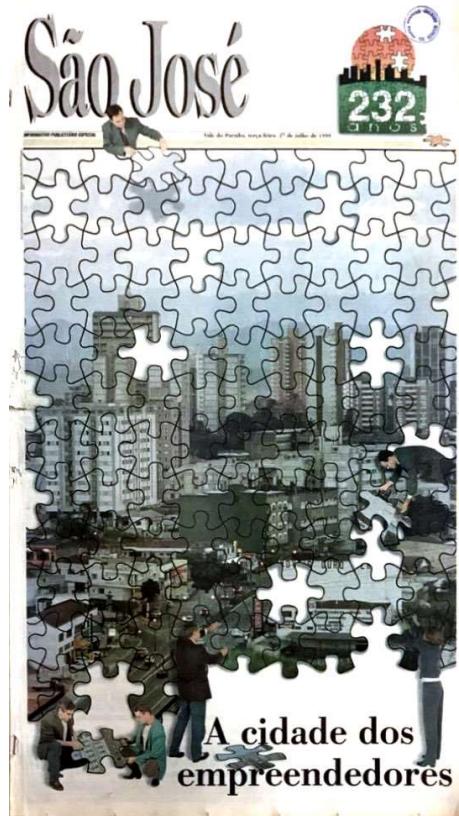
Figura 12 - Logotipo e slogan da gestão Fernandes (1997-2000)



Fonte: São José dos Campos chega aos 231 anos. Mas com um corpinho de 2000, PMSJC, 1998, p. 36)

O esforço em criar uma marca de distinção em torno do empreendedorismo na cidade tem efeito já no ano de 1999. Neste ano, a edição do JVP traz como título: “A cidade dos empreendedores”, de fundo, vemos a cidade sendo montada como um quebra-cabeças por diversas pessoas, uma alusão aos empreendedores que constroem a cidade (Figura 13).

*Figura 13 - Capa da edição comemorativa de aniversário da cidade do jornal ValeParaibano - 1999*



Fonte: Jornal ValeParaibano, Especial São José, 27 de julho de 1999, capa

Nesta edição, diversas matérias apresentam negócios de sucesso ou pessoas que teriam um perfil empreendedor, aqui entendido como pessoas que abrem negócios nos mais distintos setores.

Podemos ver como o discurso acerca do empreendedorismo é incorporado pelo JVP, logo no editorial, com a apresentação da edição temática:

#### Aos Joseenses de coração

No 232º aniversário de São José dos Campos, este caderno especial do Vale Paraibano faz uma homenagem a essa terra de oportunidades e principalmente à sua gente, **que cada vez mais dá mostras de ter um perfil empreendedor.**

O suplemento deste ano tem a proposta de enfocar o **esforço dos Joseenses de coração** para tornar a cidade cada vez mais forte no cenário econômico e cada vez mais humana no tocante à solidariedade dispensada aos mais necessitados.

**A homenagem vai para todos os habitantes do município, independentemente de terem ou não nascido em São José.**

Essa publicação tenta apresentar -- numa espécie de amostragem -- a rotina de pessoas que batalham diariamente em busca de melhores condições de vida

para si e para a sociedade joseense. **São pessoas que acreditam na cidade e que acreditaram até mesmo nos momentos de crise aguda, como no início da década atual.**

Em São José dos Campos investiram suas ideias, seu dinheiro e seu trabalho na tentativa de transformar a sociedade para melhor.

**Entre essa gente estão incluídos as personalidades como o prefeito Emanuel Fernandes e o engenheiro Ozires Silva -- o fundador da Embraer que tanto enche de orgulho a indústria brasileira<sup>102</sup>.**

É interessante notar como questões como o “Joseense dar mostras de ter um perfil empreendedor” e de contemplar como “Joseense do coração” todos os habitantes da cidade, independentemente de terem ou não nascidos na cidade, como será visto em detalhes em seção posterior, passam a fazer parte do discurso do jornal.

Citado no editorial como uma das pessoas que “investiram na cidade”, nesta edição, ao invés de um artigo de Fernandes, há uma entrevista com ele, que reproduzimos a seguir:

Fernandes viu, veio e venceu: estudante deixou ostracismo de Américo de Campos, se formou no ITA e conquistou o Paço

**Mais do que prefeito da cidade, o cidadão Emanuel Fernandes é exemplo de empreendedor, uma espécie de protótipo de joseense de coração.** Aos 18 anos chegou no município, vindo de uma cidade que muita gente não sabe em que parte fica no mapa. Do ostracismo do interior para os bancos de um dos mais concorridos institutos do país -- o ITA, em São José -- só mesmo com muito espírito empreendedor, algo que o levou ao Paço Municipal, até mesmo pela identificação com seus eleitores, que viram nele “um semelhante”. Aliás, o próprio engenheiro Fernandes faz questão de dizer isso várias vezes, como na entrevista abaixo. A seguir, trechos da conversa em que ele lembra de sua trajetória e revela sua paixão por São José dos Campos.

ValeParaibano - Qual a sua origem e quais eram as suas perspectivas profissionais na adolescência ?

Emanuel Fernandes - Eu vim de uma pequena cidade do interior de São Paulo, perto de São José do Rio Preto - Américo de Campos - onde vivi até os 18 anos. Naquela época , o sonho de todo mundo da minha idade era sair de lá, ir para uma grande cidade e trabalhar. E eu descobrir que aqui tinha o ITA - descobri lendo os jornais. E eu achei que era a única escola na qual eu poderia estudar, porque meus pais não podiam pagar meus estudos.

VIP - Quando e como se deu sua vinda para São José ?

Fernandes - Vim para São José em maio de 74. Eu tinha uns colegas que trabalhavam na GM e eles me falaram: “olha, você pode fazer o cursinho preparatório do ITA - descobri lendo os jornais. E eu achei que era a única escola na qual eu poderia estudar, porque meus pais não podiam pagar meus

---

<sup>102</sup> “Aos Joseenses de coração”, O Editor, 1999, p. 2 - Jornal ValeParaibano (grifos do autor)

estudos.

**VP - Quando e como se deu sua vinda para São José?**

Fernandes - Vim para São José em maio de 74. Eu tinha uns colegas que trabalhavam na GM e eles me falaram: “olha, você pode fazer o cursinho preparatório do ITA e trabalhar na GM”. E eu vim para trabalhar na GM - eu era auxiliar de escritório - e fazer o cursinho. Eu era muito “caixas”, estudava bastante e depois de muito custo consegui entrar no ITA, em 76.

**VP - E depois do ITA, como surgiu a política em São José ?**

Fernandes - Em paralelo à minha atividade, já no Inpe, veio à política, e veio por causa da Juana (sua mulher Juana Blanco). Ela era mais ou menos uma militante, tinha sido militantes no Comitê Brasileiro da Anistia. No começo, eu era um pouco ligado ao Luis Paulo (Luiz Paulo Costa - auditor geral do município), depois ao prefeito Hélio Augusto e o Alwan (Antônio Alwan - que integra seu governo), que era vereador na época. Eu frequentava o PMDB era filiado ao partido e mais tarde veio o PSDB. Mas eu nunca havia pensado em ser candidato. A gente alimentava o Alwan e alguns outros.

**VP - Hoje, o senhor faria tudo novamente -- a vinda para São José, o ITA ?**

Fernandes - Olhando para trás, ao invés de só querer entrar no ITA, eu poderia ter feito Poli, USP ou São Carlos... Mas quem é do Américo de Campos, uma cidade pequena, é muito “caipira” no sentido exato do termo. Você não tem conhecimento dos códigos da cidade, nem nada...Você é tímido, retraído. Eu conheci elevador com 14 anos e São Paulo com 18 (risos). Eu era mesmo do código rural. Sair de casa e de repente estar sozinho foi muito difícil, mas isso eu acho que faria novamente sim.

**VP - Por quê ?**

Fernandes - Porque no Brasil, uma das formas de ascensão social é o estudo. E eu tinha um pouco dessa consciência. Quando vou para o interior, vejo que as pessoas não têm essa visão. Eu tive, talvez a sorte, de ter cruzado pessoas interessantes que me despertaram o fato de vir para cá. Eu insisto: uma pessoa de Américo de Campos passar no ITA...Ninguém arriscava grandes saltos e é aí que eu acho que falta um pouco de espírito empreendedor.

**VP - E como o senhor define esse espírito empreendedor relacionado à sua pessoa?**

**Fernandes - De todas as coisas que eu aprendi, posso resumi-las assim: se você tem um problema, você precisa olhar para duas vertentes - ou está faltando vontade para resolvê-lo (vontade, trabalho, persuasão) ou está faltando sabedoria. Inclusive na engenharia, há paralelos em relação a isso. E a vertente trabalho, na minha opinião, tem a ver com o espírito empreendedor. Quer dizer, você precisa estabelecer metas e correr atrás. Isso é um pouco do que tive lá no passado. Ou seja, a probabilidade de uma pessoa de Américo de Campos passar no ITA é mínima, mínima...Foi fruto do esforço mesmo; Por isso, acredito que o espírito empreendedor é um potencial que as pessoas precisam ser despertadas para isso.**

**VP - Em linhas gerais, como o senhor define o perfil de gente que, como o**

**senhor veio para cá.**

**Fernandes - São José não é uma cidade formada por uma leva de migrantes errantes. As pessoas vieram para cá para fazer as suas vidas. E isso é um potencial tremendo. É mais ou menos como aqueles caras que foram fazer a América ou os imigrantes que vieram para o Brasil. Aqui é uma terra de oportunidades.**

**VP - Trata-se de uma vertente que veio para ficar ?**

**Fernandes - Aí é que está. Para você perder essa característica de que essa é uma cidade de oportunidades, de gente que vem e quer trabalhar é muito fácil. Se você ficar que não dão certo, você “chuta o balde” mesmo. Mas se nós não fizermos isso, São José nem tudo para crescer a ser um dos melhores lugares para se viver.**

**VP - O senhor tem alguma cidade modelo depois de São José ?**

**Fernandes - Não. Desde que eu cheguei com 18 anos, nunca pensei que me mudar daqui. Gosto muito da cidade onde nasci, mas por São José eu torço mesmo. Eu acho que São José vai ser**

**Uma das principais cidades do mundo. Eu acredito nisso e sou bastante ambicioso<sup>103</sup>.**

O primeiro ponto de destaque, cujo tema será analisado em seção posterior é a apresentação de Fernandes como “[...] exemplo de empreendedor, uma espécie de protótipo de joseense de coração” e a ideia de que “os eleitores viram em Fernandes um semelhante”. Temos nessa relação tanto a ideia do “protótipo de joseense” enquanto empreendedor.

Ricardo Júlio (2011, p. 429), ao fazer a apresentação de Emanuel Fernandes para entrevista concedida e publicada em “Com a palavra o Prefeito”, a faz de maneira semelhante no editorial do JVP. Neste sentido, apresenta o que acredita serem os motivos da identificação dos eleitores com Fernandes:

[...] Fernandes personificou dois valores essenciais, quase sagrados, do imaginário de uma cidade trabalhadora e tecnológica como São José dos Campos. Por um lado, ele enquadrou-se perfeitamente na figura idealizada do homem de bem, íntegro, que venceu por seus méritos pessoais, pela força do estudo e do trabalho, sem favorecimento, sem privilégio e sem malandragem. Por outro, incorporou o arquétipo do “homem da ciência”, que busca soluções racionais e não ideológicas, não enviesadas, para os problemas da sociedade (JULIO, 2008, p. 429).

A identificação do eleitor com Fernandes e sua liderança corroboram com o projeto de “vocação empreendedora”. Nesse sentido, Carlos Vainer (2011, p. 97), ao se referir às ideias

---

<sup>103</sup> “Fernandes viu, veio e venceu: estudante deixou ostracismo de Américo de Campos, se formou no ITA e conquistou o Paço”, 1999, p. 2, **Jornal ValeParaibano** (grifos do autor)

dos principais consultores catalães de planejamento estratégico urbano, Carlos Vainer (2011, p. 97) identifica a importância dada a uma liderança personalizada como elemento estruturador de um projeto:

[...] a individualização de lideranças carismáticas torna-se elemento estruturador do próprio projeto [de cidade]. [...] Um governo forte, personalizado, estável, apolítico, carismático, expressando a vontade unitária de toda uma cidade de manter a trégua e a coesão interna a fim de afrontar, com base num projeto competitivo e no patriotismo cívico, as outras cidades (VAINER, 2011, p. 97)

Nesse sentido, cabe lembrar que em artigo de 1996, Fernandes faz referência ao “poder político”, tendo os governantes como exemplo de autoridade e liderança<sup>104</sup>.

Segundo Ricardo Júlio (2011), Fernandes estabeleceu hegemonia na Câmara municipal, tendo que lidar com pouca oposição, beneficiando-o junto à opinião pública:

Mas Emanuel conseguiu escapar ileso à cobrança da opinião pública quanto à suposta “Fábrica de Empregos”. Por meio de um relacionamento estreito com os vereadores, ele estabeleceu uma absoluta hegemonia na Câmara, que chegou até a ser chamada pela imprensa de “Pax Tucana”. Além disso, a oposição a Emanuel foi sempre desarticulada, sem um foco claro de atuação. O ex-prefeito também contou, desde o princípio com um forte apoio da classe média e dos empresários. (JÚLIO, 2011, p. 433)

Ao analisar as matérias do JVP, não encontramos nenhuma crítica à questão do empreendedorismo. Até o ano 2000, rara são as matérias que criticam as ações da prefeitura municipal em qualquer sentido, como material publicitário do Sindicato dos Metalúrgicos de São José dos Campos Região: “Apesar da falência da “fábrica de empregos” criada pela Prefeitura e do aumento desenfreado do desemprego em nossa cidade, a esperança de virar este jogo está na luta dos trabalhadores<sup>105</sup>.

Voltando à entrevista publicada no JVP em 1999, novos elementos acerca do empreendedorismo são apresentados. Segundo Fernandes, para resolver um problema são necessários, vontade/trabalho/persuasão ou sabedoria. Nesse sentido, o empreendedorismo está relacionado ao trabalho para a resolução de um problema ou ao estabelecimento de metas seguido pelo trabalho (correr atrás). Relaciona o empreendedorismo ao esforço individual, vendo nisso um grande potencial.

<sup>104</sup> FERNANDES, Emanuel, 1996, p.9 - **Jornal ValeParaibano**

<sup>105</sup> “Parabéns São José dos Campos” (Sindicato dos Metalúrgicos de São José dos Campos Região), 2008, p. 11  
**Jornal ValeParaibano**

A partir destes elementos, e valendo-se dos entendimentos apresentados em artigos anteriores, podemos entender o empreendedorismo em um sentido mais amplo, como sendo **um esforço individual (trabalho) para alcançar um objetivo (solução de um problema)**.

Outro importante elemento identificado na entrevista, refere-se à ideia da cidade como “terra de oportunidades”. Essa ideia é também reforçada em artigos e materiais publicitário da prefeitura municipal em anos posteriores (Figura 14).

*Figura 14 - Propaganda da PMSJC - Terra de Oportunidades*



## São José dos Campos, a cidade das oportunidades.

<b>2<sup>a</sup></b> maior cidade exportadora do Brasil	<b>20<sup>a</sup></b> melhor cidade brasileira para se trabalhar
<b>9<sup>a</sup></b> melhor cidade para se fazer negócios no Brasil	<b>65%</b> de redução no Índice de mortes violentas
<b>92%</b> de vias pavimentadas	<b>99%</b> das crianças em idade escolar frequentam a escola

**São José dos Campos é uma excelente oportunidade de investimento.**

Possui localização privilegiada, é o maior pólo aeroespacial da América Latina, ocupa o 2º lugar dentre os municípios brasileiros no ranking de exportação e conquistou a 9ª posição no PIB do Brasil e 3º no Estado de São Paulo.

Por tudo isso, o município atrai muitos investidores. Mas os que realmente se tornam bem-sucedidos são aqueles que, além de aproveitar o potencial econômico de São José, assumem um verdadeiro compromisso com a cidade, as pessoas e o meio ambiente.

  
**Cidade de  
São José dos Campos**  
 Prefeitura Municipal  
[www.sjc.sp.gov.br](http://www.sjc.sp.gov.br)

Fonte: Jornal ValeParaibano, Caderno Especial, 27 de julho de 2006, p. 21

Tem-se na ideia de “terra de oportunidades” uma relação direta com a ideia de “cidade empreendedora”, colocando-se como atraente para receber investimentos. Se a relacionarmos com a ideia de “joseense empreendedor”, por sua vez, reforça-se a ideia de responsabilização

dos cidadãos por sua situação de emprego. Se relembrarmos a parceria proposta por Fernandes, cabendo à prefeitura investir e ao cidadão trabalhar, é possível entender que os investimentos estão sendo realizados pela prefeitura, criando uma terra de oportunidade e cabe, ao cidadão, aproveitar as oportunidades. O “insucesso” do cidadão (em sentido amplo), portanto, associa-se a falta de esforço individual (de trabalho) para aproveitar as oportunidades oferecidas pela cidade.

Outra matéria publicitaria realizada pela prefeitura de São José dos Campos no ano do 1999, também apresenta aspectos relacionados à cidade-mercadoria, ao mostrar-se interessante para a realização de investimentos, assim como exalta-se os investimentos já realizados. A ideia do Joseense empreendedor aparece aqui como uma variação do slogan (já apresentado anteriormente). Ao invés de “É a gente que faz”, “**Gente que faz**”:

O aniversário é de São José, o presente é para todos PMSJC

São José dos Campos comemora 232 anos neste 27 de Julho. E a cidade tem motivos para comemorar. **Os investimentos, depois de muitos anos voltaram e já somam mais de um bilhão e seiscentos milhões de dólares nestes dois anos e meio.**

**Novas empresas, nacionais e internacionais, estão investindo e apostando em São José dos Campos. O ICMS cresceu nada menos do que 6,7% de 97 para 98 e hoje somos o município de maior arrecadação do Interior e o quarto do Estado, com um valor total de quase sete bilhões de reais.**

**Os Investimentos públicos não ficam atrás. Aumentaram as verbas para a Saúde e a Educação, o que totaliza um investimento de 360 milhões de reais (97 e 98) nessas áreas fundamentais para a população. Com isso muitos outros programas sociais, foram reduzidos os índices de mortalidade infantil, o número de cáries nos dentes de nossas crianças e os programas de prevenção a doenças. E aumentaram as salas de aula e a qualidade de ensino.**

**São José dos Campos está hoje entre as melhores no “ranking” nacional, entre as cidades que ostentam excelente qualidade de vida e são ótimas para novos investimentos.**

Não é bom um aniversário assim? Com ótimas notícias?

Mas não é só isso, para comemorar os 232 anos do Município, a Prefeitura tem muitos presentes úteis para a população. **Afinal, quem faz a cidade somos nós. Gente que faz**<sup>106</sup>.

Já no artigo escrito por Fernandes, no ano de 2000, temos um retorno às principais ideias

---

<sup>106</sup> “O aniversário é de São José, o presente é para todos”, PMSJC, 1999, p. 27, **Jornal ValeParaibano** - (grifos do autor)

já analisadas aqui. Por esse motivo, apresentamos o sem analyses.

A sua leitura precisa ser feita levando em conta que Fernandes, neste ano, se candidata à reeleição da prefeitura municipal tendo esse fato, clara influência no artigo:

#### São José volta a ser São José

Nossa cidade está experimentando nesses quatro últimos anos muito mais que a simples retomada do desenvolvimento econômico depois de quase quinze anos de completo marasmo **com níveis próximos a zero de investimentos empresariais e, em consequência, total desestruturação dos serviços públicos e sensível queda da qualidade de vida da população.**

**Em nossa administração implantou-se não apenas uma forte prioridade voltada a recolocar o município na agenda dos grandes investimentos, como também uma política de resgate da cidadania e da grande dívida social com a população carente e demagogicamente explorada por segmentos minoritários da classe política.**

O município recuperou a sua economia, reequilibrar suas finanças, pagou suas dívidas. **Os investimentos voltaram com mais força. Avançamos no crescimento de nossa atividade econômica e somos hoje o primeiro do Interior e o segundo do Estado na arrecadação de ICMS. A cidade já atraiu mais de 2,9 milhões de dólares em investimentos e criou 20 mil empregos diretos além de 45 mil indiretos. E continua sendo apontada como a que mais tem atraído investimentos empresariais em São Paulo.** É a São José dos Campos voltando a ser São José dos Campos dos anos 70, quando se transformou em grande polo industrial.

Em nossa administração, a cidade não apenas voltou a crescer, como também a fazer obras públicas esquecidas por outras administrações, gerando graves déficits em vários setores.

Hoje temos orgulho e plenas condições de afirmar que o compromisso com a modernidade de São José dos Campos vai muito além do grande conjunto de obras urbanas que estão sendo feitas, fazendo valer cada centavo investido, para recuperar o tempo perdido. Nossa compromisso está também diretamente ligado à implementação do resgate social, tornando cada cidadão, independentemente de sua categoria social, um município integrante das aspirações e das conquistas do município.

**A administração de um município como São José dos Campos, polo dos mais avançados segmentos da indústria nacional - o automobilístico, o aeroespacial e o de telecomunicações- é um desafio diário à criatividade e a capacidade gerencial de toda uma competente equipe, formada por gente de São José, porque exige, o repensar permanente das necessidades presentes e futuras desse centro cosmopolita de produção e negócios.**

**A orientação é, ao mesmo tempo, em que se gerencia a questão urbana ou o problema social, a busca incessante de ações voltadas para o planejamento futuro de São José dos Campos. Não é permitido esquecer que nossas indústrias e nosso comércio já estão integrados ou preparam-se para participar desse mundo globalizado. É preciso estar atento às**

**alternativas econômicas que vão permitir a criação de mais empregos em novos segmentos de produção.**

**Quando a administração municipal de São José dos Campos volta-se estrategicamente para o futuro,** não significa que ela deixa de lado necessariamente o presente. Ao contrário, um rápido balanço da nossa administração mostrará que já avançamos muito na realização de obras e da solução de problemas, mas crônicos. Mas o importante não é fazer uma contabilidade de obras ou enumerar realizações, se esquecemos o fundamental. Como princípio básico de nossa administração não está o gerenciamento obstinado de obras como marketing político, mas implantação de bases para uma profunda reforma nos métodos de administração do dinheiro público e da condução da política municipal, capaz de promover a verdadeira inclusão social, restando a enorme dívida com a população carente do município.

**Essa é a São José dos Campos que queremos celebrar e deixar como exemplo, às gerações futuras, dos novos empreendedores, que construiram certamente muitos outros condomínios empresariais segmentados para atender às cadeias produtivas instaladas no município.** Esse é compromisso de seriedade que queremos deixar como nossa contribuição ao processo político joseense<sup>107</sup>.

Como vimos, o discurso acerca do empreendedorismo guarda íntima relação com a questão da competição entre as cidades, disputando investimentos.

A partir dos artigos de Fernandes, identificamos um esforço não apenas em aumentar as vantagens comparativas da cidade, mas criar uma marca que a diferencie das demais e seja reconhecida no “mercado das cidades”. Para isso, busca-se aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno da “vocação empreendedora”, através do discurso de que “a cidade é empreendedora” e de que “o Joseense é empreendedor”. É a partir destas duas ideias que seguiremos nossas análises, utilizando-as como fio condutor para as próximas seções.

### **2.2.1 “A cidade é empreendedora” enquanto Capital Simbólico Coletivo**

No projeto de cidade preocupada em aumentar sua competitividade urbana fazendo uso da ideia da “vocação empreendedora”, destacam-se tanto ações, quanto estratégias discursivas que visem não apenas aumentar as vantagens comparativas do município, mas criar uma “marca” que seja reconhecida no “mercado”, relaciona a uma cidade com características diferenciadas para receber investimentos e se realizar negócios.

As ações relacionadas ao empreendedorismo na cidade se iniciam, de forma

---

<sup>107</sup> FERNADES, Emanuel Fernandes, 2000, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

sistematicamente estruturada, a partir de 1997, com a criação da secretaria de desenvolvimento econômico, também chamada de “Fábrica de Empregos” (lei n.º 5069/97), durante a gestão de Emanuel Fernandes. Como destaca Ricardo Júlio (2008, p. 433), a fábrica de empregos foi a principal promessa de campanha de Fernandes, ainda no ano de 1996: “Ele foi conduzido ao 7º andar do Paço Municipal com o compromisso de transformar a prefeitura e a cidade numa ‘Fábrica de Empregos’. Nesse sentido, afirma em entrevista concedida a Júlio, quando questionado se a geração de “emprego não depende mais da economia global”:

É, com certeza, depende da economia global. Mas o que a gente queria dizer à época (campanha eleitoral) [...] é que queríamos retomar a busca por empresas que São José tinha tido no passado. Um prefeito moderno não constrói simplesmente praças. Ele deve melhorar vantagens comparativas da cidade.” (JULIO, 2008, p. 456)

Consultando a legislação acima referida, podemos identificar, já na Fábrica de Empregos, as diretrizes que nortearão a ideia de cidade de empreendedora:

**Art. 4º** A Assessoria de Planejamento Estratégico e Informações compete promover estudos e/ou pesquisas para subsidiar os planos, programas e projetos; analisar e propor cenários alternativos que assegurem o planejamento em desenvolvimento; avaliar os programas matriciais; e manter banco de dados.

**Art. 5º** A Assessoria de Promoção e Captação de Empreendimentos compete promover as **vantagens comparativas do Município**, ampliando as oportunidades de trabalho, fomentando o crescimento econômico e atraindo empreendimentos.

**Art. 6º** A **Assessoria de Apoio ao Empreendedor** cabe identificar e coordenar processos de **desburocratização e facilitação para implantação de empreendimentos, aumentar o grau de eficiência na promoção dos negócios; bem como criar meios de organização e operacionalização de empreendimentos.**

**Art. 7º** A Assessoria de Fomento Econômico e Financeiro objetiva dar **suporte e consultoria para o acesso dos empreendedores às linhas de crédito existentes**, atuando como agente facilitador dos empreendimentos, ampliando a disponibilização da poupança local e externa para investimentos.

**Art. 8º** A Assessoria do Trabalho e Geração de Emprego e Renda cabe atuar na **requalificação profissional; fomentar o espírito empreendedor;** melhorar o ambiente propício aos investimentos produtivos a geradores de trabalho e renda; coordenar ações que objetivem a geração de emprego e renda.

**Art. 9º** A gerência de Programas compete superintender os programas, atividades e projetos das Assessorias, subordinando sua atuação aos Assessores da respectiva área de atuação.

**Art. 10º** A Supervisão de Apoio Técnico cabe a assistência técnica das

Assessorias<sup>108</sup>.

Os três eixos destacados anteriormente podem ser identificados no artigo 5º, com a preocupação em aumentar as vantagens comparativas do município, com vistas a atrair investimentos para a cidade; no artigo 6º, com a questão de facilitar a implantação de novos empreendimentos na cidade e; no artigo 8º, em fomentar o espírito empreendedor.

Em se tratando das ações realizadas pela prefeitura local em promover a cidade através da “vocação empreendedora”, entendemos que são necessários padrões de investimentos em infraestrutura física e social no sentido de criar sinergia que possibilite a atração de investimentos. Neste sentido, São José dos Campos sai na frente, uma vez que já possuía, relativa boa infraestrutura física, conforme mostra pesquisa realizada pelo NEPO/UNICAMP/PMSJC, referente ao ano de 2003 (NEPO/UNICAMP/PMSJC,2003).

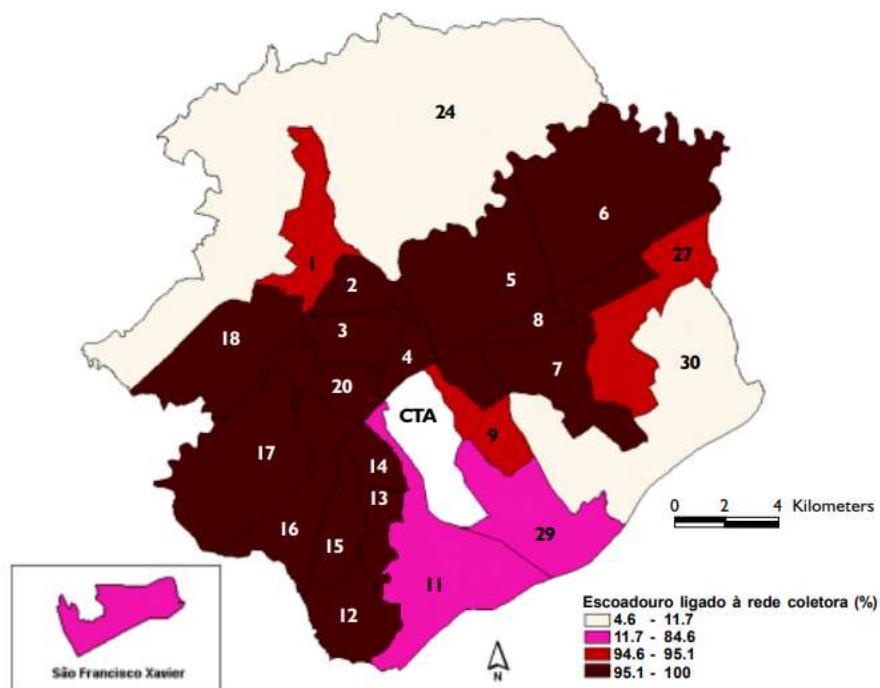
Aspectos como vias pavimentadas, iluminação pública, abastecimento de água, rede de esgoto, destinação do lixo, etc., já apresentavam relativos bons indicadores.

Apresentamos o mapa referente à domicílios urbanos com escoadouro ligado à rede coletora de esgoto, por ser emblemático com relação à infraestrutura mínima para uma cidade saudável. Demais gráficos estão nos Apêndices (mapa 01).

---

<sup>108</sup> PMSJC - LEI Nº 5069, DE 08/07/1997. Disponível em:< <https://leismunicipais.com.br/a/sp/s/sao-jose-dos-campos/lei-ordinaria/1997/507/5069/lei-ordinaria-n-5069-1997-dispoe-sobre-a-criacao-a-organizacao-e-o-funcionamento-da-secretaria-de-desenvolvimento-economico-fabrica-de-empregos-e-da-outras-providencias?q=fabrica+de+empregos>>

*Figura 15 Percentagem de Domicílios Urbanos com Escoadouro Ligado à Rede Coletora de Esgoto  
Setores Socioeconômicos do Município de São José dos Campos – 2003*



Fonte: Pesquisa de Instrumentação do Planejamento Urbano e Avaliação do Déficit Habitacional em São José dos Campos. NEPO/UNICAMP/PMSJC, 2003

Em entrevista à Ricardo Júlio (2011, p. 456), Fernandes destaca a importância da infraestrutura e da “imagem” da cidade para sua competitividade:

Um prefeito moderno não constrói simplesmente praças. Ele deve melhorar as vantagens competitivas da cidade [...]. Não digo que tenha atuação direta da prefeitura, mas a prefeitura ajuda. Vou dar exemplos. Se o presidente de uma empresa chega a São José e vê uma cidade limpa, ele nota a cultura da limpeza. Se a cidade ensina empreendedorismo, ajuda (RICARDO JÚLIO, 2011, P. 456)

Por conta da com relativa boa infraestrutura física, destacaremos ações da governança investindo em infraestrutura social (HARVEY, 2011, p. 191) de educação, tecnologia e ciência etc. voltadas ao projeto de “vocação empreendedora”.

Nesse sentido, cabe ressaltar que identificar ações materiais realizadas pela Prefeitura Municipal relacionadas ao empreendedorismo na cidade de São José dos Campos esbarra em uma questão conceitual. Se buscarmos as ações realizadas que explicitem de alguma maneira o termo “empreendedor/empreendedorismo”, deixaremos para trás ações que possam estar diretamente ou indiretamente relacionadas à questão do empreendedorismo, mas principalmente não levam

esse nome, principalmente às relacionadas às pequenas e médias empresas.

Por outro lado, a seleção de qualquer ação que não explice os termos acima citados, se daria a partir de interpretações e significações previas deste termo que, como vimos em seção à parte, é aberto e assume diversos significados nos mais diversos contextos. Desta maneira pode-se perder de vista as significações dadas pela governança local com relação a esse tema.

Em pesquisa realizada por Erica Carvalho (2009), diversas ações relacionadas ao empreendedorismo na cidade são identificadas, seguindo o segundo caminho acima indicado, ou seja, procurando ações em sentido “amplo” de empreendedorismo, mesmo que não toque diretamente neste termo. Utiliza, para tanto, metodologia de categorização de Melo Neto e Froes (2002, p.7, *apud* CARVALHO, 2009, p. 87). As ações são categorizadas “correntes”, conforme Tabela 11.

*Tabela 9 - Ações empreendedoras identificadas por Erica Carvalho*

**Corrente do Empreendedorismo com Fomento Tecnológico em São José dos Campos**

Ações Empreendedoras	Ano de Implantação	Área
Incubadora Tecnológica UNIVAP	1997	605 m <sup>2</sup>
Incubadora Tecnológica UNIVAP/REVAP	2000	650 m <sup>2</sup>
IncubAero – Incubadora para o setor Aeroespacial	2005	2500 m <sup>2</sup>
Incubadoras de Negócios (Prefeitura Municipal)	2005	1697 m <sup>2</sup>
Parque Tecnológico UNIVAP	2005	20000 m <sup>2</sup>
Parque Tecnológico de São José dos Campos	2006	30000 m <sup>2</sup>

**Corrente do Empreendedorismo com Fomento a Gestão em São José dos Campos.**

Ações Empreendedoras	Ano de Implantação
Programa Desenvolvimento Comunitário – PRODEC	1999
Centro de Educação Profissional Hélio Augusto de Souza – CEPHAS / FUNDHAS	2000
Centro de Educação Empreendedora – CEDEMP	2004
Centro de Integração da Pessoa com Deficiência – Integra	2007
Feira do Jovem Empreendedor Joseense	2002
Programa Aprendiz	sem data
Profissional do Futuro	1999
Desenvolvimento Jovem Talento	2002
Projeto Vale a Pena Viver – UNIVAP	2003
Cidadão Empreendedor	2003
Bolsa Auxílio Qualificação	2003
PAT Mirim – Fundhas	2005
Mundo Digital	2006
Decolar	2007

**Corrente do Empreendedorismo como Estratégia de Desenvolvimento Local em São José dos Campos.**

Ações Empreendedoras	Ano de Implantação
Arranjo Produtivo Local Aeroespacial	2006
Arranjo Produtivo Local de Tecnologia da Informação e Comunicação	2007

**Corrente do Empreendedorismo como Estratégia de Desenvolvimento das PME's em São José dos Campos.**

<b>Ações Empreendedoras</b>	<b>Ano de Implantação</b>	<b>Lei</b>
Serviço de Inspeção Municipal – SIM	1991	LM 4.129/91
Sala do Empreendedor	1997	LM 5.797/00
Banco do Empreendedor Joseense – BEJ	1998	LM 5.189/98
Posto de Atendimento ao Trabalhador – PAT	1998	
Disque Serviços	1998	
Lei Fundo de Quintal	1998	LC 172/98
Alvará Instantâneo	2005	LM 6.783/05
Plano Diretor para o Desenvolvimento (PDDI)	2006	LC 306/06
Lei Geral do Município	2007	LC 324/07

Criado a partir de CARVALHO, 2009, p. 87

Apesar da identificação e descrição das ações citadas já terem sido realizadas por Carvalho (2009), destacaremos algumas delas, seja pelo seu pioneirismo no Brasil ou no estado de São Paulo, ou por sua relevância no sentido e criar a “cidade empreendedora”, a começar pela Sala do Empreendedor Joseense.

Criada em 1997, como uma das primeiras ações da prefeitura municipal na gestão de Emanuel Fernandes, transformada em lei no ano de 2000 (nº 5797/2000), a sala do empreendedor tem como objetivo “analisar os processos burocráticos, agilizar e viabilizar a implantação de empreendimentos no Município, através da integração e cooperação dos órgãos públicos envolvidos<sup>109</sup>”

Na época de sua criação, foram reunidos na Sala do Empreendedor Joseense, representantes de sete Secretarias da Prefeitura Municipal, dentre elas a “fábrica de empregos”, além da Administração, da Fazenda, de Assuntos Jurídicos, de Obras de Transportes e de Planejamento<sup>110</sup>.

Na prática, houve uma redução drástica no tempo levado para a abertura de empresas no município, através da emissão de inscrição municipal, alvará de funcionamento, verificação e alteração de contrato e orientação do regramento legal<sup>111</sup>.

<sup>109</sup> Leis Municipais – São José dos Campos. Disponível em <<https://leismunicipais.com.br/a/sp/s/sao-jose-dos-campos/lei-ordinaria/2000/580/5797/lei-ordinaria-n-5797-2000-dispõe-sobre-a-criação-organização-e-o FUNCIONAMENTO-DA-SALA-DO-EMPREENDEDOR-SUBORDINADA-A-SECRETARIA-DE-DESENVOLVIMENTO-ECONÔMICO-E-DA-CIENCIA-E-TECNOLOGIA-E-DA-OUTRAS-PROVIDÊNCIAS?q=sala+do+empreendedor>> Acessado em 15/01/2019.

<sup>110</sup> Artigo do Jornal V..... (Serviço agiliza abertura de firma, 1999, p. 24).

<sup>111</sup> Prefeitura de São José dos Campos – Disponível em <https://www.sjc.sp.gov.br/noticias/2018/agosto/27/sucesso-da-sala-do-empreendedor-vira-modelo-para-outras-cidades/> Acessado em 15/01/2019.

O objetivo de facilitar e desburocratizar a abertura de novas empresas na cidade, visa em última instância, atrair investimentos para a cidade, como afirma Agliberto Chagas, assessor de Planejamento Estratégico do município em entrevista ao JVP, no ano de 1999: “[...] o serviço um estímulo a mais para investir em São José dos Campos<sup>112</sup>. ” Reforçando a “diretriz” da Fábrica de Empregos de atrair vantagens comparativas ao município.

São José dos Campos foi pioneira nacional na criação da Sala do Empreendedor, servindo de modelo para a implantação de ambientes semelhantes em diversas outras cidades, sendo esta uma das principais ações reconhecidas pelo prêmio do SEBRAE, “Prefeito Empreendedor” (SILVA, 2008). No ano de 2006, incorporou o serviço de emissão imediata de Inscrição Municipal e de licença de funcionamento, chamado “Alvará Instantâneo” (Lei Municipal n.º 6.783 de 2005).

Outra ação que merece destaque é a criação do Banco do Empreendedor Joseense, primeiro banco de microcrédito do Estado de São Paulo. Inaugurado em 1998, a partir da lei n.º 5189/98, foi criado com o intuito de emprestar dinheiro com taxas de juros abaixo das do mercado. A novidade, aqui, é a possibilidade de atender tanto a economia formal quanto a informal. Hoje mantém parceria com o Banco do Povo Paulista, programa de nível Estadual.

São José dos Campos é uma das cidades pioneiras no Brasil no ensino de empreendedorismo nas escolas, a partir da educação infantil. Iniciada na gestão de Fernandes (1997-2004), teve continuidade na gestão de Cury (2005-2012), sendo considerada por este, um dos maiores méritos da sua gestão (SILVA, 2008, p. 13).

Se lembrarmos que uma das diretrizes do PDDI (2006), é “fortalecer e difundir a cultura empreendedora” (SJC, 2006), podemos entender que a educação empreendedora tem papel fundamental nesse sentido, como veremos mais a frente, assim como ela é um reflexo desse esforço, já que uma das justificativas para a inclusão da educação empreendedora no ensino municipal da cidade é “a vocação natural do Município de São José dos Campos para ‘empreender’” (SECDEB- SJC, s/d). Carvalho concorda com essa ideia:

A proposta da educação empreendedora no município, [...] que colocou na agenda da educação municipal, nas escolas e pré-escolas, o programa Pedagogia Empreendedora, que se tornou um dos mais importantes instrumentos de difusão da visão empreendedora em São José dos Campos (CARVALHO, 2009, p. 104)

---

<sup>112</sup> “Serviço agiliza abertura de firma”, 1999, p. 24, **Jornal ValeParaibano**

A educação empreendedora visa, segundo Lopes e Teixeira (2010, p. 46), entusiastas desta proposta: “[...] o desenvolvimento e/ou fortalecimento de crenças, atitudes, habilidades e conhecimento, que redundam na prontidão do indivíduo para agir”. Segundo as autoras, São José dos Campos pode ser considerada a melhor experiência deste tipo de ensino no Brasil.

Consultando o documento: “Proposta de reestruturação da parte diversificada do currículo das escolas de ensino fundamental” para o programa de educação empreendedora em São José dos Campos, encontramos:

O Empreendedorismo começa no currículo dos estudantes da educação infantil e prossegue até a gestão de empresas em ambientes tecnológicos e inovadores, urbanos e rurais, que favorecem o surgimento de novos talentos. Essa dinâmica tem como objetivo a melhoria de qualidade de vida e a sintonia da cidade com a modernidade mundial (SECDEB- SJC, s/d).

Incluída nos currículos da educação infantil a partir de 1997, a educação empreendedora foi aprovado pelo Conselho Municipal de Educação através do Parecer CME n.º 03/02, de 10/09/2002.

Em 2002, foi organizada a Feira do Jovem Empreendedor Joseense instituída pelo Decreto Municipal nº 10.775/02, que passa ter parceria com o SEBRAE, a feira tem importante papel em consolidar projetos relacionados ao empreendedorismo na cidade, divulgando o esforço empreendido pela governança local nesse sentido. Tem como objetivos:

- agregar valor aos projetos de empreendedorismo existentes na rede municipal de ensino;
- apresentar e divulgar trabalhos de empreendedorismo dos alunos e comunidade;
- desenvolver o talento empreendedor dos alunos;
- disseminar a cultura empreendedora no município;**
- propiciar oportunidade de interação entre alunos das Escolas Municipais, Estaduais e Particulares, Organizações não governamentais, Fundações e Comunidade Empresarial. (SECDEB- SJC, s/d, grifos do autor)

Já no ano de 2004, foi criado o Centro de Educação Empreendedora – CEDEMP, tendo como finalidade, **“disseminar a cultura empreendedora no Município** (SECDEB- SJC, s/d, grifos do autor). Lopes e Teixeira (2010, p. 56), reforçam essa ideia ao afirmar que o CEDEMP tem uma “missão ampla na disseminação de valores e da nova visão e postura empreendedoras [...]”, ao “[..] coordenar, implementar e sistematizar todas as atividades desenvolvidas pelas

escolas, bem como disseminar a cultura empreendedora na cidade” (LOPES & TEIXEIRA, 2010, p. 56).

De maneira sucinta, são diversos programas (ativos ou descontinuados) que contemplam desde a educação infantil ao ensino fundamental, como “Profissional do Futuro”, “Aprendiz de Turismo”, “Jovens Empreendedores Primeiros Passos – parceria com o SEBRAE”, “Mini Empresas – parceria com a Jr Achievement” e “Pedagogia Empreendedora dos Sonhos”. Este último programa, desenvolvido por Fernando Dolabela, é transversal aos demais programas, sendo referencial teórico comum aos demais trabalhos e projetos desenvolvidos na cidade (LOPES & TEIXEIRA, 2010, p. 56).

A influência das ideias contidas no programa de Dolabela<sup>113</sup> são perceptíveis, inclusive, nas falas de Cury: “É isto que estamos tentando fazer em São José: chegar ao jovem e dizer que o sonho dele é possível. Dizer: sonhe o que você quiser, empreenda, batalhe, mas logicamente com todas as condições” (SILVA, 2008, p. 14). A respeito da “Pedagogia Empreendedora”, assim entende Dolabela (2016, pos. 529).

É empreendedor, em qualquer área, alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade”. Esse é o fulcro da Teoria Empreendedora dos Sonhos, cuja concepção abrange todos os tipos de empreendedor – o que atua na empresa, no governo, no terceiro setor, seja na posição de empregado, seja na de dirigente, autônomo ou proprietário, pois, toma o empreendedor como forma de ser , independentemente da área em que possa atuar. E o sonho que a teoria considera é o sonho estruturante, assim chamado porque pode dar origem e organização a um projeto de vida, articulando sinergicamente desejos, visão de mundo, valores, competências, preferências, autoestima (2016, pos. 529)

Apesar da citação acima apresentar uma visão ampla e inclusiva de “sonho” e do “empreendedor”, Dolabela, ao largo de seu livro “Pedagogia Empreendedora” (2016) define regras e tipos válidos de sonho (como necessidade de valor útil para a comunidade etc.) e tem como norte, o empreendedor empresarial, recorrendo constantemente a ele. Nesse sentido, Otavio Junior afirma, ao pesquisar sobre a temática da educação empreendedora:

O que vemos é a emergência de uma nova concepção de indivíduo, cuja conduta se orienta para o planejamento, financiamento, gestão e avaliação de si como um empreendimento, como um negócio. Esta noção de indivíduo revela-se paradigmaticamente na retórica dos executivos, dos coaches e headhunters, na literatura pop management e nas correntes educativas do atual cenário (LIMA JUNIOR, 2011, p. 11)

---

<sup>113</sup> Para mais detalhes acerca de Dolabela, consultar seção teórica

Apesar de os inúmeros programas educacionais existentes na cidade, o mesmo esforço não é feito para mensurar seus resultados. Dados apresentados em seção anterior mostram, inclusive, uma baixa taxa de empreendedorismo na cidade. Acredita-se que são necessários estudos sérios e menos apaixonados com relação à temática, para avaliar resultados e alcance desta prática.

Nesse sentido, após tecer diversos elogios à “educação empreendedora” na cidade, Lopes e Teixeira (2010, p. 65), utilizando critérios da European Commission, colocam que “apenas” dois deles não são cumpridos em São Jose dos Campos, justamente os referentes aos “resultados serem passíveis de avaliação e aquele em que os indicadores comprovam que os resultados superam a eficiência e efetividade de outras práticas”, ou seja, referentes à “resultados, indicadores e avaliações”. Consideramos que essa questão se faz fundamental caso seja de interesse medir os alcances e limites da educação empreendedora.

Por fim, queremos destacar as incubadoras e parques tecnológicos, visando ao mesmo tempo, aumentar a competitividade de empresas locais e criar uma marca de distinção para a cidade.

Iniciamos com a definição da International Association of Science Parks and Areas of Innovation (IASP), acercados parques científicos/tecnológicos:

Os parques científicos são organizações gerenciadas por profissionais, cujo objetivo é aumentar a riqueza de sua comunidade, promovendo a cultura de inovação e a competitividade das empresas associadas e instituições baseadas no conhecimento. Para atingir esses objetivos, os parques científicos estimulam e gerenciam o fluxo de conhecimento e tecnologia entre universidades, instituições de pesquisa e desenvolvimento, empresas e mercados; facilita a criação e o crescimento de empresas baseadas na inovação através de programas de incubação e spin-off; e fornece outros serviços de valor agregado, bem como espaço e instalações de alta qualidade<sup>114</sup>.

Concordamos com Lencioni (2015, p. 319), que a inovação, entendida como algo ou ideia nova, é constitutiva do processo civilizatório, assim como que sua relação com o capitalismo não é novidade.

A autora aponta que nos dias de hoje, contudo, há uma mudança na forma que a inovação se submete ao capital, a partir da universalização de sua condição como força produtiva: “Qualquer ideia nova levanta, de imediato, a indagação se ela pode ser mercantilizável

---

<sup>114</sup> IASP, (2018) Disponível em <<https://www.iasp.ws/html/Brochure2018/HTML/index.html#zoom=z>>, (tradução livre do autor)

tornando-se, então, um bom negócio” (LENCIONI, 2015, p. 319).

Ainda segundo Lencioni (20015, p. 324-326), a indústria inovadora exige determinadas **condições gerais de produção**, voltadas às diversas empresas, como a proximidade com universidades e centros de pesquisa. Soma-se a isso políticas públicas, através de programas, e redes de empresas que produzam conhecimento técnico, concentração de recurso e conhecimento. Desta maneira, a inovação industrial passa a ser aglomerativa e concentradora territorialmente.

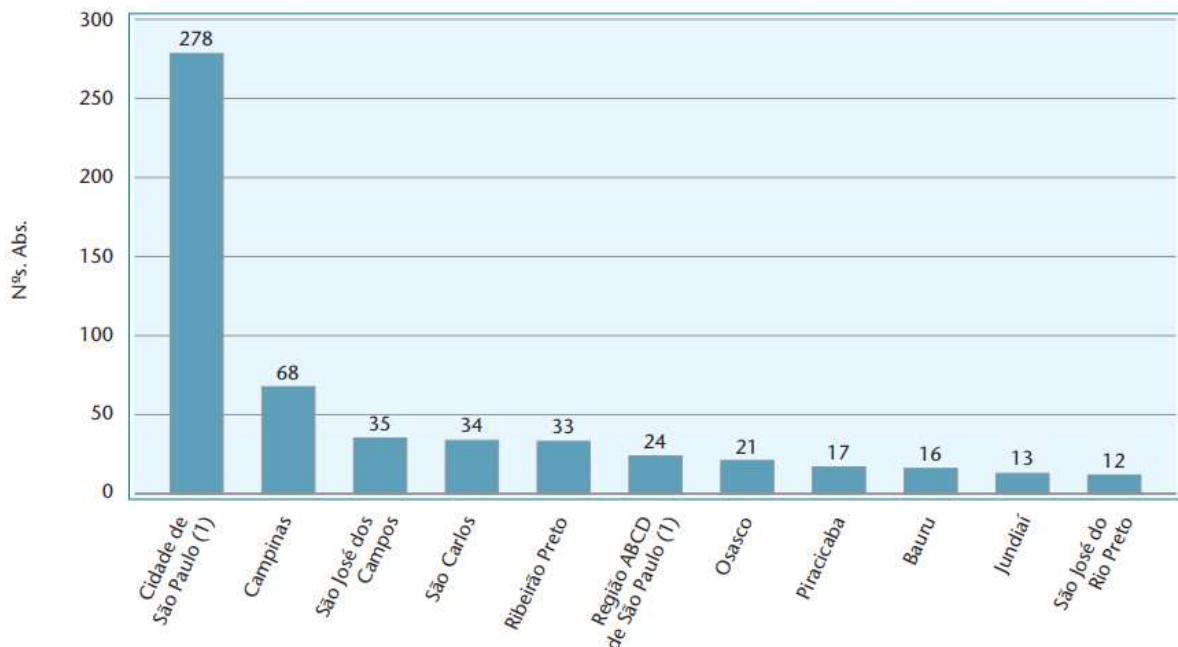
Como identifica Carlos Vainer: “espaços para convenções e feiras, parques industriais e tecnológicos, oficinas de informação e assessoramento a investidores e empresários [...]” (BORJA & FORN, 1996, p. 34 *apud* VAINER, 2011, p. 79) constituem insumos valorizados pelo capital transacional, neste sentido, no que tange a nossa pesquisa, os parques tecnológicos e incubadoras de negócios se inserem no mesmo padrão de investimento local voltado a criar sinergia com vistas a criar marcas de distinção para a cidade. Inserem-se, dessa maneira, nas estratégias do planejamento estratégico urbano.

Ainda no sentido de elementos que distingam a cidade, para Lencioni (2015, p. 320) “[...] o conhecimento e a inovação quando aglomerados na cidade [...] configuraram uma nova forma de recurso urbano e suas presenças constituem patrimônio que diferencia as cidades”.

De acordo com relatório da FAPESP (2011, p. 49), analisando dados de 2010, as atividades científicas e tecnológicas da região de São José dos Campos ainda estavam ligadas à indústria aeronáutica e à EMBRAER, com importante papel do ITA (Instituto Tecnológico de Aeronáutica) e o DCTA (Departamento de Ciência e Tecnologia Aeronáutica). No mesmo relatório, São José dos Campos se destaca com relação a indicadores de qualificação da mão de obra, apresentando a segunda maior densidade de empregos em ocupação tecnológica do estado, atrás apenas da microrregião da capital. Ocupa a mesma posição com relação à densidade de ocupações técnicas e de ocupações operacionais do estado de São Paulo. A microrregião de São José dos Campos também possui um dos maiores níveis de relacionamento entre empresa e grupos de pesquisa da do estado de São Paulo (Figura 15).

*Figura 16 - Empresas que possuem relacionamento com grupos de pesquisa, por microrregião –*

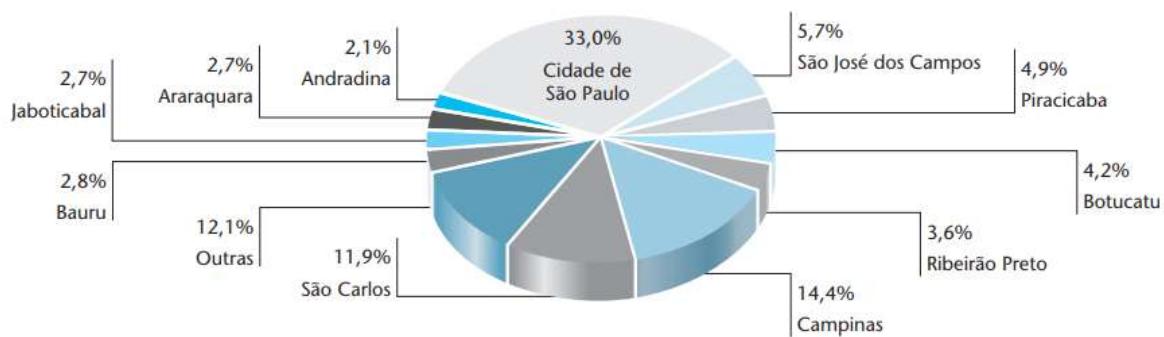
*Estado de São Paulo – 2006*



Fonte: Fapesp (2011, p. 49)

Abaixo, a distribuição de grupos de pesquisa que interagem com empresas ou outras instituições não acadêmicas no estado de São Paulo

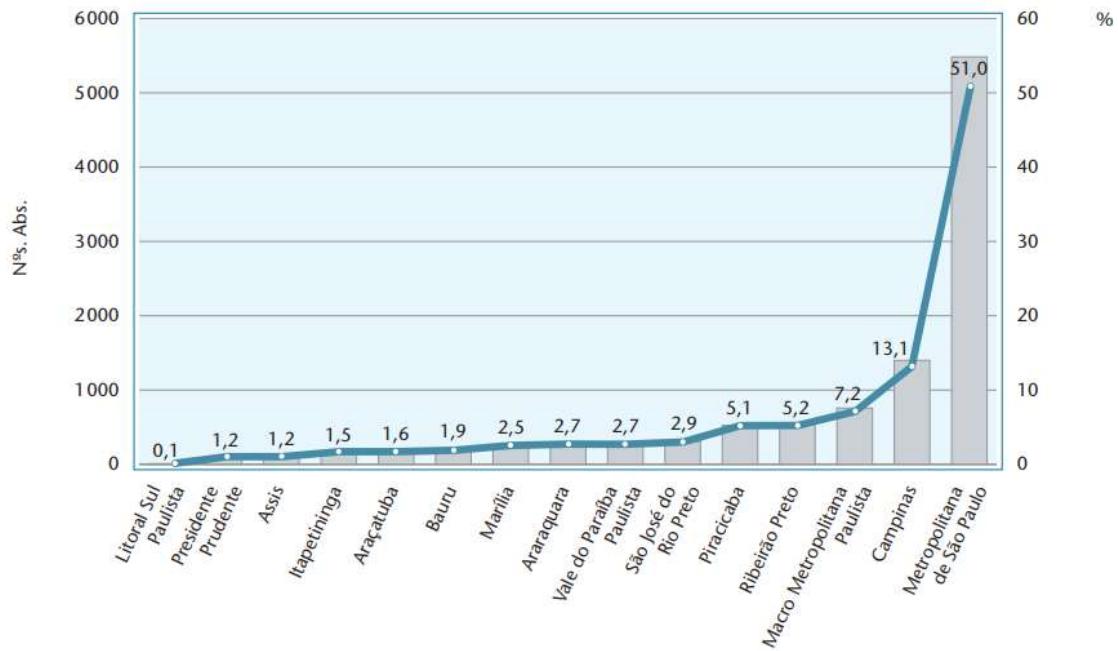
*Figura 17 - Distribuição dos grupos de pesquisa que declararam interação com empresas e outras instituições não acadêmicas, segundo microrregião – Estado de São Paulo – 2006*



Fonte: CNPq. Diretório dos Grupos de Pesquisa. Censo 2006. Nota: Ver Tabela anexa 8.16

A microrregião de São José dos Campos também é uma das que mais implementaram inovações entre 2003 e 2005

*Figura 18 - Empresas que implementaram inovações, por mesorregiões do Estado de São Paulo – 2003-2005*



Fonte: IBGE. Pintec 2005

Além disso, entre os anos de 2010 e 2012, São José dos Campos esteve entre as cidades com o maior número de depósito de patentes do Brasil, índice que guarda intima relação com inovação tecnológica (Tabela 10).

*Tabela 10 - Depósitos de Patentes do Tipo Inovação - Maiores Depositantes Residentes entre 2000 e 2012 - Cidades*

Cidade	Total	Posição
<b>São Paulo</b>	9405	1º
<b>Rio de Janeiro</b>	3032	2º
<b>Belo Horizonte</b>	2130	3º
<b>Curitiba</b>	1841	4º
<b>Campinas</b>	1535	5º
<b>Porto Alegre</b>	1064	6º
<b>Brasília</b>	704	7º
<b>Joinville</b>	547	8º
<b>Fortaleza</b>	492	9º
<b>São José dos Campos</b>	475	10º

Fonte: Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação

Vale ressaltar a importância das grandes empresas e institutos instalados com relação à

inovação. Em São José dos Campos, destacam-se a PETROBRAS, EMBRAER, INPE, Johnson & Johnson. As dez maiores empresas, ao nível nacional, a depositar patentes entre 2000 e 2012 podem ser consultado na Tabela 11.

*Tabela 11 - Depósitos de Patentes do Tipo Inovação - Maiores Depositantes Residentes entre 2000 e 2012 - Empresas*

Rank	Nome	Total 2000-2012
1	Petróleo Brasileiro S.A. – Petrobras	730
2	Whirlpool S.A.	659
3	Universidade Estadual de Campinas - Unicamp	620
4	Universidade de São Paulo - USP	468
5	Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG	425
6	Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ	235
7	Universidade Federal do Paraná - UFPR	208
8	Vale S.A.	173
9	Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS	163
10	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa	133

Fonte: INPI, Assessoria de Assuntos Econômicos, BADEPI v2.0, dados extraídos em dezembro/2013.

Ao observar o papel das grandes empresas e universidades, lembramos do entendimento de Schumpeter “maduro” com relação ao declínio da função do empreendedor:

Essa função social (do empreendedor) já perde hoje importância e provavelmente perderá cada vez mais rapidamente no futuro, mesmo se o processo econômico, do qual o empresário foi a mola mestra, continuar sem desfalecimento. Pois, de um lado, é muito mais fácil agora do que no passado realizar coisas estranhas ao nosso rotineiro campo de atividades. A própria inovação está hoje reduzida à rotina. O progresso tecnológico se transforma cada vez mais em atividade de grupos de especialistas, que fornecem o que se lhes encomenda e fazem o produto operar de uma maneira previsível. A auréola de romance da antiga aventura comercial começa a minguar rapidamente, pois um número cada vez maior de coisas pode ser rigorosamente calculado, quando outrora podia ser apenas visualizado num relâmpago de gênio (SHUMPETER, 1961, p. 176)

Dos parques e incubadoras, o “Parque Tecnológico de São José dos Campos” (PQTEC) é o maior e mais importante deles, transformando-se em um novo referencial da cidade

Figura 19 - Propaganda do Parque Tecnológico de São José dos Campos no JVP (2009)



Fonte: Caderno Especial, Jornal ValeParaibano, p. 14, 2009

Queremos destacar, neste sentido, o esforço da Prefeitura Municipal desapropriando, em 2006, as instalações da empresa (desativada) Solectron. Da mesma maneira que, na “vocação sanatorial” alterou-se a legislação de zoneamento da cidade, em um primeiro momento para incluir a zona sanatorial e em um segundo momento a zona industrial, no ano de 2007 definiu-se a Zona Especial do Parque Tecnológico (ZEPTEC) no entorno do PQTEC. O esforço da governança local, atraiendo investimentos públicos das mais diversas esferas, possibilitou a instalação do PQTEC (Tabela 12).

*Tabela 12 - Recursos Públicos Destinados ao Parque Tecnológico de São José dos Campos*

Fonte de Recursos	Referência	Valor (R\$)
Prefeitura Municipal S. J. Campos + URBAM	Ativo inicial (terreno + edificações) do parque, Loteamento do parque, Contrato de Gestão, Permissão de uso de bens, Obras infraestrutura.	131.224.474
SDECT do Estado de São Paulo – Governo SP	Repasso de Convênios Construção Infraestrutura (Centro Empresarial + LEL/IPT).	12.100.000
FINEP (FNDCT - MCTI)	Editais e Convênios para construção de infraestrutura e Centros Empresariais (empresas âncoras inclusive).	248.985.478
BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social	Implantação do Centro de Desenvolvimento de Tecnologia em Energia, Implantação do LEL/IPT.	82.784.313
Total Geral (R\$)		475.094.265

Fonte: Extraído de Gargione & João (2014, p. 9)

Como resultado dos investimento públicos, no site do PQTEC, há a informação que dos R\$ 2,1 bilhões investidos no parque, mais da metade veio da iniciativa privada e o restante, do governo estadual e federal, da prefeitura de São José dos Campos e do Sebrae<sup>115</sup>.

Como pode ser visto, diversas ações relacionadas ao empreendedorismo foram realizadas na cidade de São José dos Campos, muitas pioneiras no país ou no estado, com destaque à Sala do Empreendedor Joseense, ao esforço em introduzir o empreendedorismo na educação municipal, com o Banco do Empreendedor e os parques tecnológicos. Além disso, a elevada qualidade da mão de obra, além da alta taxa de ocupação tecnológica, mesmo que isso se deva à presença de grandes empresas instaladas na cidade, confunde-se com a imagem em torno do empreendedorismo na cidade.

O discurso acerca da “cidade empreendedora”, porém, cumpre um papel maior. Trata de criar consenso e unificar a cidade em torno de um projeto: “Enquanto se discute se as cidades competem ou não, e o que elas desejam, aceita-se, como natural, a instauração da cidade como sujeito – sujeito simples, coeso, sem qualificação” (VAINER, 2011, p. 91).

<sup>115</sup> Disponível em:< (<http://www.pqtec.org.br/institucional/parque-em-números>).>

## 2.2.2 “O Joseense é Empreendedor” enquanto Capital Simbólico Coletivo

Como vimos em seção anterior, São José dos Campos se destaca no cenário nacional com relação às ações no sentido de atrair e abrir empresas na cidade, no que é muitas vezes apropriado pela governança local como “cidade empreendedora”.

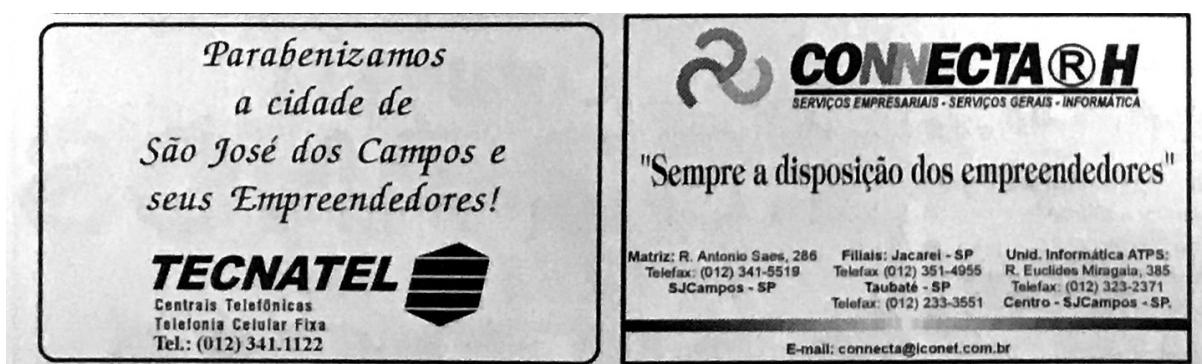
Há também um discurso que extrapola as ações realizadas e considera o próprio Joseense como um empreendedor ou possuidor de um espírito empreendedor tanto em matérias<sup>116</sup>, quanto em artigos publicitários:

*Figura 20 – Propaganda veiculada no JVP - SOESP*



Fonte: ValeParaibano, Especial, São José dos Campos, 26 de julho de 1996, p. 31

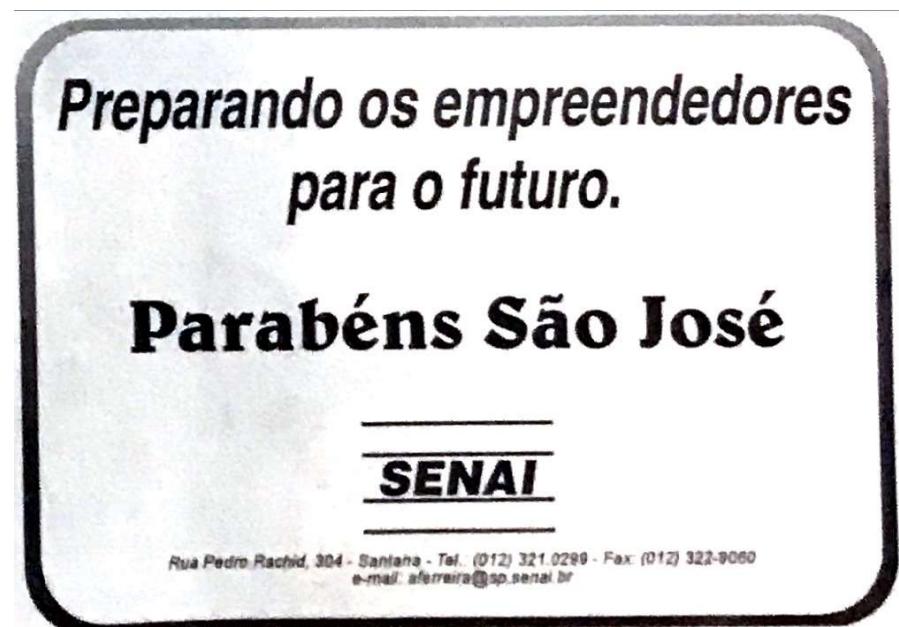
*Figura 21 - Propaganda veiculada no JVP – TECNATEL, CONNECTARH*



Fonte: Valeparaibano, Especial São José, São José dos Campos, 27 de julho de 1999, p.

<sup>116</sup>FERNADES, Emanuel Qualidade de vida joseense enfrenta deterioração, 1996, p. 9; FERNADES, Emanuel Espírito Empreendedor, 1997, p. 3; FARIA, José. M, 1997, Momento de acreditar, p. 3; FERNADES, Emanuel, CEBRAP era tido como antro de comunistas, 1997, p. 9; A preparação estratégica para o futuro, , 1998, p. 2; FUNDHAS formas novos empreendedores, 1999, p. 38; São José, 232 anos, 1999,p. 2; FERNADES, Emanuel Aos Joseenses de coração, 1999, p. 2; Fernandes viu, veio e venceu, 1999, p. 2; Empreendedor Ozires fez a história, 1999, p. 3; São José volta a ser São José, 2000, p. 2; Terra de forasteiros ou de Empreendedores, 2002, p. 4; JULIO, 2008, p. 450. **Jornal ValeParaibano**

*Figura 22 - Propaganda veiculada no JVP - SENAI*



Fonte: Valeparaibano, Especial São José, São José dos Campos, 27 de julho de 1999, p. 51

*Figura 23 - Propaganda veiculada no JVP – Feira da Borracha*



Fonte: Valeparaibano, Especial São José, São José dos Campos, 27 de julho de 1999, p. 10

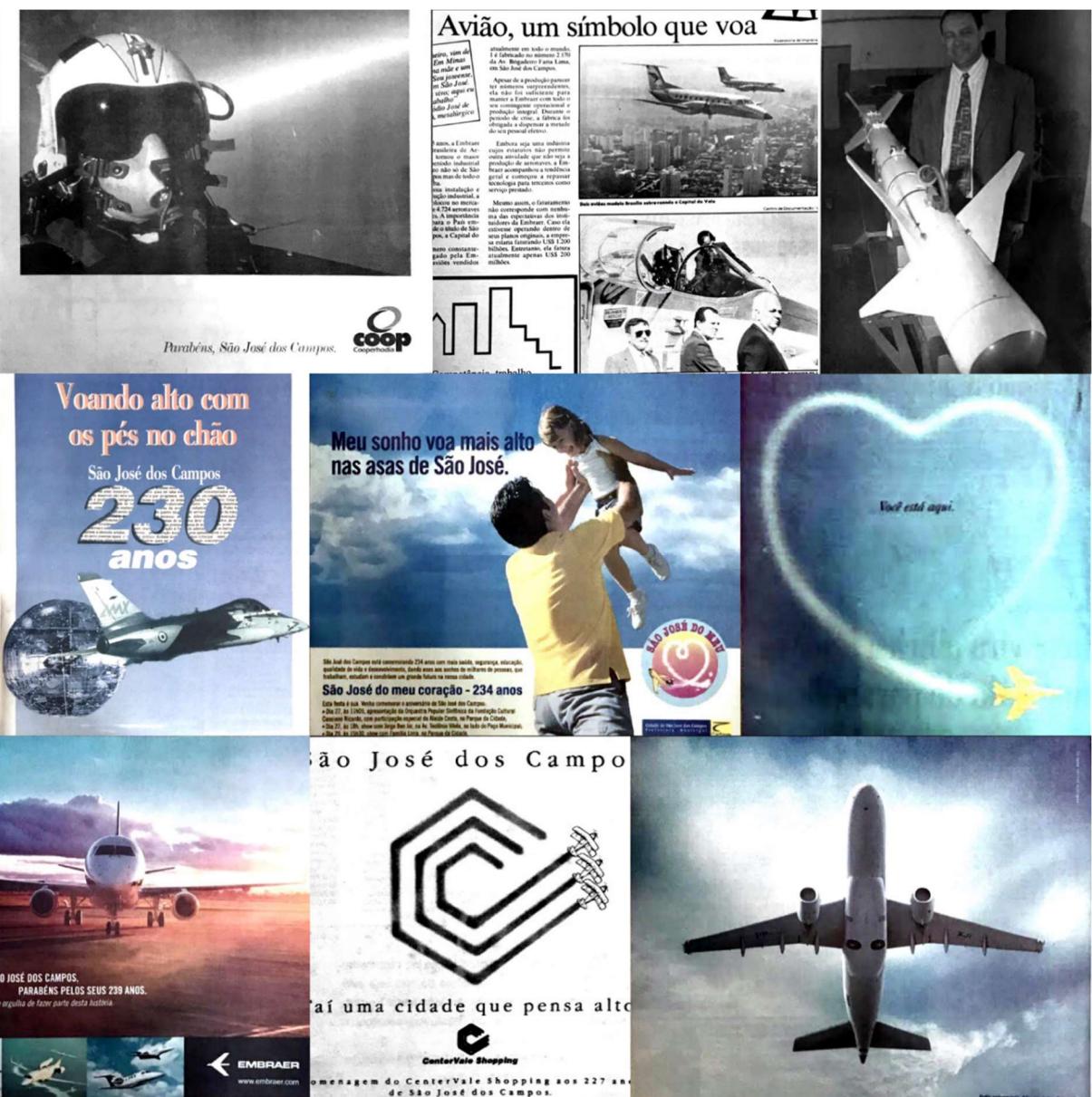
*Figura 24 - Propaganda veiculada no JVP - CIESP*



Fonte: Valeparaibano, Especial, São José dos Campos, 27 de julho de 2005, p. 38

É importante apontar que, ao mesmo tempo que matérias e propagandas do JVP colocam o Joseense enquanto empreendedor, a imagem industrial da cidade, de polo tecnológico, principalmente relacionada ao setor aero espacial, permanece. A Figura 25 apresenta algumas dessas imagens, escolhidas aleatoriamente dentre diversas outras entre os anos de 1993 e 2010.

Figura 25 - Colagem aleatória de matérias e artigos publicitários do JVP (1993-2010)



Fonte: Criado pelo autor a partir do Caderno Especial, jornal ValeParaibano de 1993 a 2010.

Apesar da falta de consensos ou paradigmas quando se fala em empreendedorismo, como mostramos na seção teórica, alguns entendimentos acerca da taxa de empreendedorismo de uma dada localidade podem nos ajudar a verificar a afirmação de que o “joseense é empreendedor”.

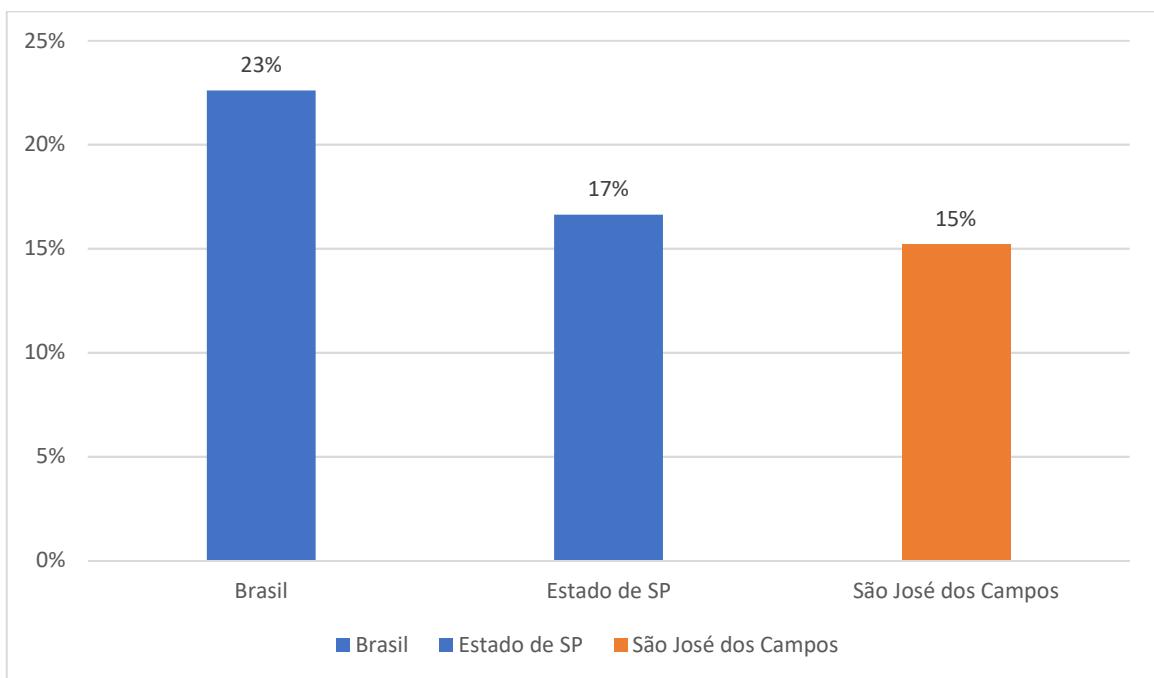
Conforme apontado por Barros e Pereira (2008, p. 985), há, pelo menos, quatro medidas de empreendedorismo.

A primeira, relativa aos trabalhadores por conta própria ou proprietários de empresas. A segunda, relativa à novos negócios. A terceira contempla novos negócios e empreendedores no

processo de criação do novo negócio, como a medida do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), realizada ao nível nacional e regional. A quarta é a participação das pequenas empresas na produção ou no emprego.

Apesar da dificuldade da definição do trabalhador por conta própria, por englobar diversos tipos de trabalhadores nos mais diversos tipos de atividades há, segundo Carree, Stel, Thurik e Wennekers (2002, *apud* BARROS & PEREIRA, 2008, p. 980), evidências da alta correlação entre a taxa de atividade empreendedora do GEM e a taxa de conta-própria. Desta maneira, fazendo uso da medição do empreendedorismo pela atividade dos trabalhadores por conta-própria, ou seja, pela proporção dos trabalhadores por conta-própria na população economicamente ativa, estariam contemplando uma das medidas de empreendedorismo acima descrita e nos aproximando de outra, relacionada ao GEM (Gráfico 5/Gráfico 5 - Taxa média de empreendedorismo (Conta própria / PEA)).

*Gráfico 5 - Taxa média de empreendedorismo (Conta própria / PEA)*

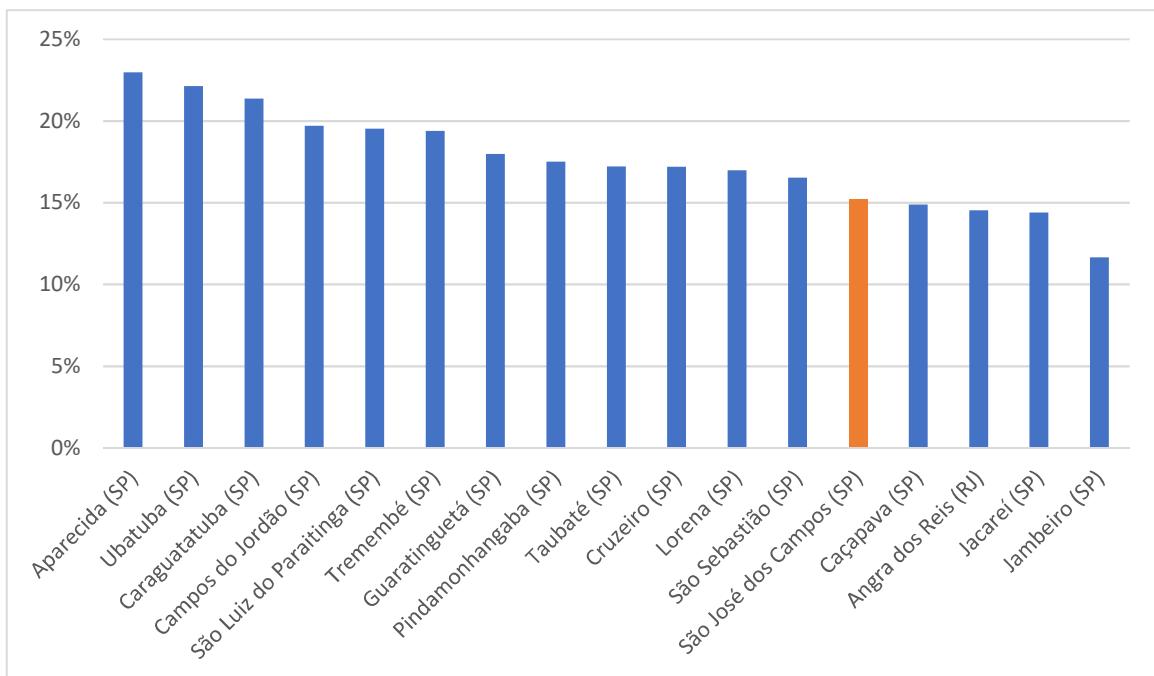


Fonte: Censo 2010. Elaborado pelo autor

A partir desta medida, vemos que a taxa de empreendedorismo de São José dos Campos está abaixo tanto da média nacional quanto do estado de São Paulo. De fato, de acordo com essa medida, São José dos Campos está junto com 1/5 das cidades menos empreendedoras do Brasil (percentil 18% menor) e abaixo da média do estado de São Paulo (percentil 38% menor).

São José dos Campos também apresenta uma taxa menor de empreendedorismo em comparação com cidades paulistas do Vale do Paraíba e do Litoral Norte, conforme Gráfico 6.

*Gráfico 6 - Taxa de empreendedorismo (Conta própria / PEA) – Cidades do Vale do Paraíba e Litoral Norte*



Fonte: Censo 2010. Elaborado pelo autor

Ao constatar, porém, que o estado de São Paulo possui taxa de empreendedorismo abaixo da média nacional, apesar de seu relativo desenvolvimento econômico, nos deparamos com a dificuldade e fragilidade da mensuração e da utilização do empreendedorismo como indicador de desenvolvimento econômico.

Nesse sentido, Barros e Pereira (2008, p. 980), ao analisar dados de 853 municípios mineiros, chega a duas conclusões. A primeira, é que a taxa de empreendedorismo contribui para uma menor taxa de desemprego nos municípios, resultado também percebido em pesquisas realizadas em outros países (*idem, idem*). A segunda conclusão, é que o resultado negativo entre a atividade empreendedora e o crescimento econômico, ou seja, localidades com maiores taxas de empreendedorismo apresentaram menores taxas de crescimento econômico.

Procurando explicações para esse padrão, os autores encontraram estudos empíricos que apontam na direção de que países relativamente mais ricos apresentam taxas positivas entre empreendedorismo e desenvolvimento econômico, enquanto que em países relativamente mais pobres, como o Brasil, a relação é inversa (STEL et al. 2005 *apud* BARROS & PEREIRA,

2008, p. 980). Os autores tendem a considerar que isso se deve ao maior número de empreendedorismo por necessidade<sup>117</sup> nos países mais pobres:

Consequentemente, o impacto da atividade empreendedora sobre o desempenho econômico pode ser diferente e dependente do estágio de desenvolvimento do país. Uma maior atividade empreendedora nos países pobres pode ser resultado de elevado desemprego estrutural e marasmo econômico, que levaria ao empreendedorismo por necessidade como alternativa para a escassez de emprego (idem, p. 980)

Analisar o perfil do empreendedor no Brasil, segundo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), pode elucidar as considerações feitas pelos autores acima. Classificado como país “impulsionados pela eficiência”, ou seja, dentro do grupo de países “caracterizados pelo avanço da industrialização e ganhos em escala, com predominância de organizações intensivas em capital”<sup>118</sup> (GEM, 2016, p.18), o Brasil ocupa uma das maiores taxas tanto para empreendedorismo em estágio inicial<sup>119</sup> (8<sup>a</sup> posição), quanto empreendedorismo em estágio estabelecido (3<sup>a</sup> posição). Por outro lado, dados indicam que 98,2% dos empreendedores iniciais são prováveis microempresas, sendo que 92,7% prováveis micros empreendedores individuais (MEI), conforme Quadro 12 (GEM, 2016, p.71-72).

*Quadro 12 - Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores iniciais – Brasil (2016)*

Faturamento	% dos empreendedores iniciais	Número de empregados			
		Não informaram o número de empregados	Não têm empregados	1	De 2 a 6
Não informaram faturamento	1,8	0,3	0,6	0,3	0,6
Até R\$ 12.000,00	30,6	28,8	1,6	0,2	0
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	45,7	2,3	38,7	3,2	1,5
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	14,4	1	8,8	2,9	1,7
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	5,3	0,5	2	1,4	1,4
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	1,3	0	0	0,5	0,7
De R\$ 60.000,01 a R\$ 100.000,00	0,7	0	0	0,7	0
De R\$ 100.000,01 a R\$ 240.000,00	0,3	0	0,3	0	0
Acima de R\$ 240.000,00	0	0	0	0	0
Total	100,1	32,9	52	9,2	5,9

<sup>117</sup> O Global Entrepreneurship Monitor (GEM) estabelece duas motivações para o empreendedorismo, a necessidade e a oportunidade. Com relação a necessidade, relaciona a “falta de opção de trabalho e renda”. Já o empreendedor por oportunidade, como o nome diz, identifica uma oportunidade para abrir um negócio

<sup>118</sup> Além de “Países impulsionados pela eficiência”, o GEM classifica “Países impulsionados por fatores [...] caracterizados pela predominância de atividades com forte dependência dos fatores trabalho e recursos naturais;” além de “Países impulsionados pela inovação [...] caracterizados por empreendimentos intensivo sem conhecimento e pela expansão e modernização do setor de serviços (GEM, 2017, p.18).

<sup>119</sup> Classificação adotada pelo GEM. Empreendedorismo em estágio inicial corresponde àqueles com até 42 meses de existência. Empreendedorismo em estágio estabelecido corresponde àqueles com mais de 42 meses de existência.

Fonte: GEM Brasil 2016

Na mesma direção dos empreendedores iniciais, mas com faturamento levemente superior, 97,1% dos empreendedores estabelecidos são prováveis microempresas, sendo 84,1% destes, prováveis MEI (Quadro 13).

*Quadro 13 - Faturamento anual e número de empregados dos empreendedores estabelecidos – Brasil (2016)*

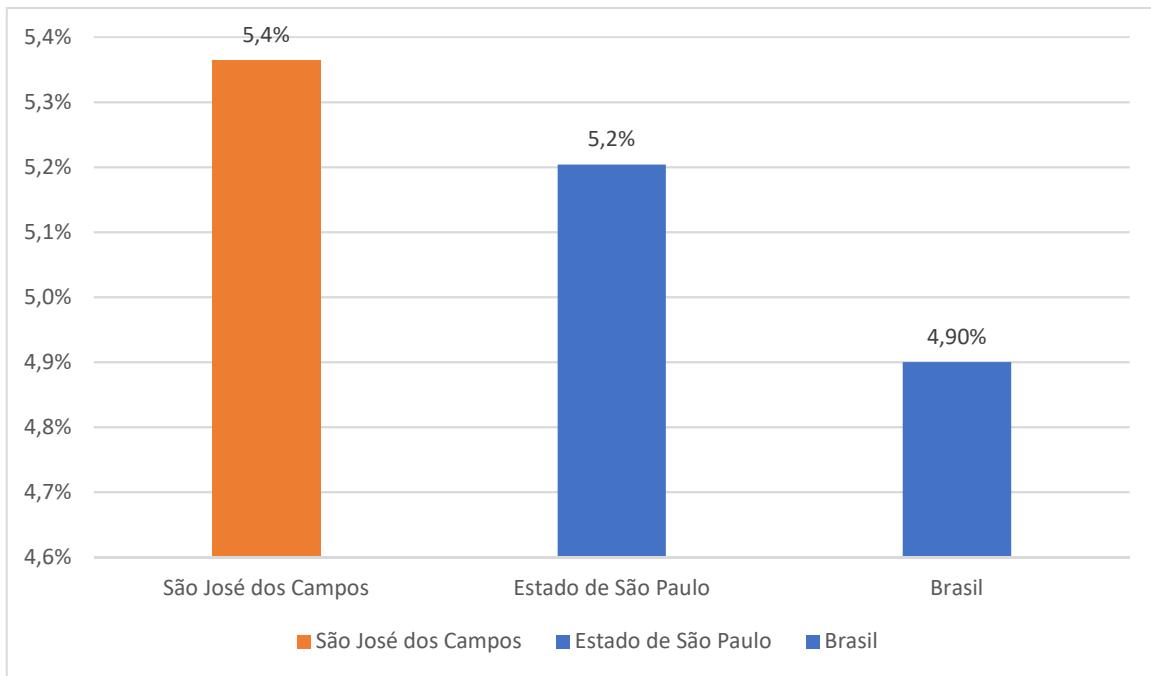
<b>Faturamento</b>	<b>% dos empreendedores iniciais</b>	<b>Número de empregados</b>				
		<b>Não informaram o número de empregados</b>	<b>Não têm empregados</b>	<b>1</b>	<b>De 2 a 6</b>	<b>De 7 a 10</b>
Não informaram faturamento	2,9	0,2	1,3	0,3	1,1	0,0
Até R\$ 12.000,00	50,2	1,1	39,7	5,9	3,4	0,0
De R\$ 12.000,01 a R\$ 24.000,00	28,8	0,3	19,9	5,6	2,7	0,3
De R\$ 24.000,01 a R\$ 36.000,00	7,7	0,0	4,9	1,8	1,1	0,0
De R\$ 36.000,01 a R\$ 48.000,00	4,0	0,0	2,2	0,4	1,4	0,0
De R\$ 48.000,01 a R\$ 60.000,00	3,2	0,0	1,4	0,9	0,9	0,0
De R\$ 60.000,01 a R\$ 100.000,00	2,0	0,0	0,6	0,6	0,4	0,4
De R\$ 100.000,01 a R\$ 240.000,00	1,2	0,0	0,0	0,0	1,2	0,0
Acima de R\$ 240.000,00	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>1,6</b>	<b>70,0</b>	<b>15,5</b>	<b>12,2</b>	<b>0,7</b>

Fonte: GEM Brasil 2016

Voltando à São José dos Campos, na contramão do discurso de que o “Joseense é empreendedor”, portanto, deixamos como hipótese para futuras pesquisas que a relativa baixa taxa de empreendedorismo de São José dos Campos e do Estado de São Paulo utilizando como parâmetro o número de trabalhadores conta própria pelo PEA, deve-se pelos seus respectivos desenvolvimentos econômicos.

Apesar de não ser uma medição que encontre base internacional de comparação, fizemos outro estudo utilizando como parâmetro a proporção de microempreendedores individuais na população economicamente ativa, a fim de um melhor entendimento do empreendedorismo em São José dos Campos (Gráfico 7).

*Gráfico 7 - Microempreendedor Individual x PEA*



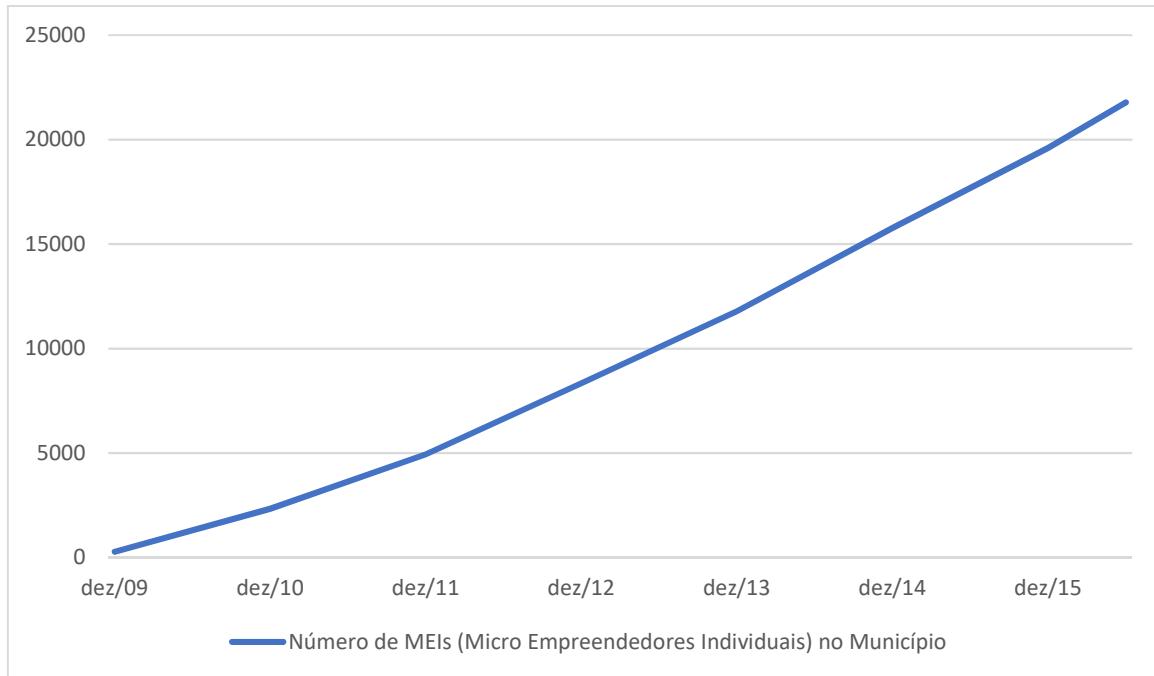
Fonte: Construído pelo autor a partir do Portal do Empreendedor<sup>120</sup>

Utilizando como parâmetro a taxa de microempreendedores individuais, São José dos Campos está levemente acima da média do estado de São Paulo (aproximadamente 3%) e 10% acima da taxa média do Brasil. A maior taxa de micro empreendedores individuais apresentada por São José dos Campos, pode indicar que as ações e o discurso acerca do empreendedorismo na cidade tem efeito ao aumentar o interesse na formalização deste tipo de atividade.

Como pode ser visto no Gráfico 8, há um aumento significativo no número de microempreendedores individuais no município. Ainda assim, com relação ao “Joseense ser um empreendedor”, apenas no estado de São Paulo, mais de 250 cidades apresentam maior taxa de micro empreendedor individual que São José dos Campos.

<sup>120</sup> Disponível em:< <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/estatisticas>>

*Gráfico 8 - Número de Microempreendedores individuais por ano em São José dos Campos*



Fonte: PMSJC (2016)

Com relação à atividade desenvolvida pelo micro empreendedor na cidade de São José dos Campos, a maior parte dela se concentra no setor de comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios, seguido por serviços de cabeleireiros e estética corporal conforme Tabela 13.

*Tabela 13 - Tabela 7 -Ranking das 10 principais atividades formalizadas pelo MEI em SJC de julho de 2009 a junho de 2012*

Posição	Atividade
1º	Comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios
2º	Serviços de cabeleireiros
3º	Estética corporal
4º	Organização de festas infantis
5º	Manutenção de microcomputadores
6º	Eletricista residencial
7º	Lanchonete / serviços de alimentação
8º	Pintura de casas, apartamentos, condomínios
9º	Fornecimentos de marmitex / serviços de alimentação
10º	Distribuição de material publicitário / panfletagem

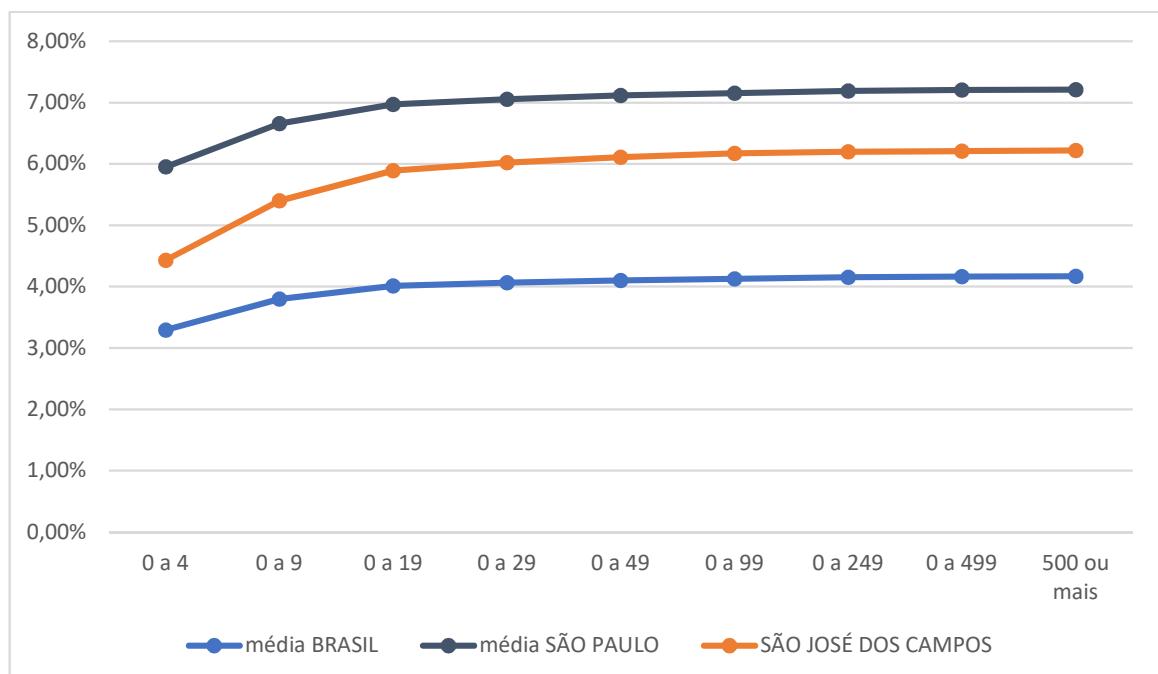
Fonte: Construído pelo autor a partir de Junta Comercial do Estado de São Paulo (Jucesp) e Receita Federal do Brasil (RFB)

Fazendo uso de outra medida que não encontra comparação internacional, mas que pode nos ajudar a dar um panorama de como se situa São José dos Campos no contexto nacional, apresentamos a quantidade de “número de empresas e outras organizações”, segundo o cadastro

central de empresas do IBGE, de acordo com a faixa de pessoal ocupado, pela população economicamente ativa.

Consideramos aqui todos os tipos de atividade econômica, uma vez que o empreendedorismo apresentado a partir do discurso da governança da cidade contempla os mais diversos setores.

*Gráfico 9 - Número de empresas e outras organizações por faixa de pessoal ocupado x PEA*

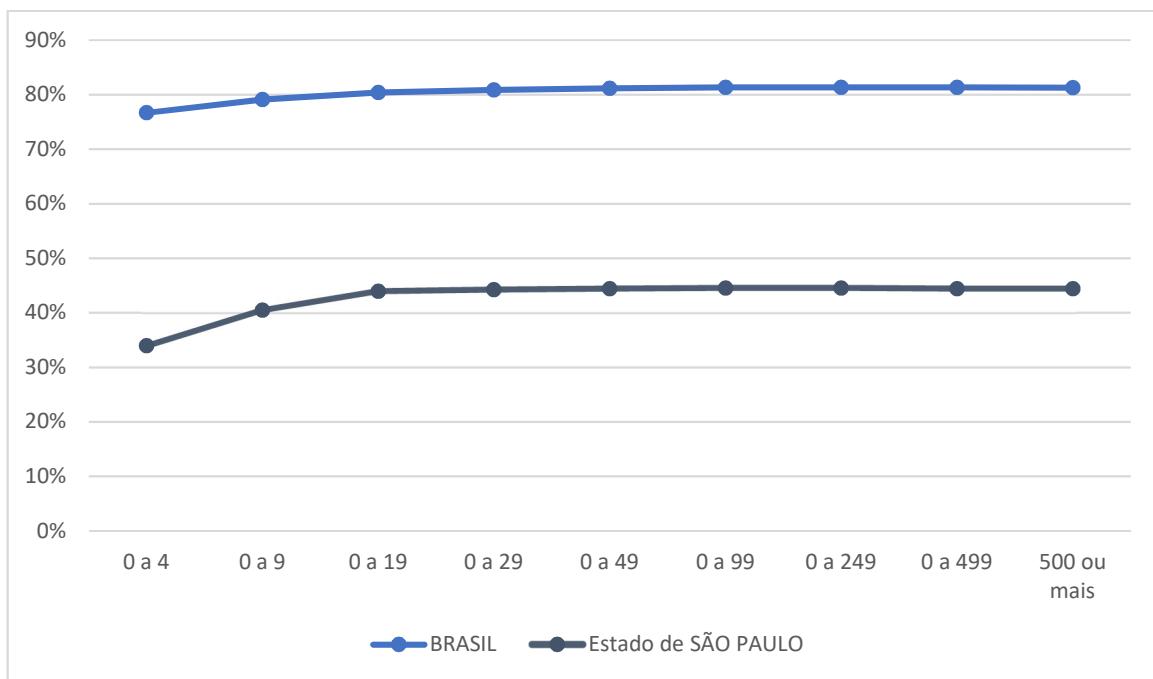


Cadastro Central de Empresas, IBGE. Elaborado pelo autor.

De acordo com o Gráfico 9, São José dos Campos apresenta maiores taxas de empresas e outras organizações pela população economicamente ativa do que a média do Brasil, mas, a menor taxa que o estado de São Paulo. De acordo com o Gráfico 10 a seguir, São José dos Campos situa-se entre 80% das cidades com maiores taxas do Brasil, apesar de estar no percentil das 45 cidades com as menores taxas do estado de São Paulo.

*Gráfico 10 - Posição de São José dos Campos em relação ao Brasil e ao estado de São Paulo - Taxa*

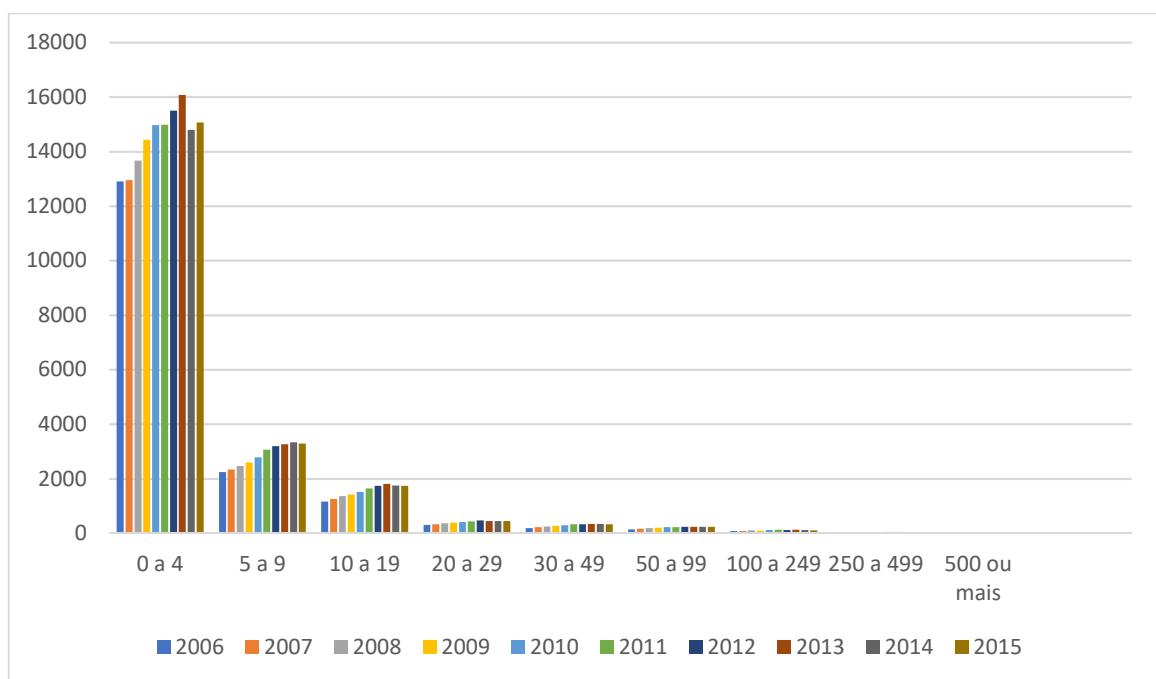
*de empresas por faixa de pessoal empregado de SJC em relação*



Elaborado pelo autor a partir de Cadastro Central de Empresas, IBGE

O Gráfico 11 apresenta o histórico da quantidade de empresas e outras organizações, pela quantidade de pessoal ocupado na cidade de São José dos Campos entre os anos de 2006 e 2015.

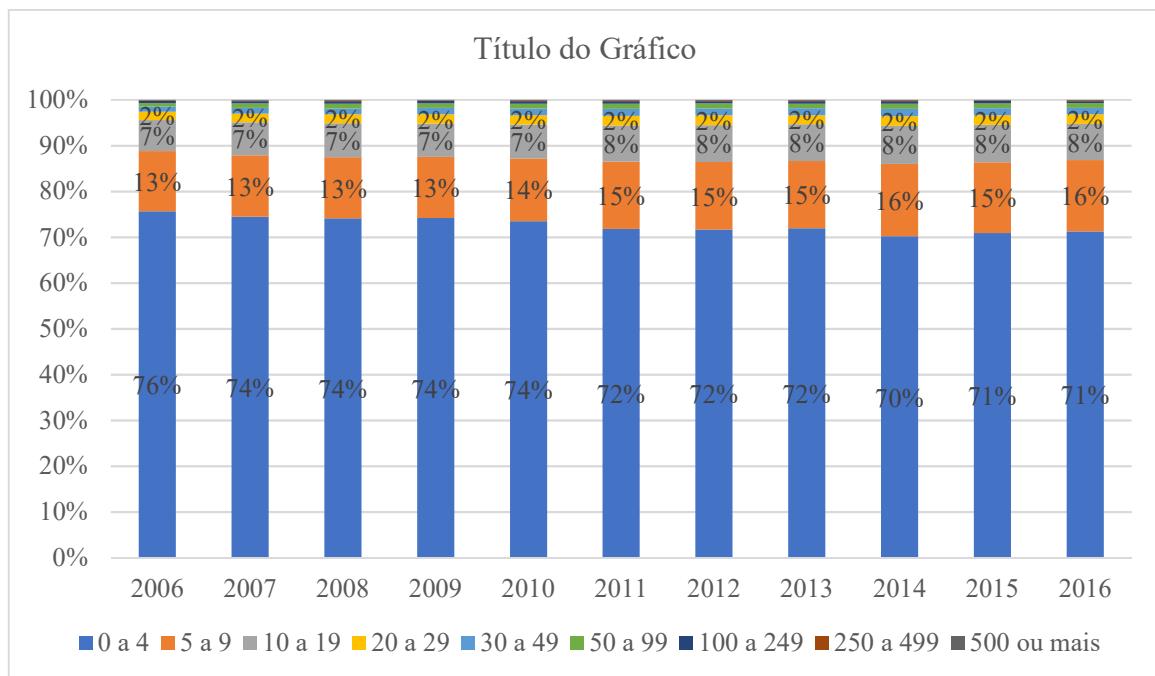
*Gráfico 11 - Quantidade de empresas e outras organizações x faixa de pessoal ocupado*



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Cadastro Central de Empresas, IBGE

Já no Gráfico 12, indicando a representatividade da empresa por porte pelas empresas totais, destacamos um decréscimo das empresas com até 4 empregados (aprox. - 7%), um aumento das empresas com 5 a 9 empregados (aprox.. +23%) e um aumento das empresas com 10 a 19 empregados (aproximadamente 15%).

*Gráfico 12 - Representatividade da empresa por faixa de pessoal ocupado x empresas totais*



Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Cadastro Central de Empresas, IBGE

Utilizando como parâmetro, agora, o estudo realizado pelo IPEA/SAE: “Ranking Municipal do Empreendedorismo no Brasil”, comparando os resultados de São José dos Campos com os do Estado de São Paulo, a cidade se situa entre a metade das cidades que menos empreende (335<sup>a</sup> posição entre 645 cidades), entre as cidades que o empreendedor mais estuda (27<sup>a</sup> posição entre 645 cidades), entre as que tem os maiores lucros (65<sup>a</sup> posição entre 645 cidades) e entre as cidades que o empreendedor tem a menor jornada de trabalho (565<sup>a</sup> posição entre 645 cidades), conforme Tabela 14:

*Tabela 14 - São José dos Campos no Ranking Municipal do Empreendedorismo no Brasil*

	<b>Valores</b>	<b>Posição relativa ao estado de São Paulo</b>	<b>% relativa ao estado de São Paulo</b>
Taxa de empreendedorismo	18,37%	335/645	52%
Anos de estudo do empreendedor (média)	9,51 anos	27/645	4%
Lucro médio do empreendedor	R\$ 4.504,17	65/645	10%
Jornada (horas trabalhadas pelo empreendedor)	40,70 h	565/645	88%

Fonte: IPEA/SAE: “Ranking Municipal do Empreendedorismo no Brasil, organizado pelo autor

Ao analisar os dados apresentados, portanto, não é possível afirmar que o “joseense é empreendedor”. Ao contrário, os dados mostram para uma taxa inferior ao estado de São Paulo e do Vale do Paraíba. O fato de São José dos Campos contar com grandes empresas de alta tecnologia, refletindo na alta densidade de empregos em ocupação tecnológica do estado, como mostramos em seção anterior, pode contribuir com o imaginário do Joseense ser “empreendedor”, o que, como vimos, não corresponde com a realidade.

## 2.3 O DISCURSO EMPREENDEDOR ENQUANTO MEIO E FIM DE UM PROJETO DE COMPETITIVIDADE URBANA

### 2.3.1 O novo Joseense: do errante sem vínculos ao empreendedor

Buscando alcances e limites do projeto de “vocação empreendedora” na cidade, encontramos que ele é ao mesmo tempo, meio e fim para o sucesso do próprio projeto de competitividade urbana. Nesse sentido, apresentamos primeiramente como o esforço em amentar o quociente de capital simbólico em torno desta temática alterou o discurso do JVP acerca do Joseense. Se no início da década de 1990, este é problematizado enquanto migrante “errante e sem vínculos” (com demais moradores e com a própria cidade), caracterizando uma população heterogênea, após o projeto de “vocação empreendedora”, este passa a ser considerado empreendedor, “homogeneizando” a população em torno desta ideia. No limite, podemos perceber como o discurso acerca do empreendedorismo cria condições, a partir de consensos e tréguas sociais subjetivas, em torno de um projeto de cidade.

Antes de entrar na temática, porém, gostaríamos de reforçar que o que nos interessa, nesta seção, é mostrar a metamorfose do discurso acerca do Joseense, pelo JVP, influenciada pela ideia da “vocação empreendedora”. Apesar desta metamorfose passar pelo tema da migração, não é objetivo desta pesquisa o aprofundamento nesta temática, assunto vasto nas ciências sociais, principalmente relacionado às sociedades receptoras e os polêmicos processos de adaptação, nova educação, integração do migrante às novas matizes culturais etc., com destaque à migração internacional (SAYAD, 1998; BOURDIEU, 2008). A partir da globalização contemporânea, por sua vez, assume diferentes contornos e desafios à análise e interpretação (BÓGUS, 1999, p. 165), restringindo-se cada vez menos à questões como proximidade do local de origem (MARTINE, 2005).

Apesar de não querermos nos estender no assunto, destacamos a reflexão de Sayad, pesquisando à imigração argelina para a França, acerca do imigrante como força de trabalho, que passa a ser um problema ao país que o recebe

Um imigrante é essencialmente uma força de trabalho, e uma força de trabalho provisória, temporária, em trânsito. Em virtude desse princípio, um trabalhador imigrante (sendo que trabalhador e imigrante são, nesse caso, quase um pleonัsmo), mesmo se nasce para a vida (e para a imigração) na imigração, mesmo se é chamado a trabalhar (como imigrante) durante toda a sua vida no país, mesmo se está destinado a morrer (na imigração), como imigrante, continua sendo um trabalhador definido e tratado como provisório,

ou seja, revogável a qualquer momento. A estadia autorizada ao imigrante está inteiramente sujeita ao trabalho, única razão de ser que lhe é reconhecida [...] E esse trabalho, que condiciona toda a existência do imigrante, não é qualquer trabalho, não se encontra em qualquer lugar; ele é o trabalho que o “mercado de trabalho para imigrantes” lhe atribui e no lugar que lhe é atribuído [...] (SAYAD, 1998, p. 54-55).

Voltando o discurso acerca do Joseense pelo JVP, a partir da década de 1990, com veremos mais adiante, durante a crise econômica e de desemprego vivida no início dos anos 1990, em diversas matérias das edições de 1993 e 1994, o JVP procurou problematizar, diagnosticar e prever possibilidades de superação da crise. Neste caso é relevante trecho da capa da edição de 1993:

Espontaneamente, o conjunto de reportagens que deram origem as matérias da edição comemorativa proporcionou um documentário sobre a personalidade de São José dos Campos, desvendando para nós mesmos uma problemática que imaginávamos conhecer, mas que, segundo os estudiosos, não passa do óbvio cosmopolitano<sup>121</sup>.

Neste sentido, a temática da migração, tão em pauta na época sanatorial, volta à tona. Em linhas gerais, haveria falta de vínculo dos Joseenses com a cidade, tornando-a apátrida, uma vez que esses Joseenses eram constituídos, em sua maioria, por migrantes cujo único interesse seria o trabalho.

Nesse sentido, a ideia da provisoriação do migrante, com a ideia constante de retorno ao local de origem e manutenção de laços com a comunidade originária, tão bem descrito em outro contexto por Sayad (1998) é tema recorrente.

Buscando explicar o motivo da presença de migrantes na cidade, correspondente a mais da metade da população local no início da década de 1990, diversas matérias ou trechos dessas destacam, exclusivamente, elementos de atração local, com destaque a publicidade massiva das características positivas da cidade.

Destacam-se matérias que acusam a cidade de uma “mania mitológica” de grandeza da cidade que, através da divulgação massiva da cidade industrial - principalmente pela prefeitura municipal local -, como “Capital do Vale” ou “Eldorado”, cria o “mito da cidade ideal” a partir da década de 1970, além, é claro, das reais oportunidades de trabalho da cidade<sup>122</sup>.

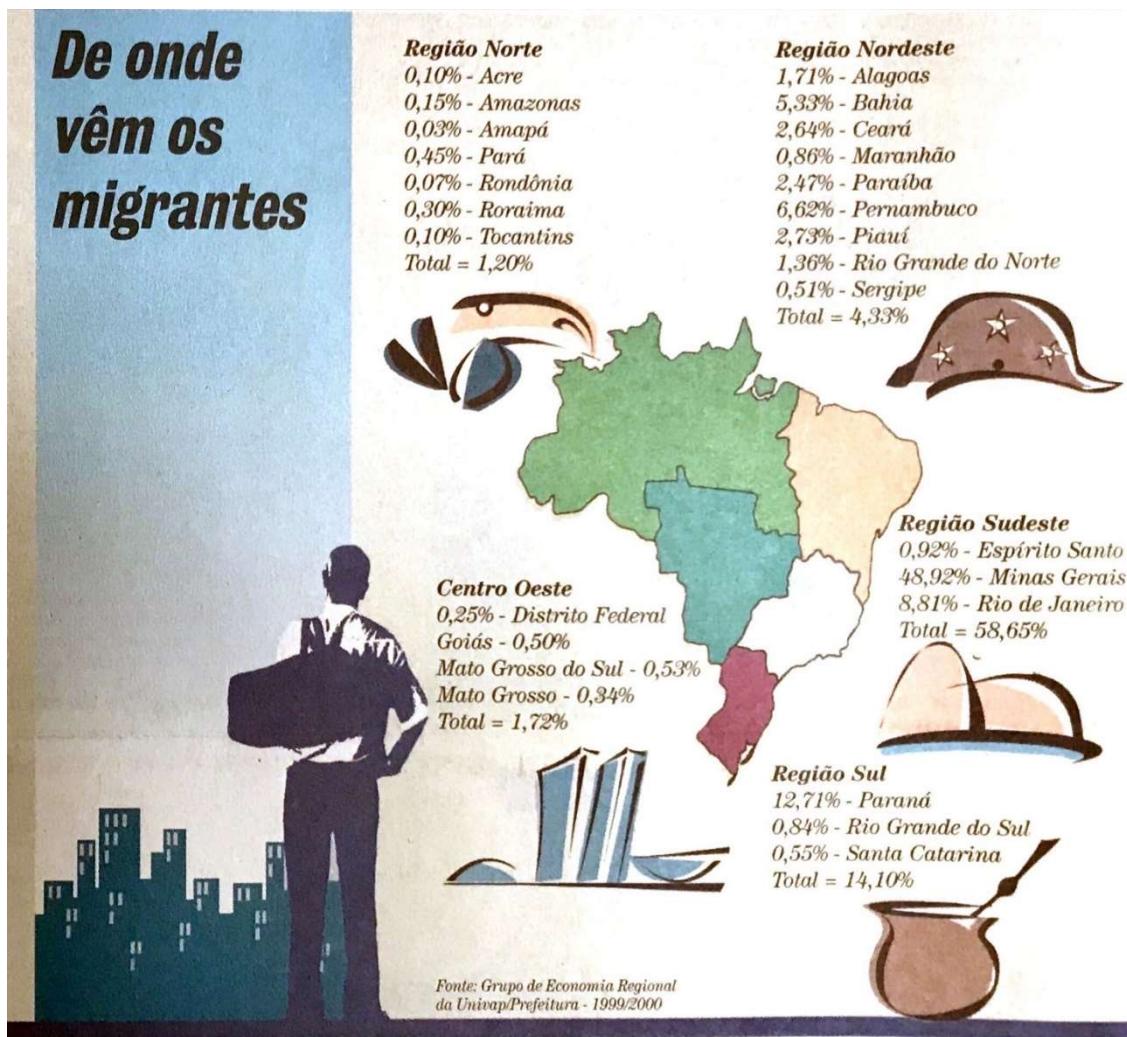
<sup>121</sup> Notícia da capa do JVP de 1993, p. 1, **Jornal ValeParaibano**

<sup>122</sup> Rica do dia para a noite a cidade perde altruísmo e fica mais fria, 1993, p. 2; Mito de grandeza virou mania de São José, 1993, p. 2; Literatura Oral cultua o desenvolvimento, 1993, p. 5, Mania de grandeza e progresso no mito do Eldorado, 1993, p. 5, **Jornal ValeParaibano**

Com relação aos dados relativos a migração em São José dos Campos, Conforme aponta Cardoso (1977, p. 17), no início da década de 1970, 50,15% da população residente em São José dos Campos não eram naturais do município. Destes, 67,61% residiam a 10 anos ou menos na cidade.

No ano de 2004 é divulgado o resultado do estudo realizado pelo Grupo de Economia Regional da Univap, traçando o perfil do local de origem do migrante Joseense para o ano 1999/2000, apontando que mais da metade da população não era nascida na cidade (Figura 26)

*Figura 26 - Dados migratórios JVP 2004*



Fonte: Grupo de Economia Regional da Univap/Prefeitura. Forasteiros somam 50% da população, 27 de julho de 2004.

A partir de dados da Fundação João Pinheiro, por sua vez, é possível verificar o perfil do migrante Joseense no ano de 2010 (Quadro 14).

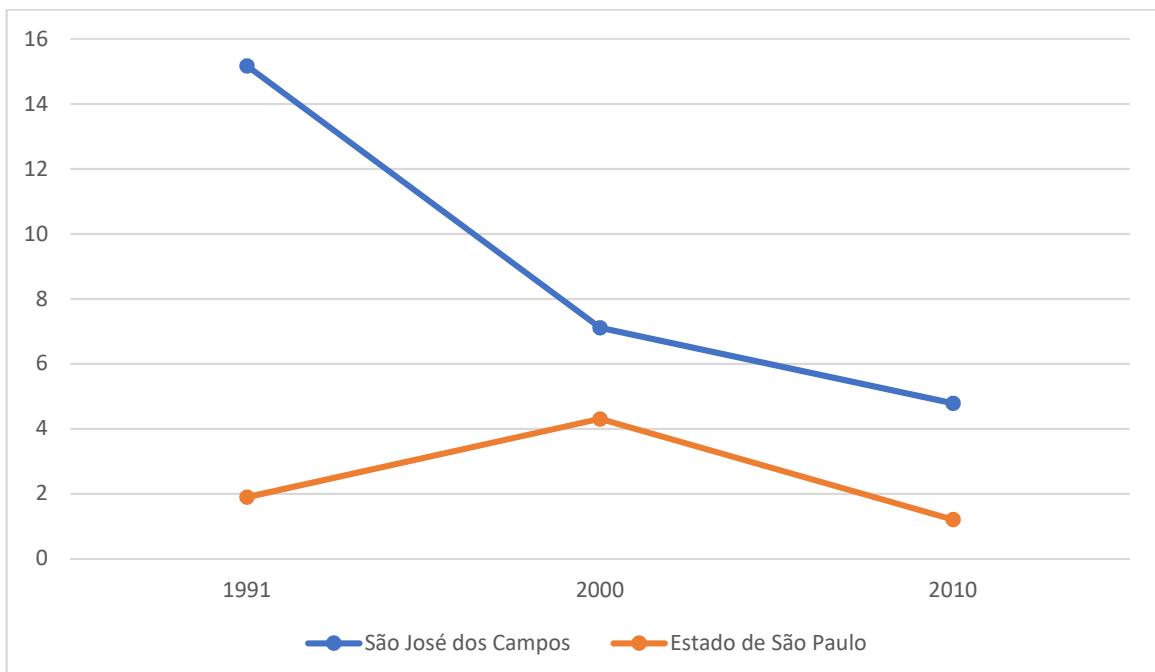
*Quadro 14 - Matriz Migratória - São José dos Campos - 2010*

<b>Estado</b>	<b>População</b>
Goiás	516
Mato Grosso	238
Mato Grosso do Sul	585
Distrito Federal	11811
Amazonas	331
Acre	0
Rondônia	168
Roraima	0
Amapá	18
Tocantins	98
Para	283
Maranhão	1619
Piauí	3213
Ceará	1203
Rio Grande do Norte	474
Paraíba	792
Pernambuco	1970
Sergipe	437
Alagoas	1214
Bahia	3566
São Paulo	41012
Minas Gerais	11136
Rio de Janeiro	4823
Espírito Santo	913
Paraná	2771
Santa Catarina	1051
Rio Grande do Sul	788

Fonte: Fundação João Pinheiro<sup>123</sup>

Por fim, dados da Fundação SEADE, apontam uma queda na taxa de migração na cidade, mas ainda assim, superior a do estado de São Paulo (Gráfico 13).

*Gráfico 13 Taxa Anual de Migração (por mil habitantes)*



Fonte: Fundação SEADE

Apesar de o jornal apresentar apenas elementos de atração local, há no movimento migratório um elemento de repulsão, ou seja, motivos relacionados à saída do migrante de sua localidade.

Para uma melhor compreensão deste elemento, Singer (1973, p. 129) distingue dois tipos de desemprego típicos de economias capitalistas ainda não completamente desenvolvidas.

O primeiro, trata-se de grupos ainda não integrados à força de trabalho capitalista, como jovens, mulheres (à época) e setores de subsistência. O segundo grupo é composto por aqueles que estavam empregados, mas foram liberados da força de trabalho devido às mudanças técnicas de produção ou na estrutura da demanda efetiva.

Com relação ao contexto de migração da década de 1970, vale a análise de Singer, assinalando que o primeiro tipo de desemprego aqui apresentado, chamado estrutural, era

<sup>123</sup> Disponível em <<http://migracao.fjp.mg.gov.br/Municipios/Perfil/3549904>>

predominante, dada a insuficiência de acumulação previa de capital que permita utilizar imediatamente a força de trabalho.

Se se olha os vastos fluxos migratórios que cruza território brasileiro, que, de acordo com o Censo de 1970, englobavam mais de 30 milhões de pessoas numa população de pouco mais de 93 milhões, é fácil ver que o exército industrial de reserva atinge dimensões formidáveis no Brasil, já que a grande maioria dos imigrantes se desloca procura de trabalho. É um esforço imenso dedicado à localização das áreas onde se dá a acumulação de capital e onde, em consequência, cresce a demanda por força de trabalho. É bastante comum que o mero anúncio do início da construção de uma fábrica atraia ao local numerosos trabalhadores (SINGER, 1973, p. 129)

Para o caso de São José dos Campos, com alta concentração de atividades industriais a partir da descentralização industrial ocorrida em São Paulo, como mostrado em seção anterior, ocorreu um deslocamento à procura de trabalho devido à amplitude do desemprego estrutural do país na época e dos limites da acumulação capitalista, além do processo de espalhamento populacional, também já referido anteriormente.

Voltando às matérias do jornal ValeParaibano dos anos 1993 e 1994 referentes à problematização dos migrantes Joseenses, tomaremos como exemplo o artigo “São José dos Campos nunca mais será a mesma”<sup>124</sup>, por apresentar ideias contidas em outros artigos:

#### São José dos Campos nunca mais será a mesma, 1993

Segundo o consenso de estudiosos de ciências sociais, **a regra que rege a relação existente entre São José dos Campos e o joseense, ou vice-versa, é decorrente da condução estabelecida pelo migrante**, que representa não só **a maior porcentagem da população** como também mantém o controle da economia local desde a década de 60.

**A indiferença do morador ao lugar onde mora é a regra vigente do migrante**, pelo fato dele **não assimilar** a sua nova, e muitas vezes última, morada. O modelo não é específico de São José dos Campos, mas clássico.

O migrante é um indivíduo social que, variavelmente, age e reage de acordo com as suas referências de origem (família e demais grupos), tradição (história, folclore, usos e costumes) e até mesmo propriedade (herança, espólio, pendencias) que não coincidem com a sua atual realidade socioeconômica.

A saudade (falta ou ausência) de todo um contexto familiar e social, não conseguindo facilmente em São José dos Campos, faz com que os “Joseenses” não se esqueçam dos locais dos quais são originários.

[...] [afirma a antropóloga Rosangela Paes Lemes] “A sociedade joseense atual é assim, formada por **grupos, os quais não mantêm ligações entre si** por

---

<sup>124</sup> “São José dos Campos nunca mais será a mesma”, 1993, p. 19, grifos do autor – Jornal ValeParaibano

serem heterogêneos”.

[...]

“O individualismo, como forma de conduta coletiva, proporciona uma das maiores regalias que é a liberdade. Liberdade plena, amoral, ninguém se incomoda com ninguém: ninguém toma conta de ninguém, **preservando todos em um isolamento espontâneo**”. [...]

“São José dos Campos é moderna apenas no que se refere a sua conduta impessoal, consequência da explosão demográfica que formou a população. Ademais, ela é antiquada

[...]

As razões de tantos contrastes estão na origem histórica da cidade, que a tornaram tão diferente do modelo tradicional.

**Trabalhar para progredir foi a única meta dos Joseenses**, necessários para suprir todas as carências prementes da sobrevivência imediata. **A preocupação com a sobrevivência, afastou as pessoas da convivência.**

[...]

O migrante, não só por ser em maior número, mas por ter maior poder de negociação, passou a liderar a economia local e a **ditar normas de conduta**.

A explosão migratória não permitiu que o joseense mantivesse as tradições locais. A aculturação, pelo que se sabe, acontece com quem chega. Em São José dos Campos, ocorreu (em parte) o inverso. Foi o joseense quem tentou (só tentou) assimilar a cultura recém-chegada. Tal fato não foi possível a origem do migrante era diversa e não havia unidade cultural na massa populacional que procurava se instalar na cidade.

Portanto, o tipicismo joseense é resultante da sua realidade contemporânea. **Ela é atípica** se comparada aos modelos tradicionais das cidades brasileiras, consideradas ideais pela literatura regionalista e história oral.

**A cidade também é apátrida** em decorrência do mesmo **movimento migratório que originou a sua população atual**. Daí, a predominância da **vontade coletiva manifestada através do anonimato, indiferença, insatisfação, frieza, rigidez<sup>125</sup>**.

Dentre os inúmeros elementos apresentados pelo artigo acima destacamos, de início, as relações que o jornal estabelece entre os migrantes e o trabalho.

Cabe considerar que a categoria trabalho é destacada em diversos artigos, como característica da cidade, chegando a considerá-la fruto de uma profecia, ao relacioná-la com o nome da cidade, como nos artigos a seguir:

<sup>125</sup> “São José dos Campos nunca mais será a mesma”, 1993, p. 19, grifos do autor – **Jornal ValeParaibano**

[...] São José, o carpinteiro, é um dos poucos santos da Igreja Católica que demonstra a sua ocupação profissional. Ele é um santo trabalhador santo (sic). Recatado, tal como os mineiros Joseenses, ele puxou o burro com Nossa Senhora grávida por estradas e ainda transformou uma manjedoura em maternidade.

São José era um trabalhador, não se furtou inclusive do encargo de assumir o filho do Espírito Santo, por mais vaga que fosse a ideia apresentada por Maria<sup>126</sup>.

No ano seguinte, a ideia é reforçada em outra matéria:

[...] a escolha do padroeiro foi acertada. Senão, profética. São José não foi santo milagroso. Ele não ressuscitou ninguém, tampouco, multiplicou pães e muitos menos curou leprosos. São José apenas trabalhou anonimamente, para sustentar a si e sua mulher [...]. [apesar de deixar de ser o principal eixo industrial do país] o trabalho continuou sendo verbo e advérbio da cidade que se auto-intitula Capital do Vale<sup>127</sup>

Se por um lado o trabalho é apresentado com orgulho, como sendo uma das principais características da cidade, por outro, o interesse “exclusivo” do migrante pelo trabalho, ou por ter no trabalho o único vínculo com a cidade, é apontado como um dos principais fatores da indiferença dos migrantes com a cidade e com os demais moradores: “Dai, a predominância da vontade coletiva manifestada através do anonimato, indiferença, insatisfação, frieza, rigidez<sup>128</sup>”

Podemos identificar, a partir dos artigos de 1993 e 1994, três eixos principais relacionados ao migrante joseense, a saber, (a) Relações estabelecidas com os antigos moradores: frágeis com destaque para o entendimento de um clima de competição (relacionado ao trabalho), retração, individualidade e relações contratuais; (b) Falta de vínculos dos migrantes com a cidade, principalmente pela manutenção física e emocional com o local de origem e; (c) Problemas emocionais e físicos relacionados à distância de casa e à crise econômica, relacionados ao excesso de trabalho ou à perda dele (Quadro 15).

*Quadro 15 - Características do Joseense na primeira metade da década de 1990 segundo JVP*

Característica destacada pelo JVP	Referência
Vínculos com demais moradores	

<sup>126</sup> “Protegida por São José tem sorte no trabalho”, 1993, p. 17, **Jornal ValeParaibano**

<sup>127</sup> “Trabalho e vida, 1994, capa”- **Jornal ValeParaibano**

<sup>128</sup> “São José dos Campos nunca mais será a mesma”, 1993, p. 19, **Jornal ValeParaibano** (grifos do autor).

Característica destacada pelo JVP	Referência
Relações frias, contratuais, não altruístas, de interesse sustentável, cada um por si, salve-se quem puder, anonimato coletivo	Grupos negam origem e se afastam da região, 1993, p. 16 Crise de identidade provoca rejeição do novo, 1993, p. 8 Rica do dia para a noite a cidade perde altruísmo e fica mais fria, 1993, p. 2 A Região ganha primeira cosmópole
Dificuldade estabelecer relações de amizade, de se enturmar, restritos à grupo familiar ou de amigos	Crise de identidade provoca rejeição do novo, 1993, p. 8 A Região ganha primeira cosmópole
Falta de receptividade, rejeitam/ temem novos moradores por temer competição profissional, falta de receptividade	Trabalho e mais trabalho. A vida é trabalhar, 1993, p. 6 Crise de identidade provoca rejeição do novo, 1993, p. 8
Nariz empinados (ato de esnobar os outros) / hábitos sofisticados	Narizes empinados discriminam pé-de-chinelo, 1993, p. 12 A Região ganha primeira cosmópole
Solitários, retraídos individualmente, agem isoladamente, cidade de estranhos (uns aos outros)	Crise de identidade provoca rejeição do novo, 1993, p. 8 A Região ganha primeira cosmópole
<b>Vínculos com a cidade</b>	
Relação de interesse com a cidade: Migrantes permanecem na cidade o tempo suficiente para atender suas necessidades e retornar ao seu lugar de origem. Ninguém assume a cidade. Relação não afetiva com a cidade. Não identificação com a cultura local.	Migrante modela vida na cidade do “chega e sai”, 1993, p. 4 O gosto pela cidade vai até o limite do interesse, 1993, p. 9 Desemprego se transforma em fator de união, 1993, p. 7 Despedida da cidade é feita na quinta-feira E a solidão acaba sendo uma mania barata, 1993, p. 10 Cidade amada não é necessariamente querida, 1993, p. 13 Grupos negam origem e se afastam da região, 1993, p. 16 4. 1994 - A Região ganha primeira cosmópole
<b>Questões emocionais relacionadas ao excesso de trabalho ou à crise econômica</b>	
Doenças emocionais, infelicidade, carência afetiva, separações conjugais, relacionadas ao excesso de trabalho ou distância do local de origem. acúmulo de consultas em clínicas neurológicas, gastrintestinais, cardiológicas, dermatológicas e oftalmológicas	Trabalho e mais trabalho. A vida é trabalhar, 1993, p. 6 Rotina pesada não dá espaço para a alegria, 1993, p. 14 Grupos negam origem e se afastam da região, 1993, p. 16

Característica destacada pelo JVP	Referência
<p>"Inversão de valores", trabalho, ganhar dinheiro para ficar rico como prioridade.</p>	<p>Para criar regras cidade fez-se com exceções Rotina pesada não dá espaço para a alegria, 1993, p. 14 Mito de grandeza virou mania de São José, 1993, p. 2 Trabalho e mais trabalho. A vida é trabalhar, 1993, p. 6</p>

Fonte: Criado pelo autor a partir de matérias do Jornal ValeParaibano entre 1993 e 1994

O Joseense, portanto, é retratado a partir da imagem construída acerca do migrante, cabendo a este - e sua relação com o trabalho-, portanto, o papel de bode expiatório da dificuldade de superação da crise vivenciada à época. O trabalho é tanto motivo de orgulho, quanto culpado pela falta de vínculos entre os moradores da (e com a) cidade, tornando-se uma cidade “apátrida” (São José dos Campos nunca mais será a mesma, 1939, p. 19). Trecho de outro artigo reforça essa ideia:

[...] O atual estado de coisas, para a parapsicóloga Lenice Cancas, é consequência da desestruturação da velha sociedade joseense a partir da exploração industrial iniciada por volta de 1960. O movimento migratório foi massacrante e esmagou tudo o que encontrou pela frente, principalmente aquela população local que não conseguiu se impor e foi totalmente aculturada. Mas como migrante não trouxe um tipo específico de cultura, a cidade virou uma Babel. O que aconteceu aqui foi pior que uma invasão, foi o verdadeiro ataque. **Daí a razão de ninguém assumir a cidade**<sup>129</sup>

Se nos anos de 1993 e 1994 diversas matérias retratam a crise, nos anos de 1995 e 1996, matérias trazem uma percepção de superação da crise. Passa a haver um novo (e positivo) entendimento acerca da economia da cidade, agora mais diversificada e menos concentrada na indústria, uma vez que emergência das micro e pequenas empresas, tanto no setor de serviço quanto no comércio, absorvem parte da mão de obra desempregada das indústrias.

O “trabalho do Joseense”, neste momento, passa a ser exaltado como elemento da superação da crise. Por sua vez, quando a temática do empreendedorismo é introduzida por Fernandes, como visto em seção anterior, essa passa a representar o Joseense que “trabalha para a cidade”, independentemente de ser ou não migrante.

Nesse sentido, os artigos apresentados anteriormente escritos nos anos de 1996 e também em 1997 pelo presidente do Sindicato do comércio varejista de São José dos Campos, José Mario de Faria, são interessantes por nos fornecer diversos elementos de análise. O

---

<sup>129</sup> “Cidade amada não é necessariamente querida”, 1993, p. 13, (grifos do autor) - **Jornal ValeParaibano**

primeiro, escrito ainda o governo de Guadagnin e o segundo já no governo de Emanuel Fernandes.

Apresentamos novamente os dois artigos, para posterior análise:

*Joseense ajudou a superar crise*

[...]

Pois bem. A crise chegou a São José dos Campos e, como um tornado, deixou em frangalhos todas as áreas pelas quais passou: o comércio, a própria indústria, os trabalhadores e suas famílias. O que ocorreu durante o primeiro ano após as demissões em massa da indústria bélica e aeronáutica não precisamos recordar. Ainda está bem vivo em nossa memória.

**Vamos nos concentrar aqui no que foi feito depois que o furacão passou e a poeira baixou. A partir daquele momento, centenas, quem sabe milhares de Joseenses começaram a pensar no que fazer para trazer a cidade de volta ao desenvolvimento. Muitas famílias se foram, em busca de novas oportunidades. Mas aqueles que ficaram, arregaçaram as mangas e puseram-se a trabalhar, sem deixar tempo para o pessimismo e as lamentações.**

[...]

Hoje, ao fazer um balanço dos últimos seis anos, vejo São José dos Campos transformando-se em um forte centro regional de compras e prestação de serviços, graças a seu comércio em expansão (temos hoje três shoppings centers e um quarto em construção, além de um diversificado centro comercial) e à mão-de-obra especializada de alto nível técnico.

[...]

A Principal luta do Sindicato do Comércio Varejista atualmente é pela regulamentação das feiras de fora da cidade que se instalaram em São José dos Campos sem que um critério rigoroso seja utilizado na concessão do alvará de funcionamento. Depois de sete ofícios enviados à Prefeitura dos abaixo-assinados, muita negociação, conseguimos a promessa de que a administração providenciará um projeto de lei que dê ao consumidor a garantia de estar comprando em um estabelecimento confiável, e ao comerciante local uma situação de igualdade perante as empresas “**forasteiras**”.

[...]

Os dois casos que citamos acima são algumas arestas a aparar, em busca de que a cidade possa usufruir plenamente, como de direito, desta nova fase de sua economia. **São José dos Campos está crescendo novamente, desta vez alicerçada em bases sólidas erguidas pelos seus próprios filhos. A cidade cresce em terra firme e nós, exaustos ao fim de uma longa travessia em mar agitado, estamos muitos felizes por isso<sup>130</sup>.**

---

<sup>130</sup> FARIA, José, M - Joseense ajudou superar crise; 1996, p. 4 - Jornal ValeParaibano

A seguir o artigo publicado em 1997, já com Emanuel Fernandes como prefeito.

#### Momento de acreditar

A tão sonhada revitalização do centro da cidade começa a sair do papel para se transformar em realidade. [...]

Participamos de uma primeira reunião entre os lojistas da Rua Sebastião Hummel e Secretaria Municipal de Planejamento, para discutir o projeto-piloto de reformas que será implantado naquele logradouro. É um primeiro passo e vemos nessa iniciativa uma grande boa vontade do poder público em fazer alguma coisa

[...] São José dos Campos vive um processo de transição, em que **deixa de ser um centro eminentemente industrial para se transformar em um polo regional de compras, lazer e prestação de serviços**. Essa virada, essa mudança em seu perfil econômico, após um duro período de crise, é consequência, claro dos investimentos externos que a cidade tem recebido. Ao direcionar seus planos de expansão, os grandes empreendedores rapidamente perceberam o precioso filão existente na região, de localização privilegiada, boa qualidade de vida e elevada renda per capita.

Entretanto, se hoje São José dos Campos é uma vitrine a ser mostrada, a atrair investimentos, enfim, **se hoje o município se coloca em condições de proporcionar bons negócios e resultados satisfatórios aos empresários que aqui se instalaram, o mérito se deve, indiscutivelmente, ao trabalho e ao empenho de empreender local, do pequeno comerciante, do microempresário da indústria e prestação de serviços**.

**São estes batalhadores, esses cidadãos de garra, no verdadeiro sentido das palavras, que vêm acreditando e apostando São José dos Campos, superando com sacrifício as dificuldades e os momentos turbulentos de nossa economia.**

[...]

**Esse é o perfil do nosso empreendedor: um trabalhador incansável, com uma visão de vanguarda e que não se deixa abater pelas adversidades. Qualquer cidade se orgulha de ter, entre seus cidadãos, empresários como esses bravos Joseenses, sejam eles nascença, sejam eles de coração<sup>131</sup>.**

Devemos destacar, antes de mais nada, a cordialidade do Sindicato do comércio varejista com o governo de Emanuel Fernandes, como pode ser visto no segundo artigo.

No primeiro artigo, por outro lado, há uma cobrança velada com relação às ações do governo municipal. Também fica claro nos dois artigos a compreensão da mudança do perfil da mão de obra empregada.

Colocando os dois artigos em perspectiva e procurando nos atirar aos objetivos desta

---

<sup>131</sup> FARIA, José, M. -Momento de acreditar - 1997, p. 3, **Jornal ValeParaibano**

seção, em suma, o autor relata um novo perfil econômico da cidade com o crescimento do setor de comércio e serviço. O trabalho dos Joseenses, neste sentido, contribuiu para a retomada do crescimento econômico da cidade. Gostaríamos de destacar, porém, dois pontos.

O primeiro refere-se à incorporação do discurso empreendedor no artigo de 1997. Se no artigo de 1996 o autor utiliza os termos “trabalhadores”, “Joseenses” e “filhos (de São José dos Campos)” para se referir àqueles que ajudaram a superar a crise, no artigo de 1997 chama-os de “empreendedores”.

O segundo ponto de destaque é a distinção feita no primeiro artigo entre as famílias que, durante a crise, se foram de São José dos Campos e àquelas que ficaram. Essa ideia é fundamental para a compreensão da metamorfose do discurso que queremos destacar. Neste momento, há uma ideia de ruptura.

Como um renascimento ou uma refundação, como uma peneira ou um filtro, há a ideia de que ficam na cidade os melhores, ou nas palavras do autor, aqueles que “[...] arregaçaram as mangas e puseram-se a trabalhar, sem deixar tempo para o pessimismo e as lamentações<sup>132</sup>” .

A partir deste entendimento, deixam a característica de transitoriedade de lado e àqueles que ficaram passam a ser um só joseense, independentemente de ser “de nascença ou de coração”, um joseense com o perfil empreendedor que qualquer cidade se orgulharia em ter<sup>133</sup>.

Na edição de 1999, com título de “A cidade dos empreendedores”, artigos corroboram com a visão do artigo de José Mario de Faria, reforçando a ideia de que o joseense é empreendedor, independentemente de serem ou não migrantes. Logo no editorial do jornal encontramos:

Aos Joseenses de coração

**No 232º aniversário de São José dos Campos, este caderno especial do Vale Paraibano faz uma homenagem a essa terra de oportunidades e principalmente à sua gente, que cada vez mais dá mostras de ter um perfil empreendedor.**

O suplemento deste ano tem a proposta de **enforcar o esforço dos Joseenses de coração para tornar a cidade cada vez mais forte no cenário econômico e cada vez mais humana no tocante à solidariedade dispensada aos mais necessitados.**

<sup>132</sup> FARIA, José, M. 1996, p. 4, **Jornal ValeParaibano**

<sup>133</sup> FARIA, José, M. -Momento de acreditar - 1997, p. 3, **Jornal ValeParaibano**

**A homenagem vai para todos os habitantes do município, independentemente de terem ou não nascido em São José. [...]<sup>134</sup>**

Mais uma vez, o joseense, pelo seu perfil empreendedor, é citado como joseense de coração. O empreendedorismo, portanto, passa a ser um elemento de coesão entre os habitantes do município, independente de terem ou não nascidos na cidade. Apesar de encontrarmos uma referência ao “Joseense de coração” no governo Guadagnin, com certeza a ideia é reforçada com Fernandes.

Na mesma edição (1999) é realizada uma entrevista com o Fernandes, colocando-o como exemplo de empreendedor e “espécie de protótipo de joseense de coração”<sup>135</sup>, o que nos dá indícios da boa relação estabelecida entre Fernandes e o JVP. Ao ser questionado “Em linhas gerais, como o senhor define o perfil de gente que, como o senhor veio para cá”, responde:

**São José não é uma cidade formada por uma leva de migrantes errantes. As pessoas vieram para cá para fazer as suas vidas. E isso é um potencial tremendo. É mais ou menos como aqueles caras que foram fazer a América ou os imigrantes que vieram para o Brasil. Aqui é uma terra de oportunidades<sup>136</sup>.**

No trecho destacado da entrevista fica clara, a visão de Fernandes com relação ao migrante joseense, contrária a visão inicialmente apresentada nesta seção. A relação do migrante com o trabalho, inicialmente associado ao elemento de falta de vínculo com a cidade, agora é ressignificado como um “potencial” para a cidade.

Eduardo Cury, sucessor de Fernandes, em entrevista à revista Conexão, no ano de 2008, explicita a relação migrante-empreendedor:

Por exemplo, o paulista é um povo migrante, o estado de São Paulo foi feito por migrantes, e todo mundo que deixa sua terra em busca de oportunidades é basicamente um empreendedor. É alguém que sai em busca do sonho de melhorar, o que representa o próprio espírito do empreendedorismo (SILVA, 2008, p. 14)

Pode-se dizer que essas edições do JVP marcam um ponto de inflexão no discurso acerca do Joseense, deixando de ser associado à figura do migrante e passando ser considerado empreendedor.

Nesse sentido, no caderno especial do ano de 2002, alguns artigos retornam à temática

<sup>134</sup> Aos Joseenses de coração, O editor, 1999, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

<sup>135</sup> FARIA, José, M - Fernandes viu, veio e venceu, 1999, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

<sup>136</sup> Idem

da migração, já com esse novo discurso.

O título de uma dessas matérias é esclarecedor e sumariza a nossa linha de raciocínio até aqui, marcando uma oposição, a partir do conteúdo da matéria: “Terra de forasteiros ou de empreendedores?<sup>137</sup>”

### **Terra de forasteiros ou de empreendedores?**

Por todas as fases em que passou - da agropecuária e sanatorial até chegar no “boom” industrial - e pelas mais diversas razões, São José dos Campos sempre despertou o interesse dos aqui chamados “forasteiros”, cuja participação ativa econômica e social foi fundamental para o desenvolvimento da cidade.

Grande parte desses migrantes ou imigrantes que muitas vezes tinham a intenção de se instalar no município por um breve período, como os físicos ou os médicos tisiologistas, acabou por aqui ficando e ajudando a construir a São José que conhecemos hoje. “A cidade deve muito aos forasteiros”, diz o economista e historiador Edo Paiotti, professor de História Econômica da Univap (Universidade do Vale do Paraíba) [...]<sup>138</sup>

A partir deste momento, especialistas selecionados pelo JVP passam a legitimar esse novo discurso acerca do Joseense.

Na matéria “Município se torna ‘mosaico étnico’ (Município se torna ‘mosaico étnico’, 2002, p. 5), por exemplo, a antropóloga Luiza Irene Galvão é consultada a respeito da heterogeneidade da população. Inúmeras considerações são feitas e o artigo é finalizado exaltando-se a simpatia e receptividade da cidade, elementos opostos aos identificados nas matérias dos anos de 1993 e 1994:

Nos últimos anos, segundo Irene, a violência urbana tem dificultando muito convivência, e é enfática: “Esta não é uma cidade de forasteiros. Muitos dos médicos, dentistas, arquitetos, fonoaudiólogos, psicólogos e tantos outros profissionais que estão servindo à população são nascidos aqui e estão tendo seus aqui. Isto é, seus pais vieram e são está cidade. Vieram para viver. Por isto São José é uma cidade tão simpática e interessante. A maioria que vem para cá se sente aqui<sup>139</sup>.

Artigo publicado no ano seguinte (2003), segue a mesma tendência, ressaltando a hospitalidade da cidade

A orgulhosa São José

---

<sup>137</sup> “Terra de forasteiros ou de empreendedores”? 2002, p. 4, **Jornal ValeParaibano**

<sup>138</sup> “Terra de forasteiros ou de empreendedores”? 2002, p. 4, **Jornal ValeParaibano**

<sup>139</sup> “Município se torna mosaico étnico”, 2002, p. 5, **Jornal ValeParaibano**

**A hospitalidade fez de São José dos Campos uma cidade tradicionalmente aberta a novos horizontes e projetos.** Ajudou a transformar o município em um dos maiores polos de tecnologia do país e a gerar empregos nos mais diversos setores.

[...]

**Por muito tempo, a cidade que hoje completa 236 anos representou o sonho de uma vida melhor para milhares de migrantes, das mais diferentes regiões do país.** Profissionais liberais, empresários e operários estabeleceram raízes no município e seus filhos fazem parte de uma geração que se orgulha de ser “joseense”.

Muitas lideranças políticas que despontaram na cidade também vieram de fora e adotaram São José. Só para citar dois exemplos: a deputada federal Ângela Guadagnin e o prefeito Emanuel Fernandes. [...]<sup>140</sup>

Já no primeiro parágrafo do editorial de 2004, “As pessoas que fazem São José” (2004, p.2)<sup>141</sup>, nos é apresentado a questão do vínculo estabelecido pelo migrante com a cidade, também de maneira oposta àquele apresentado nas edições de 1993 e 1994:

São José dos Campos, como toda grande cidade, é formada por pessoas bem diferentes e de procedências igualmente diversas. **Atraídas pelo desenvolvimento, aos poucos vão fazendo história e aumentando seus vínculos com a cidade** e, nesse meio tempo, prestando serviços relevantes à população e ao próprio desenvolvimento econômico da cidade [...]<sup>142</sup>

Ainda no ano de 2004, mais uma vez a antropóloga Luiza Irene Galvão é consultada e, mais uma vez é reforçada a ideia do vínculo migrante com a cidade:

Migração não impede vínculo com o município, afirma antropóloga

A população de São José dos Campos, com mais de 560 mil habitantes, é formada principalmente por pessoas vindas de outras localidades. Atraídas pelo fato de ser esta cidade um grande centro tecnológico, com grandes empresas e por estar estrategicamente localizada entre duas grandes mais importantes capitais do país (São Paulo e Rio de Janeiro), essas pessoas formam uma espécie de **mosaico étnico-cultural. Considerada por muitos como “terra de forasteiros”, segundo a antropóloga Luiza Irene Galvão, da Univap (Universidade do Vale do Paraíba), engana-se quem pensa que os cidadãos não terão “raízes”, um vínculo forte com São José dos Campos.**

“Toda cidade civilizada do mundo é constituída pela migração. E depois de um certo tempo são essas pessoas que fazem a história da cidade, criando raízes naquela região. Dizer que **São José não tem raízes é besteira da grossa**”, dispara ela<sup>143</sup>.

---

<sup>140</sup> “A orgulhosa São José”, 2003, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

<sup>141</sup> “As pessoas que fazem São José” (2004, p.2, **Jornal ValeParaibano**

<sup>142</sup> Idem

<sup>143</sup> “Migração não impede vínculo com o município, afirma antropóloga”, 2004, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

Valeria Zanetti, professora da Univap também é consultada nesta edição, mostrando resultados de sua tese afirma: “A identificação se dá pelo sentido de pertencimento. Fazer parte do local significa construir a história deste local. Nessa troca recíproca há, portanto, o exercício da identificação e, consequentemente, a construção da identidade; do próprio indivíduo e, coletivamente, da própria cidade<sup>144</sup>”

### 2.3.2 O protótipo do Joseense

Da mesma maneira que identificamos como o JVP caracterizou o Joseense na primeira metade da década de 1990, relacionando-o às características negativas do migrante. Podemos identificar como o mesmo jornal caracterizou o Joseense enquanto empreendedor e, desta maneira, nos aproximou do que a matéria do JVP chama de “Protótipo do Joseense<sup>145</sup>”

As definições de “protótipo”, segundo dicionário Michaelis são: 1. primeiro exemplar; modelo, padrão; 2. O exemplar mais exato; o modelo mais perfeito; 3. O primeiro exemplar de um produto industrial, feito de maneira artesanal, conforme discriminações de um projeto, que serve de teste, antes de sua produção em série; 4. Versão preliminar de um novo sistema de computador ou de um novo programa, destinada a ser testada e aperfeiçoada; tipômetro. A escolha desta palavra, portanto, foi feliz, tanto por relacioná-la a um modelo/padrão/modelo perfeito de Joseense, quanto por trazer à memória do leitor uma palavra de uso não raro na cidade, utilizada para se referir aos protótipos tecnológicos construídos na cidade, como aviões, foguetes, satélites etc.

Nesse sentido, percebemos que as características relacionadas ao Joseense enquanto empreendedor, ou do “protótipo do Joseense”, guardam semelhança com os comportamentos de empreendedores de sucesso identificados pelo EMPRETEC, difundido no Brasil pelo SEBRAE (Quadro 16)

*Quadro 16 - Características do Joseense na segunda metade da década de 1990, segundo JVP e Comportamentos Empreendedores segundo EMPRETEC*

Comportamento Empreendedor segundo EMPRETEC	Características segundo JVP	Referência JVP
→ ↪ ↮	batalhadores, cidadãos de garra	Art. 4. 1997 - Momento de acreditar

<sup>144</sup> LENCIONI, Giseli, 2004, p. 4, **Jornal ValeParaibano**

<sup>145</sup> “Fernandes viu, veio e venceu: estudante deixou ostracismo de Américo de Campos, se formou no ITA e conquistou o Paço”, 1999, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

<b>Comportamento Empreendedor segundo EMPRETEC</b>	<b>Características segundo JVP</b>	<b>Referência JVP</b>
<b>a. Busca de oportunidade e iniciativa</b>	acreditando e apostando São José dos Campos	Art. 4. 1997 - Momento de acreditar
	sociedade proativa, que não apenas à mercê do poder público. começaram com poucas pessoas, sem infraestrutura e com encontros realizados nas casas dos próprios membros	Art. 06 – 1999
	Aqui é uma terra de oportunidades.	Art.11 - 1999 - Emanuel viu, veio
	Na cidade que não tem medo de crescer e cujos empreendedores não ficam paralisados com a chegada dos concorrentes, as coisas acontecem	.Art. 1 - 2005 - Arrojo na Expansão da cidade
	Não entra em pânico com a perda do emprego, mas vai à luta e busca novas oportunidades.	Art. 4 - 2009 - Anos de crise despertaram vocação para os negócios
<b>b. Persistência</b>	empreendedor, que sabe onde deve calcular o seu comércio	Art.2 - 2007 - Quando a guerra fiscal é desnecessário
	um trabalhador incansável, com uma visão de vanguarda e que não se deixa abater pelas adversidades. bravos joseenses	Art 4. 1997 - Momento de acreditar
	começar a trabalhar logo aos cinco anos de idade.Com muita dedicação	Art 1. 1999 - A força do pequeno
	Batalham diariamente . Acreditam na cidade e que acreditaram até mesmo nos momentos de crise aguda	Art.10 - 1999 - Aos joseenses de coração
	Foi fruto do esforço mesmo. Esforço para tornar realidade o sonho. Empreendedor tem "algo a mais"	Art.11 - 1999 - Emanuel viu, veio
<b>c. Correr riscos calculados</b>	não ficam paralisados com a chegada dos concorrentes	.Art. 1 - 2005 - Arrojo na Expansão da cidade
	Não entra em pânico com a perda do emprego, mas vai à luta e busca novas oportunidades.	Art. 4 - 2009 - Anos de crise despertaram vocação para os negócios
	Acredita e aposta em São José dos Campos	Art. 4. 1997 - Momento de acreditar
	Primar pela manutenção de uma patamar de qualidade que diferencia nossos produtos em relação a qualquer outro município. Qualquer produto ou serviço obrigatório de São José dos Campos deverá ter encarado como símbolo de qualidade confiança e respeito	Qualidade de vida joseense enfrenta deterioração, 1996
<b>d. Exigência de qualidade e eficiência</b>	Batalhadores, cidadãos de garra	Art. 4. 1997 - Momento de acreditar
	Começar a trabalhar logo aos cinco anos de idade.Com muita dedicação	Art. 1. 1999 - A força do pequeno
	Foi fruto do esforço mesmo	Art.11 - 1999 - Emanuel viu, veio
	não ficam paralisados com a chegada dos concorrentes	.Art. 1 - 2005 - Arrojo na Expansão da cidade
<b>e. Comprometimento</b>		

<b>Comportamento Empreendedor segundo EMPRETEC</b>		<b>Características segundo JVP</b>	<b>Referência JVP</b>
II. Conjunto de Planejamento		começar a trabalhar logo aos cinco anos de idade.Com muita dedicação	Art. 1. 1999 - A força do pequeno
	a. Busca de informações	sabe onde deve calcular o seu comércio	Art.2 - 2007 - Quando a guerra fiscal é desnecessário
	b. Estabelecimento de metas	estabelecer metas e correr atrás.	Art.11 - 1999 - Emanuel viu, veio
III. Conjunto de Poder	c. Planejamento e monitoramento sistemático	talento de seus moradores em se “reinventar” diante dos desafios	Art. 4 - 2009 - Anos de crise despertaram vocação para os negócios
	a. Persuasão e rede de contatos	-	-
	b. Independência e autoconfiança	Acreditam na cidade até mesmo nos momentos de crise	Art.10 - 1999 - Aos joseenses de coração
		Acreditando e apostando São José dos Campos	Art. 4. 1997 - Momento de acreditar
		Na cidade que não tem medo de crescer e cujos empreendedores não ficam paralisados	.Art. 1 - 2005 - Arrojo na Expansão da cidade

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Conheça... 2018 e matérias do jornal ValeParaibano

Vale ressaltar que as características identificadas no Quadro 16, foram identificadas em matérias do JVP, portanto, não podemos afirmar que as mesmas correspondem a realidade, ou ainda possam influenciar o comportamento da população local ou mesmo constituir um novo elemento de identidade do Joseense

[...] é nas relações sociais e no cotidiano que conhecimentos socialmente estruturados e culturalmente aceitos irão condicionar as elaborações individuais e estas, vice-versa, contribuem socialmente, constituindo um movimento duplo e recíproco. (VÉRAS, 1999, 81)

No ano de 2008, Almeida (2008, p. 226- 229) pesquisou acerca de uma indagação comum à quem reside em São José dos Campos, com relação à “falta de identidade da cidade”.

Apesar de a verificar que a marca identitária da cidade está ligada à industrialização, identificou descontinuidades atravessando sua identidade, como o “esquecimento” de sua fase sanatorial visando consolidar-se como industrial. A multiplicidade de identidades e as lacunas de memória dificultam o sentimento de pertença e a “identificação” de quem reside na cidade:

São José, hoje a mais importante e promissora cidade do Vale do Paraíba, não consegue viver com seu passado antes, nega-o, para reforçar um presente vigoroso e progressista. A cidade nega uma das suas identificações e se remodela na paisagem do progresso, apoiada na saúde e na riqueza. O passado

precisa ser esquecido para validar a fase atual. Agora, o ar poluído, outrora condenado, foi ressignificado, passou a simbolizar avanço e modernização. Mesmo aparentemente sem identidade definida, esta é a identidade de São José dos Campos. [...] No entanto, se a cidade apaga as memórias, vão se formando lacunas que dificultam o estabelecimento de correlações entre o passado e o presente, necessário para que se consiga estabelecer o sentimento de pertença. (ALMEIDA, 2008, p. 229)

Sem romper com a fase industrial, assim como um dia foi feito com a fase sanatorial, em última instância o projeto de “vocação empreendedora”, através de ações e estratégias discursivas, trazem novos elementos a essa múltipla identidade Joseense. Isso não quer dizer que a população, enquanto “receptores”, incorporarão parcial ou totalmente essa identidade: “Antes de mais nada, memoria significa compreensão, conservação, o vivido e o aprendizado, não havendo, no entanto, uma regressão ao passado, mas uma ‘presentificação’ do que já passou” (VÉRAS, 2003, p. 21).

Em última instância, a mudança do discurso acerca do Joseense, de um migrante errante e sem vínculos com a cidade para um empreendedor, traz em seu cerne um elemento de coesão, de unificação e patriotismo com a cidade. Nesse sentido afirma Vainer: “O plano estratégico supõe, exige, depende de que a cidade esteja unificada, toda, sem brechas, em torno ao projeto” (VAINER, 2011, p. 91).

### **2.3.3 O empreendedor “competente” e a pobreza enquanto “problema paisagístico”**

Apesar de não podermos afirmar como e em qual medida o projeto de “vocação empreendedora” é recebido pelos Joseenses, podemos dizer, com segurança, que esse projeto fornece elementos e cria novas estratégias discursivas alinhadas à preocupação com a imagem da cidade, elemento fundamental enquanto “city marketing” para o sucesso de um projeto de competitividade urbana. Dessa maneira, atua, mais uma vez, como **meio** para o sucesso deste projeto.

Além dos elementos apresentados anteriormente, está contida nas ideias do Joseense Empreendedor a ideologia da competência (CHAUI, 2014, p. 54). Neste sentido, se é verdade que “o sucesso na ‘criação de marca’ de uma cidade pode requerer a expulsão ou erradicação de todas as pessoas ou coisas que não sejam adequadas à marca” como afirma Harvey (2014, p. 200), e a cidade-mercadoria se destina a “um grupo de elite de potenciais compradores: capital internacional, visitantes e usuários solváveis”, como sustenta Vainer (2011, p. 78), tem-se na competência mais um argumento (ou a metamorfose de algum discurso já existente) para

legitimar o projeto de competitividade na cidade, mesmo que apenas para uma parcela da população.

A preocupação com a imagem da cidade, comum a planejamentos estratégicos urbanos de influência catalã (VAINER, 2011, p. 82), se torna evidente na cidade e, aqui, vemos como o discurso acerca do empreendedorismo constitui mais um instrumento no esforço em manter a boa imagem de São José dos Campos.

Como afirma matéria do JVP acerca de projetos anti-pichação na cidade: “A imagem que a cidade projeta para quem passa por ela, [...] reforça e realça um dos orgulhos de ser joseense<sup>146</sup>”. Em entrevista à Ricardo Júlio, Fernandes se mostra alinhado a essa ideia, preocupado com a competitividade da cidade perante os empresários: “[...] Se o presidente de uma empresa chega a São José e vê uma cidade limpa, ele nota a cultura da limpeza. (JÚLIO, 2011, p. 456).

Nesse sentido, podemos identificar diversas ações são realizadas pela prefeitura municipal, assim como o próprio discurso do JVP, no sentido de melhorar - ou não piorar a imagem da cidade<sup>147</sup>.

Destacamos aqui algumas delas, a começar ações para a triagem e possível encaminhamento ao local de origem a migrantes pobres chegados à cidade<sup>148</sup>. Em matéria do ano de 2004, sobre o Centro de Triagem<sup>149</sup>, fica claro o discurso da qualificação com relação aos migrantes “não solváveis”: “Na tentativa de evitar o aumento do nível de pobreza, favelização e marginalidade, São José oferece uma atenção especial a esses andarilhos, para que não fiquem perambulando pela cidade<sup>150</sup>”

Essas pessoas acabam se frustrando, pois não obtém sucesso no mercado de trabalho, até porque apresentam um baixo grau de instrução e falta de qualificação profissional. “Com isso, ou acabam retornando ou ficam morando na rua” [afirma a supervisora técnica do Centro] (Idem)

---

<sup>146</sup> Programa anti-pichação dá resultado, 2009, p. 33, **Jornal ValeParaibano**

<sup>147</sup> A partir da metodologia adotada, não é possível afirmar relação direta entre as ações identificadas e este projeto de cidade, apenas apontar para sua potencialidade enquanto instrumento para legitimar políticas públicas.

<sup>148</sup> É interessante notar, nesse sentido, que a partir de 2004, o JVP trata de com o termo migrante os usuários não solváveis da cidade, ao contrário daqueles que são chamados de empreendedores.

<sup>149</sup> O Centro de Triagem e Encaminhamento CETREN-Migrante, era vinculado à Secretaria de Desenvolvimento Social de São José dos Campos, composto pela Casa do Migrante (albergue), Centro de Convivência Rural e Centro de Orientação ao Migrante, localizado na rodoviária do Município, realizando cadastro, orientação e até redirecionando o migrante ao seu local de origem.

<sup>150</sup> “Ela faz triagem dos migrantes sem-teto”, 2004, p. 31, **Jornal ValeParaibano**

Em matéria do ano de 2008 “Maioria dos migrantes é de São Paulo” (2008, p. 26), o então diretor do Centro de Triagem, Fernando Kratochwill apresenta alternativas para evitar a população em estado de rua na cidade:

São José é uma cidade atrativa, e isso acaba gerando um problema, pois não há local suficiente para atender essa grande demanda de migrantes [...] Com a triagem, é possível atender essas pessoas e até providenciar passagem de volta para suas cidades, impedido assim a população em estado de rua aqui no município<sup>151</sup>.

É possível interpretar, a partir da matérias publicadas no JVP, a distinção feita aos visitantes e usuários solváveis e não solváveis da cidade Vainer (2011, p. 78). Os solváveis, no caso, passam a ser considerados empreendedores, enquanto os não solváveis, “migrantes” pobres.

A preocupação com a pobreza, enquanto “problema paisagístico” (VAINER, 2011, p. 82) fica ainda mais evidente em matéria divulgada no ano 2000 por outro jornal, a Folha de São Paulo, com o título: “São José lança operação ‘caça-mendigo’: Prefeitura vai ‘devolver’ os pedintes para suas cidades de origem no fim do ano; advogado critica medida”. A justificativa seria o “período de grande movimento no comércio por causa das festas.”<sup>152</sup>

Outra medida realizada na cidade, combinando a preocupação com a imagem da cidade, pode ser vista a partir das atribuições do Centro de Operações Integradas da cidade (COI).

São José dos Campos é um dos pioneiros no Brasil na questão da segurança com auxílio do vídeo monitoramento em vias públicas, operados desde o COI, que atualmente incorpora equipes da Guarda Civil Municipal, Polícia Militar, Defesa Civil, Secretaria de Mobilidade Urbana e a Secretaria de Apoio Social ao Cidadão.

Em notícia publicada no site da prefeitura municipal, no ano de 2012, apresenta os atendimentos realizados pelo COI: “[...] denúncias de pichação, uso de cerol, violência contra o menor, violência contra o idoso, venda e consumo de bebida alcoólica para menores, consumo de drogas e mendicância<sup>153</sup>.“

Destacamos também o “programa de desfavelização”, promessa de campanha do

<sup>151</sup> “Maioria dos migrantes é de São Paulo”; 2008, p. 26, **Jornal ValeParaibano**

<sup>152</sup> Folha de São Paulo – Disponível em<<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/vale/vl2411200001.htm>>

<sup>153</sup> Prefeitura de São José dos Campos – Disponível em<(Acessado em 15/02/2017 através do endereço [http://www.sjc.sp.gov.br/noticias/noticia.aspx?noticia\\_id=12719](http://www.sjc.sp.gov.br/noticias/noticia.aspx?noticia_id=12719))> - Acessado em 27/10/2017.

segundo mandato de Fernandes para a prefeitura de São José dos Campos, que pretendia erradicar as favelas de São José dos Campos, sofrendo acusações de estar promovendo uma “limpeza urbana” ao transferir população de baixa renda da região central para regiões periféricas da cidade (FORLIN & COSTA, 2010, p. 134), processo comum às cidades capitalistas:

A cidade capitalista industrial acaba por dissimular a desigualdade, tentando isolar suas partes malditas, vergonhosas, afastando moradias populares para longe, evitando até caminhos em sua direção, ou maquilando-os. A competição pelo solo urbano é intensa entre os usos habitacional, industrial, comercial e de serviços, enquanto o mercado de preços alija as parcelas de menor renda (VÉRAS, 2003, p. 27)

Com relação ao programa de desfavelamento, afirma Reschilian

A questão central do programa de desfavelamento está nos métodos e pretensões do poder público municipal em erradicar as favelas, sem pressupor planejamento participativo. Além disso, a qualidade das moradias construídas pelo programa tem gerado inúmeros problemas para os moradores, além das pequenas dimensões das unidades habitacionais (RESCHILIAN, 2010, p. 174).

Nesse sentido, a questão da pobreza enquanto problema paisagístico, como comentado anteriormente, fica evidente no título das matérias de 2002 e 2009: “Desfavelização muda a paisagem” e “Na paisagem urbana ainda se vê barraco<sup>154</sup>“.

---

<sup>154</sup> “Desfavelização muda a paisagem” (2002, p. 31) e “Na paisagem urbana ainda se vê barraco” (26 julho 2009, p. 32). **Jornal ValeParaibano**

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Recordando a motivação inicial desta pesquisa, ao constatar que o vocabulário acerca do empreendedorismo extrapolava o mundo do trabalho, sendo utilizada como argumento para repúdio a uma manifestação popular (MEON, 2015, grifos do autor), procuramos investigar a chamada “cultura empreendedora” na cidade (SJC, 2006, s.n), buscando os alcances e limites do ideário empreendedor enquanto projeto de cidade.

Tal projeto articula com maestria duas questões emergentes a partir da década 1970<sup>155</sup>, com a crise de acumulação que finda os “anos dourados” nos países capitalistas avançados: as novas atribuições da dimensão local (cidades) e a emergência das pequenas e médias empresas

Com relação ao primeiro ponto, a perda do elemento monopolístico da localidade, a partir da diminuição dos custos de transportes, a redução de barreiras espaciais para o trânsito de bens, moedas e informações (HARVEY, 2013, p. 177), cria novas atribuições e coloca a dimensão local como protagonista em um contexto da globalização econômica, decorrendo no que vem sendo chamado de “novas estratégias” de planejamento urbano voltadas, sobretudo, em aumentar a competitividade de cada localidade, tornando-as atrativas e “favoráveis aos negócios”.

A emergência das pequenas e médias empresas, por sua vez, se dá a partir da superação da rigidez do fordismo pela “acumulação flexível”, caracterizando-se “[...] pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional” (HARVEY, 2013, p. 140). Neste sentido, segundo Castells: “O segredo [na determinação do sucesso ou do fracasso de uma localidade] reside na velocidade de inovação do conjunto das pequenas e médias empresas articuladas com as grandes em rede com o exterior e com poder político no interior” (CASTELLS, 1996, p. 153).

A governança da cidade de São José dos Campos compreendeu que, dentro de um contexto de competitividade urbana, não basta que “a cidade” seja competitiva, mas que ela “se mostre atrativa” aos investidores. Nesse sentido, alegar “qualidades especiais” confere elementos monopolísticos à cidade, ou seja, podem resultar em rendas de monopólio (HARVEY, 2014, p. 193). Neste contexto identificamos ações e estratégias discursivas da governança local voltada a aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno de uma “nova vocação” da cidade relacionada à questão do empreendedorismo.

---

<sup>155</sup> Essa mudança é percebida no Brasil a partir de 1980, mas principalmente 1990.

Quando nos referimos a uma “nova vocação”, identificamos que esta busca se sobrepor ou complementar a “vocação industrial” da cidade, alegada a partir da segunda metade do século XX. Neste sentido, apesar de a questão da competitividade urbana passar a ser retratada com regularidade na literatura a partir da década de 1970 nos países capitalistas avançados, podemos encontrar esforços da governança de São José dos Campos em aumentar o quociente de capital simbólico coletivo no sentido de alegar “vocações”, ou características singulares da cidade, com vistas a atrair investimentos ou superar crises econômicas, a partir da virada do século XX. Foi assim na “vocação sanatorial”, na “vocação industrial” e, agora, na “vocação empreendedora”.

Com relação à “vocação sanatorial”, na primeira metade do século XX, apesar da falta de consenso com relação ao clima e a sabida impureza de suas águas, por meio do esforço dos médicos locais em divulgar as “boas qualidades” da cidade para o tratamento da tuberculose, em 1935 São José dos Campos torna-se Estância Climática Hidromineral. A cidade que passava por dificuldade financeira no início do século, desta maneira, pôde investir em infraestrutura básica e melhorias para a cidade a partir do recurso financeiro recebido pelo Estado, dada sua condição de estância. Também ajudou a movimentar a economia local a procura da cidade por doentes e seus familiares (ALMEIDA, 2008; BONDESAN, 1996; PAPALI, 2010; SOARES, 1993; VIANNA, 2004, 2010, 2016).

Com o advento da penicilina e o tratamento da tuberculose passando a ser ambulatorial, a “fase sanatorial” (ALMEIDA, 2008) da cidade entra em declínio. Com a instalação na década de 1940 do Centro Técnico de Aeronáutica (CTA), e a inauguração da Rodovia Presidente Dutra no início da década de 1950, a partir da descentralização da industrialização da Capital e a concessão de incentivos por parte da prefeitura local, a cidade de São José dos Campos passa a receber diversas indústrias. Nesse sentido, a partir da década de 1970 há um esforço concertado, envolvendo desde prefeitos a veículos de comunicação, em promover a imagem da “cidade industrial” como uma ”vocação”, principalmente relacionada à indústria aeroespacial, uma vez que sediava, dentro outras, a EMBRAER, o CTA e o INPE.

Já a partir da década de 1990, o capital simbólico coletivo em torno da cidade industrial, ancorada no setor aeroespacial é abalado. A virada da década de 1980/1990 é marcada por uma intensa crise econômica no país. A reestruturação produtiva, sentida principalmente no setor bélico e aeronáutico da cidade, resulta em um alto número de demissões do setor industrial, inclusive da EMBRAER S/A, que tem em seus aviões um dos principais símbolos da cidade “industrial/polo tecnológico aeroespacial”. A cidade vê sua mão de obra migrando do setor industrial para o setor de serviço, que à supera em meados de 1995. Há também significativo

acréscimo de taxa da mão de obra empregada no setor de comércio da cidade (supera a mão de obra na indústria a partir de 2015).

Desta maneira, a partir da década de 1990, mais especificamente 1997, quando assume a prefeitura da cidade Emanuel Fernandes, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), diversas ações e estratégias discursivas buscam aumentar o quociente de capital simbólico coletivo em torno de uma “nova vocação”, ancorada na “cultura empreendedora” tendo, neste momento, forte influência do planejamento estratégico urbano de origem catalã (VAINER, 2011, p. 97).

Quando a governança da cidade fala em “cultura empreendedora”, se apoia em uma terminologia aberta às mais diversas significações. Neste sentido, o dialogo de Alice com Humpty Dumpty em Alice através do espelho ilustra bem o que estamos tratando:

- Quando eu uso uma palavra - disse Humpty Dumpty em tom escarninho - ela significa exatamente aquilo que eu quero que signifique... nem mais nem menos.
- A questão - ponderou Alice – é saber se o senhor pode fazer as palavras dizerem coisas diferentes.
- A questão - replicou Humpty Dumpty – é saber quem é que manda. É só isso. (CARROLL, p. 196)

Nesse sentido, é possível compreender o esforço da governança local na construção desta “nova vocação” orbitando duas ideias centrais, que se articulam em torno de uma parceria<sup>156</sup>: a de que “a cidade é empreendedora” e a de que “o Joseense é empreendedor”.

Com relação à ideia de que “a cidade é empreendedora”, identificamos diversas ações no sentido de facilitar, atrair e motivar a instalação de empresas para a cidade. Muitas delas pioneiras no Brasil ou no estado de São Paulo, como a Sala do Empreendedor Joseense, o Banco do Empreendedor e o programa de educação empreendedora, ensinando empreendedorismo nas escolas municipais para crianças a partir dos quatro anos de idades. Destaca-se também o Parque Tecnológico de São José dos Campos, maior parque tecnológico do Brasil. O discurso acerca da “cidade empreendedora” cria, por sua vez, a ideia de “cidade de oportunidades<sup>157</sup>”

Com relação ao “joseense empreendedor”, mostramos, que São José dos Campos apresenta taxas de empreendedorismo abaixo da média do estado de São Paulo, da Região Metropolitana do Vale do Paraíba e Litoral norte e, a depender da métrica utilizada, do Brasil. O discurso acerca do Joseense enquanto empreendedor, portanto, não encontra correspondência

<sup>156</sup> FERNANDES, Emanuel, Espírito empreendedor, 1997, p. 3, **Jornal ValeParaibano** (grifos do autor),

<sup>157</sup>“Aos Joseenses de coração”, O Editor, 1999, p. 2, **Jornal ValeParaibano** (grifos do autor)

com a realidade, mas busca, sobretudo o envolvimento da população em torno de um projeto de cidade. Mostramos também como esta ideia visa difundir a auto-iniciativa (no sentido do auto emprego) na cidade e como, implícita a esta ideia, está a relação entre o “insucesso” do cidadão (em sentido amplo) e a falta de esforço individual (de trabalho) para aproveitar as oportunidades oferecidas pela cidade.

Curiosamente, a cidade que, a partir do esforço da governança local, tanto se beneficiou de investimentos do Estado, com recursos provenientes do Fundo de Melhorias das Estâncias (FUMEST) na “vocação sanatorial”, com a instalação do CTA, Inpe e Revap, na vocação industrial e com investimentos no Parque Tecnológico São José dos Campos, na “vocação empreendedora”, hoje coloca a auto-iniciativa como alternativa ao desenvolvimento da cidade.

O discurso acerca do empreendedorismo também atua difundindo a ideia de consensos e tréguas sociais subjetivas em torno de um projeto de cidade. Nesse sentido, se na primeira metade da década de 1990, o caderno especial do Jornal ValeParaibano retratava o Joseense como “errante e sem vínculos” com a cidade, principalmente pela alta taxa de migrantes na cidade, no início da década de 2000, apesar de não existir alteração consistente na relação migrante/naturais, este passa a ser retratado “homogeneamente” como “empreendedor”, um Joseense de coração, que foi para a cidade para trabalhar. O Joseense empreendedor, como sugere matéria do JVP, seria uma espécie de “Protótipo do Joseense<sup>158</sup>”.

Alinhado ao planejamento estratégico urbano de influência catalã, o projeto de “cultura empreendedora”, ao trazer em seu cerne, elementos que podemos relacionar à ideologia da competência (CHAUÍ, 2014, p. 54), cai como uma luva para, se não justificar, reforçar a preocupação com a imagem da cidade, questão fundamental para o sucesso de um projeto de competitividade urbana, enquanto “city marketing”. Como afirma Harvey (2014, p. 200): “o sucesso na ‘criação de marca’ de uma cidade pode requerer a expulsão ou erradicação de todas as pessoas ou coisas que não sejam adequadas à marca”. A “vocação empreendedora”, portanto, é tanto fim quanto meio para o sucesso deste projeto de cidade.

Neste sentido, após consolidação do discurso empreendedor no JVP, identificamos no mesmo jornal, novas distinções feitas entre os “usuários solváveis” e “não solváveis” da cidade (VAINER, 2011, p. 78). Os solváveis, no caso, passam a ser considerados empreendedores, enquanto os não solváveis, “migrantes pobres”. A partir das matérias, percebe-se ações da prefeitura municipal colocando a pobreza enquanto “problema paisagístico” (VAINER, 2011, p. 82), como o Centro de Triagem, que possibilita a compra de passagem de volta para o local

---

<sup>158</sup> “Fernandes viu, veio e venceu: estudante deixou ostracismo de Américo de Campos, se formou no ITA e conquistou o Paço”, 1999, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

de origem à migrantes “sem qualificação”, “impedido assim a população em estado de rua aqui no município<sup>159</sup>”, assim como ações no sentido de retirar e “[...] ‘devolver’ os pedintes para suas cidades de origem [...]”<sup>160</sup> em períodos de maior movimento no comércio da cidade. No mesmo sentido, o programa de “desfavelização”, iniciado no governo Fernandes (1997-2000) pretendia erradicar as favelas da cidade, resultando na remoção de alguma delas para regiões periféricas da cidade.

Ainda com relação à imagem da cidade, é interessante verificar que a cidade de São José dos Campos foi a pioneira na questão da segurança com auxílio do vídeo monitoramento em vias públicas, tendo como funções iniciais “[...] denúncias de pichação, uso de cerol, violência contra o menor, violência contra o idoso, venda e consumo de bebida alcoólica para menores, consumo de drogas e mendicância<sup>161</sup>. ”

Por outro, apesar de analisarmos o esforço da governança local em aumentar o capital simbólico coletivo em torno da questão do empreendedorismo, não é possível afirmar como esse esforço é recebido pelos moradores da cidade. Almeida (2008) pesquisando acerca de uma indagação comum à quem reside em São José dos Campos, relacionada à “falta de identidade da cidade”, constatou que, apesar desta estar ligada à industrialização, descontinuidades, como o “esquecimento” de sua fase sanatorial, dificultam o sentimento de pertença e a “identificação” com a multiplicidade de identidades da cidade.

De maneira menos radical do que a ocorrida na fase industrial, que “precisou esquecer” o período sanatorial para acumular capital simbólico coletivo em torno da vocação industrial, o esforço em torno da “cidade empreendedora”, não pediu o rompimento, mas fez do capital simbólico coletivo acumulado até então base e ponto de partida. Ainda assim, em última instância, o esforço em criar uma “vocação empreendedora”, através de ações e estratégias discursivas, traz novos elementos a essa multiplicidade de identidades de São José dos Campos.

É importante ressaltar que se trata de um processo ainda em curso. Se nas gestões de Fernandes e Cury (ambos do PSDB) compreendendo o período de 1997 a 2012, houve claro esforço em “fortalecer e difundir a cultura empreendedora na cidade”, entre 2013 e 2016 durante a gestão de Almeida (PT) não se pode dizer o mesmo, inclusive com a descontinuidade de alguns programas relacionados ao empreendedorismo. A partir de 2017, com a gestão de

<sup>159</sup> “Maioria dos migrantes é de São Paulo”, 2008, p. 26, **Jornal ValeParaibano**

<sup>160</sup> Folha de São Paulo – Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/vale/vl2411200001.htm>>

<sup>161</sup> Prefeitura de São José dos Campos – Disponível em <(Acessado em 15/02/2017 através do endereço [http://www.sjc.sp.gov.br/noticias/noticia.aspx?noticia\\_id=12719](http://www.sjc.sp.gov.br/noticias/noticia.aspx?noticia_id=12719))> - Acessado em 27/10/2017.

Ramuth (PSDB), esta questão volta à tona, se desdobrando com a temática da inovação<sup>162</sup>. A construção de um imponente viaduto chamado “Arco da Inovação”, com vistas a criar um “novo cartão postal” para a cidade, indica os esforços nesse sentido.

Apesar da cidade conter diversos elementos que leve ao sucesso do desdobramento acima mencionado – mão de obra qualificada, parques tecnológicos, universidades e grandes empresas de alta tecnologia-, só o tempo dirá se essa será a “nova vocação” da cidade. Em caso afirmativo, a “vocação empreendedora” terá servido como caminho para que isso ocorra.

Enquanto escrevemos estas últimas linhas, está em curso a joint venture da EMBRAER com a Boeing. Dada a importância econômica e simbólica que a Embraer ainda representa para a cidade de São José dos Campos, formando redes verticais com pequenas e medianas empresas<sup>163</sup>, podemos estar assistindo ao começo de uma nova fase da cidade – ou ao fim de uma “velha vocação”.

---

<sup>162</sup> No início da década de 2000 houve um esforço em fazer da cidade um polo de telecomunicações, não chegando a se consolidar como uma marca da cidade

<sup>163</sup> Através de subcontratação ou domínio financeiro/tecnológico

## REFERÊNCIAS

- ALDRICH, C. **Learning by doing:** A comprehensive guide to simulations, computer games, and pedagogy in e-learning and other educational experiences. San Francisco, CA: Pfeiffer. 2005.
- ALDRICH, Howard E. Entrepreneurship. In: SMELSER, Neil J; SWEDBERG, Richard (ed). **The handbook of economic sociology** / Neil J. Smelser. 2 ed. New Jersey: Princeton University Press. 2005
- ALMEIDA, Valéria Zanetti de. **Cidade e Identidade:** São José dos Campos, do peito e dos ares. Tese de Doutorado em História. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2008.
- AMARAL, José Roberto. O voo de São José rumo à modernidade: Sobral fez a transição da cidade provinciana para a São José urbana e tecnológica. In: QUEIROZ, A. V. (Org.). Com a palavra, o prefeito: perfis e depoimentos dos políticos que governaram São José dos Campos na segunda metade do século. São José dos Campos: Prefeitura Municipal de São José dos Campos, 2008, p. 429-467.
- ANGELINI, A. L. **Motivação Humana.** Rio de Janeiro: José Olímpio, 1973.
- ATITUDE empreendedora. 2018. SEBRAE. **Empretec** – 2018. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pi/sebraeaz/empretec,32ab476a91983610VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 15 set 2018.
- Atlas das Condições de Vida em São José dos Campos (2004). Secretaria de Planejamento e Meio Ambiente – Prefeitura Municipal de São José dos Campos, 51p, 2003
- AUDIA, Pino G.; RIDER, Christopher I. **A Garage and an Idea: WHAT MORE DOES AN ENTREPRENEUR NEED?**
- A EMPRESA brasileira de cartão de crédito que nasceu numa garagem. **VEJA.** 2017. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tveja/sonho-grande/a-empresa-brasileira-de-cartao-de-credito-que-nasceu-numa-garagem/>. Acesso em: 15 set 2018.
- BAUMOL, William J. "Education for Innovation: Entrepreneurial Breakthroughs Versus Corporate Incremental Improvements," NBER Chapters, in: Innovation Policy and the Economy, Volume 5, pages 33-56 National Bureau of Economic Research, Inc. 2005.
- BAENINGER, R. (2005). São Paulo e suas migrações no final do século 20. São Paulo em Perspectiva, v. 19, n. 3, pp. 84-96
- BAENINGER, R. Contribuição da Academia para o Pacto Global da Migração: o olhar do Sul. In: Baeninger, R.; Bogus, L.M.; Moreira, J.; Vedovato, L.R.; Fernandes, D.; Souza, M.R.; Baltar, C.S.; Pere, R.; Waldman, T.; Magalhães, L.F.. (Org.). Migrações Sul-Sul. 1ed.Campinas: NEPO/UNICAMP/UNFPA, 2018
- BARROS, Aluizio Antônio de; PEREIRA, Cláudia Maria Miranda de Araújo. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma Análise Empírica RAC, Curitiba, v. 12, n. 4, p. 975-993, Out./Dez. 2008

BAUMOL, William. **Formal Entrepreneurship Theory in Economics:** Existence and Bounds. *Journal of Business Venturing*. 8. 197-210. 10.1016/0883-9026(93)90027-3. 1993.

BECKER, Markus C.; KNUDSEN, Thorbjørn. "THE ENTREPRENEUR AT A CRUCIAL JUNCTURE IN SCHUMPETER'S WORK: SCHUMPETER'S 1928 HANDBOOK ENTRY ENTREPRENEUR" In *Austrian Economics and Entrepreneurial Studies*. Published online: 08 Mar 2015; 199-233. Disponível em: [http://dx.doi.org/10.1016/S1529-2134\(03\)06012-5](http://dx.doi.org/10.1016/S1529-2134(03)06012-5). Acesso em: 10 set 2018

BECKER, Howard S. *Outsiders. Estudos de sociologia do desvio*. Rio de Janeiro: Zahar. 232pp. 2008 [1963].

BECKER, Markus C.; KNUDSEN, Thorbjørn. "The entrepreneur at a crucial juncture in schumpeter's work: SCHUMPETER'S 1928 HANDBOOK ENTRY ENTREPRENEUR" In *Austrian Economics and Entrepreneurial Studies*. 2003.

Belculfiné, Douglas Carlyle. São José dos Campos na fase sanatorial: humanidade e determinação. In: PAPALI, Maria Aparecida; ZANETTI, Valéria (Org.). *Fase Sanatorial de São José dos Campos: Espaço e Doença*. São Paulo: Integraf, 2010. 328 p. (São José dos Campos, História e Cidade, v.4).

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, arte e política:** ensaios sobre literatura e história da cultura. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1987. Obras escolhidas I.

BICARATE, Paulo. Uma mulher sobe ao poder: é a médica Ângela Guadagnin, do Partido dos Trabalhadores. In: QUEIROZ, A. V. (Org.). *Com a palavra, o prefeito: perfis e depoimentos dos políticos que governaram São José dos Campos na segunda metade do século*. São José dos Campos: Prefeitura Municipal de São José dos Campos, 2008, p. 429-467.

BICARATE, Paulo, 1997, p.8 - **Jornal ValeParaibano**

BICARATE, Paulo, A cidade, o presidente, o futuro, 1997, p. 08; Cidade muda perfil da atividade econômica, 1998, p. 13 - **Jornal Vale Paraibano**.

Machado. Globalização e migração internacional: o que há de novo nesses processos. In DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octávio, e RESENDE, Paulo-Edgar A. (org.). *Desafios da globalização*, 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1999, p. 165-174.

BONDESAN, Altino. **São José de Ontem e Hoje**. São José dos Campos: JAC Gráfica e Editora Ltda., 1996

BOLETIM MÉDICO. São José dos Campos. (Arquivo Público do Município de São José dos Campos). 1933a 1935. Disponível em <<http://www.camarasjc.sp.gov.br/promemoria/2015/08/10/boletim-medico-1933-1936/>>. Acesso em 12/11/2018.

BOURDIEU, Pierre (org.). *A Miséria do mundo*. 17. ed.- Petropolis, RJ: Vozes, 2008

BULL, Ivan; WILLARD, Gary E., Towards a theory of entrepreneurship, **Journal of Business Venturing**, 8, (3), 183-195. 1993.

CANTILLON. Richard. **Nature Du Commerce en Général** Paris, décembre 2011 Institut

Coppet. 2011.

CARROL, Lewis. Alice no País das Maravilhas. Alice Através do Espelho e o que Ela Encontrou por Lá'. Summus editorial, 1980

CARDOSO, Fernando Henrique. **População e crescimento econômico:** notas sobre a estrutura socioe-conômica de São José dos Campos. São Paulo: Cebrap, Estudos de População, 1: São José dos Campos. 1977

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no/do mundo.** São Paulo: Hucitec, 1996

\_\_\_\_\_. Da “organização” à “produção” do espaço no movimento do pensamento geográfico. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri, SOUZA, Marcelo Lopes & SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (Org.). A produção do Espaço Urbano: agentes e desafios. São Paulo: Contexto, 2016.

CARVALHO, Érica Reis Costa. Um estudo sobre as ações empreendedoras do município de São José dos Campos (SP) no período de 1993 a 2008. Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento da Universidade do Vale do Paraíba. 2009

CARVALHO, Ícaro de. Por que a indústria do empreendedorismo de palco irá destruir você. **O novo mercado.** Disponível em: <https://medium.com/o-novo-mercado/porque-a-ind%C3%BAstria-do-empreendedorismo-de-palco-ir%C3%A1-destruir-voc%C3%AA-3e18309ab47f>. Acesso em: 16 set 2018.

CASSON, Mark Christopher. **Entrepreneurship and the Theory of the Firm.** Journal of Economic Behavior & Organization, Vol. 58, Issue 2, p. 327-348 2005. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1507620>. 2005. Acesso em: 15 set 2018.

CASTELLS, Manuel; BORJA, Jordi. **As cidades como atores políticos.** Novos estudos Cebrap, n. 45, jul. 1996, p. 152-166.

\_\_\_\_\_. **A sociedade em rede:** a era da informação, economia sociedade e cultura. 17 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2016.

CHAUI, Marilena. **A ideologia da competência.** Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

CHERUKARA, Joseph; MANALEL, James. **Evolution of Entrepreneurship theories through different schools of thought.** 2011.

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo:** dando asas ao espírito empreendedor. São Paulo: Saraiva. 2007.

CYPRIANO, Carlos Alex Cantuária. **Pequena empresa, desenvolvimento social e ação institucionalizadora do Sebrae.** Tese de Doutorado, Escola de Administração, UFBA, 2004.

CONHEÇA as características empreendedoras no Empretc. SEBRAE. **Empretec -2018.** Disponível em: <http://www.sebraepr.com.br/PortalSebrae/programas/Conhe%C3%A7a-as-10-caracter%C3%ADsticas-empreendedoras-desenvolvidas-no-Empretec>. Acesso em 15 set 2018.

CORREIO JOSEENSE. São José dos Campos. (**Arquivo Público** do Município de São José

dos Campos). 1920-1950. Disponível em <http://www.camarasjc.sp.gov.br/promemoria/2016/01/28/correio-joseense-1920-1967/>. Acesso em 15/01/2018

CURY, AUGUSTO. **12 semanas para mudar uma vida.** Ed. Planeta. 2007.

CYPRIANO, Carlos Alex Cantuária. **Pequena empresa, desenvolvimento social e ação institucionalizadora do SEBRAE.** Tese de Doutorado, Escola de Administração, UFBA, 2004.

DEVINE, D. J. A review and integration of classification systems relevant to teams in organizations. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6(4), 291-310. 2002.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luísa.** São Paulo: De Cultura. 2008.

\_\_\_\_\_, Fernando. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura Editores Associados, c1999. 275 p. ISBN 8529300483.

\_\_\_\_\_. Minha visão sobre empreendedorismo, s.d. **On-line.** Disponível em <<https://fernandodolabela.wordpress.com/about/>>. Acesso em: 20 dez. 2015.

\_\_\_\_\_. Pedagogia empreendedora. Recurso digital. São Paulo: 2016

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. Rio de Janeiro: Elsevier. 2001.

FAPESP (2011). Indicadores de ciência, tecnologia e inovação em São Paulo: 2010. São Paulo, Fapesp.

FARIA, José. M. Empresas mais exigentes com profissionais, 1995, p.8 - **Jornal ValeParaibano**.

FARIA, José, M - Fernandes viu, veio e venceu, 1999, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

FARIA, José, M. 1996, p. 4, **Jornal ValeParaibano**

FARIA, José, M. -Momento de acreditar - 1997, p. 3, **Jornal ValeParaibano**

FARIA, José, M - Joseense ajudou superar crise, 1996, p. 4 - **Jornal ValeParaibano**

FARIA, José. M - Dicas ajudam a realização de velhos sonhos, 1996, p. 1. **Jornal ValeParaibano**

FARIA, José. M - Civismo elege bandeiras vivas, 1994, p. 17. **Jornal ValeParaibano**

FARINACCIO, Rafael. IBM inaugura a garagem 11.57, espaço focado em acelerar projetos inovadores. 2017. **TeCMundo.** 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/ibm/114292-ibm-inaugura-garagem-11-57-espaco-focado-acelerar-projetos-inovadores.htm>. Acesso em 15 set 2018.

FÉ, Ana Lucia Moura. Movido pelo “espírito de garagem”. **Época Negócios.** 2014. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Informacao/Resultados/noticia/2014/11/movido-pelo-espírito-de-garagem.html>. Acesso em: 15 set 2018.

FERNANDES, Emanuel, Espírito empreendedor, 1997, p. 3, **Jornal ValeParaibano**.

FERNADES, Emanuel Fernandes, 2000, p. 2, **Jornal ValeParaibano**

FERNANDES, Emanuel, 1996, p.9 - **Jornal ValeParaibano**

FERNANDES, Emanuel, 1982, p.2, **Jornal ValeParaibano**

FERNANDES, Ana Cristina. **Da reestruturação corporativa à competição entre cidades: lições urbanas sobre os ajustes de interesses globais e locais no capitalismo contemporâneo".** Espaço & Debates, 41, ano XVII. 2001

FILION, Louis Jacques. **Defining the entrepreneur.** In: DANA, L. P. Word Encyclopedia of Entrepreneurship. Cheltenham, UK and Northapton, USA, Edgard Elgar:41-52. 2011.

FLORIDA, Richard. **The new American dream.** The Washington Monthly; Mar 2003; 35, 3; Research Library Core pg. 26. 2003.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber.** Tradução Luiz Felipe Baeta Neves. 7. ed. 3. reimpressão. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.

FREEMAN, John H. **"Entrepreneurs as Organizational Products:** Semiconductor Firms and Venture Capital Firms," Advances in the Study of Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth, 1 (1986): 33-52. 1986.

FUNDACIÓN Empretec. 2018. **Programa Empretec.** 2018. Disponível em: <https://www.empretec.org.ar/empretec.php?pag=Programa%20Empretec#>. Acesso em 15 set 2018.

GARTNER, William. B. **"Who is an entrepreneur?" Is the wrong question.** Entrepreneurship Theory and Practice, v. 13, n. 4, p. 47-68, 1989.

Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil : 2016 \ Coordenação de Simara Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores -- Curitiba: IBQP, 2017

GOMES, Thomaz; AUGUSTO, Davi. A indústria da motivação. **Revista pequenas empresas & grandes negócios.** Outubro. No. 333. 2016.

GREGOLIN, Maria do Rosário. Foucault e Pêcheux na análise do discurso. Diálogos& Duelos. São Carlos: Claraluz, 2004.

\_\_\_\_\_. Análise do discurso e mídia: a (re)produção de identidades. In: Revista Comunicação Mídia e Consumo. São Paulo: v. 4, n. 11, p. 11-25, 2007.

HARARI, Yuval. **Uma Breve História da Humanidade,** L&PM Editores, 2017, p. 4. Disponível em<  
[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4266238/mod\\_resource/content/2/Sapiens%20Uma%20Breve%20Hist%C3%B3ria%20da%20Humanidade.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4266238/mod_resource/content/2/Sapiens%20Uma%20Breve%20Hist%C3%B3ria%20da%20Humanidade.pdf)> Acessado em: 27/01/2019.

HARTT, Valeria. Administração nota 10. Revista Conexão. Ano IV. N. 21. Agosto/set. 2009

HARVEY, David. *A justiça social e a cidade*. São Paulo, Hucitec, 1980.

\_\_\_\_\_. *A produção capitalista do espaço*. São Paulo: Annablume, 2005

\_\_\_\_\_. *O Neoliberalismo: História e. Implicações*. São Paulo: Edições Loyola, 2008.

\_\_\_\_\_. **Condição Pós-Moderna:** Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural. São Paulo, Edições Loyola, 2013. 2018. P.17

\_\_\_\_\_. **Cidades rebeldes:** do direito à cidade à revolução urbana. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

IBGE. Censo Demográfico 2010 – Resultados do universo. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 22 out. 2012.

LENCIORI, Giseli, 2004, p. 4, **Jornal ValeParaibano**.

LOPES, Rose Mary Almeida; TEIXEIRA, Maria América de Almeida. Educação empreendedora no ensino fundamental: o caso da educação municipal de São José dos Campos. In: Educação empreendedora: conceitos, modelos e práticas. LOPES, Rose (org.). Rio de Janeiro: Elsevier; São Paulo: Sebrae, 2010.

JULIO, Ricardo. Todo o poder ao povo: as lições que Emanuel Fernandes tirou de seus oito anos na Prefeitura. In: QUEIROZ, A. V. (Org.). **Com a palavra, o prefeito:** perfis e depoimentos dos políticos que governaram São José dos Campos na segunda metade do século. São José dos Campos: Prefeitura Municipal de São José dos Campos, 2008, p. 429-467.

KATZ, Jerome A. **The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education 1876–1999**. ESBRI and Department of Management, Saint Louis University, St. Louis, MO 63108, USA Received 1 April 1999; received in revised form 1 January 2002; accepted 1 February 2002. *Journal of Business Venturing* 18 (2003) 283–300. 2002.

KARNAL, Leandro. **Pecar e perdoar – Deus e o Homem na História**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2014.

KNIGHT, Frank H.; RISK, Uncertainty and Profit (1921). University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=1496192>. Acesso em: 16 set 2018.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Maria de Andrade. **FUNDAMENTOS DE METODOLOGIA CIENTIFICA**. 3 edição. São Paulo: Atlas, 1991.

LANDSTRÖM, Hans. **Pioneers in entrepreneurship and small business research**. Springer Science + Business Media, Inc. 2005.

LANGLOIS, R. N. Schumpeter and the obsolescence of the entrepreneur. **Social Science Research Network**, n. 19, 2002. Disponível em: <[http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=353280](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=353280)>. Acesso em: 23 jan. 2018.

LAZZARESCHI, Noêmia. **Conhecimento, Informação e Inovação:** condições para a promoção do desenvolvimento nacional. Revista Impulso de Ciências Sociais e Humanas da

UNIMEP, nº 63, set. 2015.

LEGISLAÇÃO Municipal: Câmara Municipal de São José dos Campos. Câmara Municipal de São José dos Campos. 2016. Disponível em: <<http://www.ceaam.net/sjc/legislação/>>. Acesso em: 15 maio 2016

LEITE, Elaine da Silveira; MELO, Natália Máximo. **Uma nova noção de empresário:** a naturalização do “empreendedor”. Revista de sociología e política V. 16, Nº 31: 35-47 NOV. 2008.

LENCIOMI, Sandra. Região Metropolitana de São Paulo como centro da inovação do Brasil. Caderno Metrópoles, São Paulo, v. 17, n. 34, pp 317-328, nov. 2015.

LESSA, Simone Narciso. São José dos Campos: o planejamento e a construção do polo regional do Vale do Paraíba. Tese de Doutorado apresentada ao departamento de História do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade de Campinas UNICAMP. Campinas, 2001.

Lessa, Simone Narciso. A Construção do Polo Regional do Vale do Paraíba: Planejamento Regional e Ordenamento Territorial de São Jose dos Campos. In: Zanetti, Valeria ; Papali, Maria Aparecida (org. e coord.). Os Campos da Cidade: São Jose Revisitada. São Paulo: Intergraf, 2008 200p.

LIMA JÚNIOR, Otávio Pedro Alves de. O espírito do capitalismo e a cultura do empreendedorismo educação e ideologia. Dissertação (Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. 2011

LOGAN, John e MOLOTCH, Harvey; **Urban Fortunes:** the political economy of place, University of California Press, 1987

MANAGEMENT Systems International. Report to the United States Agency for international Development, 1986.

MANOLESCU, F. M. K.; KROM, V. A dinâmica do desenvolvimento socioeconômico de São José dos Campos. In: PAPALI, M. A. (org.) **Histori(cidade)s:** Um olhar multipliscinar. São José dos Campos: UNIVAP, 2008

MARCONDES Filho, Ciro. O capital da notícia. São Paulo: Ática, 1989.

MARTINE, George. A globalização inacabada: migrações internacionais e pobreza no século 21. **São Paulo Perspec.**, São Paulo , v. 19, n. 3, p. 3-22, Sept. 2005

MEYER, Marlyse (org.). **Do Almanak aos Almanaques.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2001

McBER £, CO. Entrepreneurship and Small Enterprise Development, second annual report to the United States Agency for International Development, 1986.

McCLELLAND, David C. **Characteristics of Successful Entrepreneurs Journal of Creative Behavior**, Vol. 21, No. 3 qtr, 1987.

McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. New York, NY, US: Free Press. 1967.

\_\_\_\_\_. A sociedade competitiva: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura. 1972.

MELO, Natália Máximo. **SEBRAE e empreendedorismo:** origem e – São Carlos: UFSCar, 2008. 139f. Dissertação Mestrado. Universidade Federal de São Carlos. 2008.

MEON (Metrópole online). **Grupo do MTST invade áreas em São José dos Campos e Pindamonhangaba.** MEON. 2015. Disponível em: <<http://www.meon.com.br/noticias/regiao/grupo-do-mtst-invade-area-no-jardim-aquarius-em-sao-jose-dos-campos>>. Acesso em: 25 dez. 2015.

MIURA, Veriano Tikuji. **Da imagem construída à imagem percebida:** Os marcos referenciais urbanos na paisagem de São José dos Campos – SP. Planejamento Urbano e Regional. Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento da Universidade do Vale do Paraíba. São José dos Campos: UNIVAP, 2006.

MURPHY, Patrick J.; LIAO, Jianwen; WELSCH, Harold P. A conceptual history of entrepreneurial thought Journal of Management History Vol. 12 No. 1, 2006 pp. 12-35.

O EMPRETEC como melhorar sua empresa. SEBRAE. Empretec – 2018. Disponível em: <http://www.sebraepr.com.br/PortalSebrae/programas/Empretec>. Acesso em 01 set 2018.

ORLANDI, Eni P. A linguagem e seu funcionamento. São Paulo: Brasiliense, 1983.

PAPALI, Maria Aparecida; ZANETTI, Valéria (Org.). **Fase Sanatorial de São José dos Campos:** Espaço e Doença. São Paulo: Integraf, 2010. 328 p. (São José dos Campos, História e Cidade, v.4).

PEREIRA, Cristiano José. A cidade, a fábrica e a juventude: a mão-de-obra juvenil na Fábrica de Louças 'Santo Eugênio' e o contexto industrial de São José dos Campos-SP (1921-1973). 2009. Dissertação (Mestrado em História Econômica) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. doi:10.11606/D.8.2009.tde-03022010-114607. Acesso em: 2018-12-29.

PIMENTEL, Marcelo. **A evolução do jornal Valeparaibano:** Um estudo de caso e reforma gráfica e editorial ocorrida no período entre os anos de 1994 e 1998. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2000.

PMSJC. Prêmio Governador Mário Covas para o Prefeito Empreendedor. São José dos Campos: PMSJC, 2002. 1CD-ROM

\_\_\_\_\_. SÃO JOSÉ DOS CAMPOS. (Município). Lei Municipal nº 1.623, de 30 de novembro de 1971. Institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado do Município de São José dos Campos, e dá outras providências. São José dos Campos, SP

\_\_\_\_\_. Cadastro de Indústrias de São José dos Campos. São José dos Campos: PMSJC, 2004. Disponível em <[https://www.sjc.sp.gov.br/media/26430/cadastro\\_industrias\\_2004.pdf](https://www.sjc.sp.gov.br/media/26430/cadastro_industrias_2004.pdf)>. Acesso em: 14 fev. 2016.

\_\_\_\_\_. Plano Diretor Integrado de Desenvolvimento Integrado: PDDI 2006 – Diagnóstico.

São José dos Campos: PMSJC, 2006.

\_\_\_\_\_. Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado: PDDI-1994. São José dos Campos. PMSJC, 1994.

\_\_\_\_\_. SECRETARIA DA DEFESA DO CIDADÃO. Novo sistema do COI é pioneiro nas Américas, 2012. Disponível em: <[http://www.sjc.sp.gov.br/secretarias/defesa\\_do\\_cidadao/noticia.aspx?noticia\\_id=12731](http://www.sjc.sp.gov.br/secretarias/defesa_do_cidadao/noticia.aspx?noticia_id=12731)>. Acesso em: 20 dez. 2015.

\_\_\_\_\_. SECRETARIA DA EDUCAÇÃO. **Empreendedorismo**, s.d. Disponível em: <<http://www.sjc.sp.gov.br/secretarias/educacao/empreendedorismo.aspx>>. Acesso em: 20 dez. 2015.

PURRINGTON, C.; BETTCHER, K. E. **From the Garage to the Boardroom**: The Entrepreneurial Roots of America's Largest Corporations. SSRN Electronic Journal. doi:10.2139/ssrn.1260383. 2001.

QUADRO, Carlos Eduardo de; COSTA, Suele França; SILVA, Douglas Almeida; ZANETTI, Valéria. O Espírito Empreendedor: São José dos Campos Vendendo Saúde (1890-1940). In: PAPALI, Maria Aparecida; ZANETTI, Valéria (Org.). Fase Sanatorial de São José dos Campos: Espaço e Doença. São Paulo: Intergraf, 2010. p. 51-72. (São José dos Campos, História e Cidade, v.4).

REGO, Arménio. Os motivos de sucesso, afiliação e poder – desenvolvimento e validação de um instrumento de medida. Análise Psicológica, 3(XVIII), 335-344. 2000

RESCHILIAN, Paulo Romano. Habitação Social e Ordenamento Territorial: A Dinâmica Socioespacial do Processo de Inclusão Precária em São José dos Campos (SP). In: Crescimento Urbano e Industrialização em São José dos Campos. PAPALI, Maria Aparecida Papali, ZANETTI, Valéria(Coord.). COSTA, Sandra Maria Fonseca da Costa, MELLO, Leonardo Freire de(org.) São José dos Campos: Intergraf, 2010. 272p

REYNOLDS, Paul D. National panel study of US business start-ups: Background and methodology, in Katz, J.A. (ed.), **Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth**, Vol 4, Stanford, CT: JAI Press. 2000.

ROBERT , T. Averitt; SCHUMPETER, Joseph A.; CLEMENCE, Richard V.; SWEDBERG, Richard. **Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism**. Contemporary Sociology. 19. 382. 10.2307/2072441. 1990.

ROLNIK, Raquel. **Guerra dos lugares**: a colonização da terra e da moradia na era das finanças. São Paulo: Boitempo, 2015.

SANTOS, Ademir Pereira dos. Arquitetura Industrial: São José dos Campos. São José dos Campos: Takano Ltda., 2006.

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS (Município). **Lei Municipal nº1.623**, de 30 de novembro de 1971, Institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado do Município de São José dos Campos, e dá outras providências. São José dos Campos, SP.

\_\_\_\_\_. **Lei Complementar nº 121 de 24 de abril 1995**. Dispõe sobre a Política Territorial e Urbana do Município, institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado da Cidade de São José dos Campos, e dá outras providências. São José dos Campos, SP.

\_\_\_\_\_. **Lei Complementar nº 6812, de 25 de maio de 2005.** Autoriza O Executivo Municipal A Celebrar Convênio Com O Estado de São Paulo, Por Intermédio da Secretaria da Ciência, Tecnologia, Desenvolvimento Econômico e Turismo, Objetivando Estabelecer Parceria Para A Realização de Estudos de Viabilidade de Implantação do Parque Tecnológico de São José dos Campos.

\_\_\_\_\_. **Lei Complementar nº 306 de 17 de novembro de 2006.** Aprova e institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado - PDDI do Município de São José dos Campos para o próximo decênio e dá outras providências. São José dos Campos, 2006. Disponível em <<http://www.ceaam.net/sjc/legislação/leis/2006/Lc0306.htm>>.

SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados – Informações municipais. São Paulo. 2016. Disponível em <<http://www.imp.seade.gov.br/frontend/#/tabelas>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

SECRETARIA de educação e cidadania departamento de educação básica (SECDEB-SJC). Proposta de reestruturação da parte diversificada do currículo das escolas de ensino fundamental. s/d

SÁNCHEZ, Fernanda. Políticas urbanas em renovação: uma leitura dos modelos emergentes. Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais, Campinas, n.1, p.115- 132, 1999.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço:** Técnica e Tempo Razão e Emoção São Paulo: Hucitec, 1996

SAY, Jean Baptiste. *Traité d'économie politique, ou Simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent et se consomment les richesses.* Paris, décembre 2011. Institut Coppet Cours complet d'économie politique pratique : Disponível em; <https://archive.org/details/courscomplet01sayj>. Acesso em: 01 set 2018.

SAYAD, Abdelmalek. Imigração ou os paradoxos da alteridade. São Paulo, Edusp, 1998

SCHATZ, Sayre P. Achievement and Economic Growth: A Critique Author(s): Source: **The Quarterly Journal of Economics**, Vol. 79, No. 2 (May 1965), pp. 234-245. Published by: Oxford University. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/1880628> . Acesso em: 02 set 2018, socialismo e democracia. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

Joseph A Schumpeter, Markus C Becker, Thorbjørn Knudsen. **Entrepreneur.** Austrian Economics and Entrepreneurial Studies. 2003, 235-265.

SCHUMPETER, Joseph Alois. Essays on entrepreneurs, innovations, business cycles, and the evolution of capitalism. **Economic theory and entrepreneurial history.** In: Edited by Richard V. Clemence, published 2017 by routledge, New York, USA. 2017.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural Ltda. 1997.

SEADE – Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados – Informações municipais. São Paulo. 2016. Disponível em <<http://www.imp.seade.gov.br/frontend/#/tabelas>>. Acesso em: 15 mai. 2016.

SELLTIZ et al. **Método de pesquisa nas relações sociais.** Trad. Dante Moreira Leite. São

Paulo: E.P.U., 1974.

SENNET, Richard. **Construir e habitar**. Ed. Record. 2018

SILVA, Ricardo Marques da. Uma Lição de empreendedorismo. **Conexão**. São Paulo: Sebrae-SP, n.14, jun. 2008. Bimensal.

Silva, Ana Consuelo Alves da. Dores do corpo e dores da alma : o estigma da tuberculose entre homens e mulheres acometidos. Tese de Doutorado, Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação. Campinas, SP: [s.n.], 2009.

SINGER, P. **Desenvolvimento econômico e evolução urbana**. São Paulo: Nacional, 1977.

SOARES, J.B.S. Tuberculose e Clima. **Boletim Médico**. São José dos Campos, out. 1933.

SOUZA, Adriane Aparecida Moreira; COSTA, Wanderley Messias. **Análise da reestruturação do parque industrial e da consolidação do município de São José dos Campos**, SP, em centro da tecnologia aeroespacial do Brasil. Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. En línea. Barcelona: Universidad de Barcelona, 1 de agosto de 2010, vol. XIV, nº 331 (18). Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-331/sn-331-18.htm>>. Acesso em: 15 fev. 2016.

STEVENSON, Howard H.; JARILLO, J. Carlos. **A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management**. Strategic Management Journal, v. 11, n. 5, p. 17-27, 1990.

SWEDBERG, Richard. Rebuilding Schumpeter's Theory of Entrepreneurship. In **Marshall and Schumpeter on Evolution**. Edward Elgar Publishing. 2009.

SWEDBERG, Richard. Principles of economic Sociology. 2007. Disponível em: <https://press.princeton.edu/titles/7525.html>. Acesso em: 13 ago. 2018.

SWEDBERG, Richard. Sociologia econômica: hoje e amanhã\*. Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 16, n. 232. 2002.

SZMRECSÁNYI, Tamás. Schumpeter, Joseph A.- Economic Theory and Entrepreneurial History. In: Revista Brasileira de Inovação Vol. 1. v. 1, n. 2. Jul./dez 2002.

TRUJILLO, F.A. **Metodologia da Ciência**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Editora Kennedy, 1974.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa e mercadoria: Notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, Otília; VAINER, Carlos B.; MARICATO, Ermínia. **A cidade do pensamento único: desmanchando consensos**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2011. p. 75-104.

VÉRAS. Maura Pardini Bicudo. Territorialidade e cidadania em tempos globais: imigrantes em São Paulo. Cadernos Metrópole. n. 02. 1999

\_\_\_\_\_. **Trocando olhares: uma introdução à construção sociológica da cidade**. Studio Nobel: EDUC, 2000

\_\_\_\_\_. **DiverCidade: territórios estrangeiros como topografia da alteridade em São Paulo**. São Paulo: EDUC, 2003

\_\_\_\_\_. **A vida social e sua concha:** notas sobre Henri Lefebvre e a cidade. Revista ponto-e-vírgula, 7: 1-27, 2010

VIANNA, Paula Carnevale. **Saúde e cidade:** uma relação inscrita no espaço e no tempo; a fase sanatorial de São José dos Campos (SP) e sua influência sobre os serviços de saúde da década de 1980. Tese de doutorado em Medicina Preventiva. São Paulo: Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo, 2004.

\_\_\_\_\_. A Estância Climática de São José dos Campos: Condição Natural ou Construção Social? Um Resgate pela Memória. In: PAPALI, Maria Aparecida; ZANETTI, Valéria (Org.). **Fase Sanatorial de São José dos Campos:** Espaço e Doença. São Paulo: Intergraf, 2010. p. 51-72. (São José dos Campos, História e Cidade, v.4).

VIANNA, Paula Vilhena Carnevale; ELIAS, Paulo Eduardo M. **Cidade sanatorial, cidade industrial:** espaço urbano e política de saúde em São José dos Campos, São Paulo, Brasil. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro, v. 23, n. 6, p. 1295-1308, Jun. 2007. Disponível em <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-311X2007000600005&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2007000600005&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 15 abr. 2016.

VIEIRA, Solange, et. ali. São José dos Campos e o novo modelo de cidade (1900-1930). In: Papali, Maria Aparecida (org.). Câmara Municipal de São José dos Campos: Cidade e Poder. Coleção São José dos Campos: História 8c Cidade. Volume II, São José dos Campos: Univap, 2009

VILLAÇA, Flávio. **As ilusões do plano diretor.** São Paulo: On-line, 2005.

ZANETTI, Valéria et al. **O Boletim Médico:** prescrição dos tisiólogos para a cura da cidade de São José dos Campos (1930-1935). História, Ciência, Saúde – Manguinhos, Rio de Janeiro, v.17, n.3, jul.-set. 2010, p.719-737.

ZULIETTI, Luis Fernando. **Nas asas da Embraer:** urbanização, crise e mudanças em São José dos Campos-SP (1994-2004). Tese de Doutorado em Ciências Sociais. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2006.

## ANEXO

### Títulos e datas das matérias dos cadernos especiais de aniversário da cidade de São José dos Campos produzidas pelo jornal ValeParaibano (1993-2010)

Quadro 17 – Títulos e datas das matérias dos cadernos especiais de aniversário da cidade de São José dos Campos produzidas pelo Jornal ValeParaibano (1993-2010)

<b>z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1993	2		Mito de grandeza virou mania de São José	
1993	2		Rica do dia para a noite cidade perde altruísmo e fica mais fria	
1993	4		Migrante modela vida na cidade do "chega e sai"	
1993	4		O diagnóstico da região em dois quilos de papel	-
1993	2	Nelson Homem de Mello	Parreira e os tecnocratas	
1993	2	João Meltão Netto	Revisão ou eleição	
1993	2		Edição Especial do Aniversário de São José dos Campos	226 Anos
1993	3		Literatura Oral cultua o desenvolvimento	
1993	3		Mania de grandeza e progresso no mito do Eldorado	
1993	6		Trabalhe e mais trabalho. A vida é trabalhar	
1993	7		Desemprego se transforma em fator de união	
1993	8		Crise de identidade provoca rejeição do novo	
1993	9		Gosto pela cidade vai até limite do interesse	
1993	10		E a solidão acaba sendo uma mania barata	
1993	11		Cidade piloto é um pólo de atração regional	
1993	11		Cooperativa mostra uma nova saída	
1993	12		Narizes empinados discriminam pé-de-chumbo	
1993	12		Mito da cidade ideal ainda está vivo e atrai migrantes	
1993	13		Cidade amada não necessariamente querida	
1993	14		Excesso de prioridades deixa cultura relegada	
1993	14		Rotina pesada não dá espaço para a alegria	
1993	15		Nova geração quer passar a história a limpo	
1993	16		Grupos negam origem e se afastam da região	
1993	17		Protegida por São José tem sorte no trabalho	
1993	18		Órfãs de pai e mãe, empresas mudam programa	
1993	19		São José dos Campos nunca mais será a mesma	
1993	20		Insatisfação aumenta procura por cartomantes	
1993	20		Uma saída para dúvidas no jogo de cartas do tarô	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1993	21		Dois homens resgatam a história recente	
1993	21		Sanatório e futebol são últimas temas	
1993	22		Largou a mineirice para investir no Vale	
1993	22		A imagem e o som joseenses	
1993	23		Regada a garapa, alma da cidade anda sozinha	
1993	23		Mineiro cria orquestra para resgatar folclore	
1993	24		Um híbrido encontra o paraíso: o josepolense	
1993	25		A imagem e o som joseenses	
1994	2	Anderson Bussinger Carvalho	Privatização da Embraer	
1994	2	Moacyr Pinto da Silva	Ética em alta	
1994	2		Boca de Urna	Feliz
1994	2		Boca de Urna	Corda
1994	2		Boca de Urna	No pé
1994	2		Boca de Urna	Barrado
1994	2		Boca de Urna	Não saiu
1994	2		Boca de Urna	Raízes
1994	2		Trabalho e vida	
1994	2		Relíquia do Século XVIII apresenta	
1994	3		Criador do núcleo urbano joseense	
1994	4		Cobrança de impostos causou	
1994	5		Criação da Vila de São José	
1994	6		Vila arrumou estrada do príncipe	
1994	7		Trabalho, signo do anonimato	
1994	8		Para criar regras cidade fez-se com exceções	
1994	9		A região ganha primeira cosmópole	
1994	10		População local de 1836 a 1991	
1994	11		Vale parou, é o mesmo de 80	
1994	13		Eis o crescimento demográfico desde 1920	
1994	13		Memória econômica alerta: Cuidado! Os períodos de fartura são breves	
1994	14		Conceito empresarial foi mudado	
1994	15		Despedida da cidade é feita na quinta-feira	
1994	16		Trio de alternativas promete salvar economia	
1994	17		Civismo elege bandeiras vivas	
1994	18		Surdez de filho cria ideal de mãe	
1994	19		Dados demonstram crescimento	
1994	20		ICMS, a maior receita local	
1994	21		Avião, um símbolo que voa	
1994	22		Pierre Cardin salva Parahyba	
1994	22		São José tem que sobreviver não à privatização da Embraer	
1994	23		São José, o santo turístico	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1994	Última página		Desenvolvimento e Cidadania	
1995	2		P&D ou rua	
1995	2	Valdomiro Luiz Pinto	Mãe, chama viva do amor	
1995	2	Cristiano Pinto Ferreira	"Manicômios Judiciais"	
1995	Capa	Brasilio Duarte	Quem é esse Joseense?	Personagens que fizeram a história
1995	2	Manuel Juarez de Oliveira	São José cidade esperança	
1995	2	Francisco Humberto de Oliveira	A construção civil no novo Vale do Paraíba	
1995	2	Reginaldo dos Santos	O CTA e o progresso da cidade	
1995	2	Ângela Guadagnin	A receita das tentações	
1995	3		Laboratório do aquecimento econômico	
1995	4		O que pensam os líderes políticos	
1995	4	Amélia Naomi	Em defesa da cidadania	
1995	4	Emanuel Fernandes	Temos que olhar pra frente	
1995	4	Lindonice de Brito	A valorização do Legislativo	
1995	5	José de Castro Coimbra	Saúde como prioridade	
1995	5		Confiança na prosperidade	
1995	5	Luiz Paulo Costa	Duas centenas de leis aprovadas	
1995	6		Parcerias mostram resultados	
1995	6		Novo político do ensino público	
1995	7		Terceirização dos serviços médicos	
1995	7		Comandante propõe uma política comunitária	
1995	8		Empresas mais exigentes com profissionais	
1995	9		Mês de julho através dos tempos desde 1767	
1995	9		Empresa defende respeito aos direitos dos consumidores	
1995	10	Antônio Marcio H. de Castro	Tectelcom produz receptores de tv via satélite	
1995	11		O desenvolvimento da indústria do turismo	
1995	12		Criação conquista espaço	
1995	12		Talento dos pés à cabeça	
1995	13		A crise gerou saídas para especialistas	
1995	14	Gianfranco Asdente	As fases do mercado de obras públicas	
1995	14		Empresas acredita no mercado	
1995	15		Como hoje é feriado, a gente só vai trabalhar 24 horas.	
1995	16		228 anos	
1995	17		Casei com São José dos Campos	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1995	18		Cultura para criança carente	
1995	18		Deficiente visual aplica massagem	
1995	19		Educador quer criar casa de acolhimento	
1995	20		Maioridade	
1995	21		Preferia ganha uma estrutura de metrópole	
1995	22		Danceterias reúnem tribos na Zona Leste	
1995	23		Vista Verde é uma cidade dentro de São José	
1995	24	Basílio Duarte	Personagens que fizeram a história da cidade	
1995	26		Shopping a céu aberto	
1996	Capa		227 Anos	Cidade ganha novo Parque Municipal
1996	2	Ângela Guadagnin	Parque da Cidade é um presente	
1996	2	Thelmo de Almeida Cruz	Progreso ajudou região	
1996	3	Sérgio Porto	São José: crescimento e desenvolvimento	
1996	3	Florivaldo Rocha	Projetos partem do Legislativo Municipal	
1996	4	Felipe Cury	Pesquisa aprova grupos industriais	
1996	4	José Mario de Faria	Joseense ajudou superar crise	
1996	5		Duas palavras para São José dos Campos	Parabéns, Obrigado!
1996	6	Rubens Fernandes	Exemplo para o desenvolvimento	
1996	6	Cristóvão Cursino	Realizar é fator fundamental	
1996	6	Djalma Castro	Moderno com clima de interior	
1996	7	Basilio Duarte	Ruas contam a história de São José dos Campos	
1996	7	Manoel de Lima Junior	Cidade saudável depende de mudança de postura	
1996	9	Pedro Yves	Reconstrução da imagem garante prestígio externo	
1996	9	Emanuel Fernandes	Qualidade de vida joseense enfrenta deterioração	
1996	11	Ernesto Gadelha	Lugar de grandes lutas e perspectivas para o futuro	
1996	11	Edmilson Toquinho	O desenvolvimento em São José deve continuar	
1996	12	José de Castro	Equipamentos modernos ajudam saúde e educação	
1996	12	Edmundo Carvalho	Contraste externos desenham a realidade	
1996	Contracapa		Emprego	
1996	14		Dicas ajudam realização de velhos sonhos	
1996	15		Shoppings Centers geram seis mil empregos	
1996	15		Empresas atendem a todos os gostos	
1996	15		Construção tem perfis diferentes	
1996	16		São José terá 12 mil novos telefones em 96	
1996	17		Camelos compõem a economia da cidade	
1996	18		Números mostram a retomada da cidade	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1996	19		Cidade é destaque no mercado internacional	
1996	19		Ruas de São José tem comércio segmentado	
1996	20		Cidade é destaque no mercado internacional	
1996	21		Mercado publicitário conquista confiança	
1996	21		Produto determina meio mais adequado	
1996	22		Gapa pretende obter coquetel contra Aids	
1996	22		Supermercados priorizam atendimento	
1996	23		Meta foi sanar carência do mercado joseense	
1996	24		Imóveis novos foram caminho para o sucesso	
1996	26		Novas chances para as pequenas empresas	
1996	28		Entidade desenvolve melhoria para empresas	
1996	30		Pedágio na Via Dutra entra em vigor dia 1º	
1996	31		SOS Usuário garante viagem mais segura	
1996	32		Tecnologia de ponta demonstra praticidade	
1996	33		Hospital Municipal funcionará em agosto	
1996	33		Projeto Casulo dá assistência às gestantes	
1996	34		Escola estimula ensino entre trabalhadores	
1996	34		Fundhas ensina cidadania as crianças e adolescentes	
1996	34		Creches municipais terão novas vagas em bairros	
1996	36		Parque da cidade espera 40 mil visitantes	
1996	37		O melhor que a cidade tem a oferecer 3	
1996	38		Luiz Jacinto centraliza boemia da cidade	
1996	39		Câmara Municipal aprovou 749 projetos de lei	
1996	41		Convênios garantem resultados à comunidade	
1996	42		Fundação cultural tem atividade centralizada	
1996	43		O crivo da credibilidade	
1996	43		Maomé vai a montanha	
1996	43		Modos de dizer	
1996	43		Transferidos pacientes de hospital psiquiátrico	
1997	2		O desafio de crescer com qualidade de vida	
1997	2	Vera Lamare	Um voo no silêncio	
1997	2	Erlon Silva	Cortesia e cautela	
1997	2	Marcos Cintra	Desempenho confirmado	
1997	2	Edson Correa	Presente de Grego	
1997	2		Alto nacional em São Paulo mobiliza oposição	
1997	Capa		E a cidade não para de trabalhar e crescer	
1997	2		Versos registram orgulho e amor de Cassiano em ser joseense	
1997	2		Referências de S. José ainda estão vivas para descendentes	
1997	2		Homenagem marcaram o bicentenário da cidade	
1997	3	Cristóvão Cursino	O compromisso de São José dos Campos é com o futuro	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1997	4		Desfrute áreas verdes bem no centro da cidade	
1997	5		Parque da Cidade completa um ano hoje	
1997	5		Ar puro e bucólico em São Francisco Xavier	
1997	6		Os rostos de São José dos Campos	Gatas & Gatas
1997	8		Pesquisa identifica ambições do joseense	
1997	8		Entenda a metodologia e as margens de erro	
1997	9		Terminais intermodais são solução para escoamento	
1997	11		Educação é item com melhor nota, segundo joseense	
1997	12		Atrações variadas comemoram os 230 anos	
1997	12		Orquestra Sinfônica se apresenta no parque	
1997	Capa		A tecnologia a serviço da qualidade de vida	
1997	2	Geraldo Alckmin Filho	Uma vida nova, aos 230 anos	
1997	2	Laerte Fernando Leval	Tempos de São José	
1997	3		Centro velho passará por reurbanização	
1997	4	Lucimara Nascimento	Criatividade ajuda PM a obter resultados	
1997	5		Comando da PM adota religião e ginástica contra stress	
1997	5		Segurança pública é questão prioritária para moradores	
1997	6		Inpe é sinônimo de tecnologia de ponta	
1997	7		Satélite têm aplicações no cotidiano	
1997	8	Lucimara Nascimento	Reformas melhoram a Dutra	
1997	8		Projeto pretende reduzir acidentes	
1997	9		Embraer retorna vendas em série e comemora bons resultados	
1997	10		CTA serviu como um marco para o crescimento da cidade	
1997	10		Fundador foi até os EUA buscar know-how para escola aeronáutica	
1997	11		Niemeyer foi o autor do projeto arquitetônico e paisagístico	
1997	11		Institutos avançados tiveram no ITA o ponto de partida	
1997	12	Lucimara Nascimento	Aeroshow espera receber um público de 100 mil	
1997	Capa		Voando alto com os pés no chão	
1997	2		Um pouco da história dos 230 anos	
1997	3	Emanuel Fernandes	Espírito empreendedor	
1997	3	José Maria de Faria	Momento de acreditar	
1997	3	Luciano Gomes	O "João Cursino" e a Câmara	
1997	4		Comerciante já montou 15 empreendimentos	
1997	4		Sucesso é fruto da soma sorte e trabalho	
1997	5		Empresário inova com micro-cervejarias	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1997	6		Nova safra	
1997	8	Paulo Bicarate	A cidade, o presidente, o futuro	
1997	9		Cebrap era tido como antro de comunistas	
1997	9		Conclusões de FHC não foram as melhores	
1997	10		FCH antecipou do "bom" industrial	
1997	11		São José supera crise e retoma investimentos	
1997	12		Pesquisa atesta crescimento	
1998	Capa		Nova geração declara amor pela cidade	
1998	2		Dos primeiros índios até a "Capital do Vale"	
1998	2	Emanuel Fernandes	A preparação estratégica para o futuro	
1998	2	Altino Bondesan	Aura Terraque Generosa	
1998	3		São José deixa de ser 'terra de forasteiros'	
1998	4		Geração de novos joseenses rejeita deixar a cidade	
1998	4		Filhos criticam pais "desajustados"	
1998	5		Paisagem do município emociona professora	
1998	5		Fazer shoppings 'segura' os mais novos	
1998	6		São José já possui quatro "minicidades"	
1998	6		Vila Adyanna sofre com crescimento	
1998	7		Santana progride mantendo tradição de MG	
1998	7		Cidade pode ser considerada um 'micro-retrato' do Brasil	
1998	8		Boom' imobiliário movimenta São Francisco	
1998	8		Tranquilidade traz a fama ao distrito	
1998	8		Ambientalistas têm projetos de preservação	
1998	9		Cidade tem 4º pólo industrial com Banda B	
1998	9		Recursos no setor somam U\$ 200 mi	
1998	10		Embratel aposta no crescimento do setor	
1998	10		Guerra fiscal' leva consórcio Tesa para Campinas	
1998	11		Jato da Embraer é o mais vendido no mundo	
1998	12		GM investe US\$ 1,2 bilhão até o ano 2000	
1998	12		Fábrica atrai fornecedores de peças	
1998	13		Cidade muda perfil da atividade econômica	
1998	13		Grandes empresas dão origem a fornecedoras	
1998	13		Banco do Povo financia novos empreendimentos	
1998	14		As aparências enganam	
1998	15		Inpe investe US\$ 20 mi e amplia serviços	
1998	16		Satélite insere São José no primeiro mundo	
1998	17		Nova Dutra constrói 5 passarelas em S. José	
1998	17		Serveng-Civilisan investe US\$ 68 milhões na cidade	
1998	18		Etapa do Anel Viário se encerra em setembro	
1998	18		Impasse no aditamento atrasa entrega do trecho	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1998	19		Outra ganha pistas marginais até dezembro	
1998	19		Estudo prevê ampliação das obras de Jacareí	
1998	20		Banhado é alvo de projetos	
1998	21		Livro mostra cidade em evolução	
1998	21		Construções aguardam tombamento	
1998	21		Arquitetos consagrados têm 21 prédios preservados na cidade	
1998	22		Profissionais repensam a S. José do futuro	
1998	22		região central tem projeto de revitalização	
1998	23		Biblioteca usa projeto de última geração	
1998	23		Recuperação do prédio durou 2 anos	
1998	24		Parque da Cidade completa 3 anos, sem acesso	
1998	24		Santos Dumont recebe melhorias para lazer	
1998	25		São José pode ultrapassar Campinas no ICMS	
1998	25		Critérios para definição do índice são polêmicos	
1998	26		Renda per capita é o triplo da média nacional	
1998	26		Investimento gera reforço da receita	
1998	27		São José reduz taxa de mortalidade infantil	
1998	27		Cidade vira modelo no combate à tuberculose	
1998	28		Aumentam cursos de pós-graduação na cidade	
1998	28		Curículos das turmas são idênticos aos de SP	
1998	29		ValeParaibano promove campeonato esportivo	
1998	29		Poliedro lidera aprovação para o ITA	
1998	29		Univap novos cursos no currículo	
1998	30		Perfil 'ativo' dos joseenses atraiu a Cia. Athletica para a cidade	
1998	30		Academia tem um site na Internet	
1998	31		Equipes joseenses lideram esporte no Vale	
1998	31		Time de ponta defende o município no vôlei	
1998	31		São José fica na elite, apesar da crise política	
1998	32		Joseenses dominam água, deserto e tatame	
1998	32		Irmãos Azevedo se impõem no Paris-Ducar	
1998	32		Judoca sonha com o pódio nas Olimpíadas	
1998	33		Noite é mais agitada na rua Luiz Jacinto	
1998	33		Bairros da cidade já têm vida noturna	
1998	34		Roteiro de lançamentos incluirá 2 shoppings	
1998	34		Vale teve 13 salas fechadas em 2 anos	
1998	35		Cultura joseense vai ganhar seu 6º teatro	
1998	35		Formação teatral pode substituir o Festivale	
1998	36		Olho vivo, traço fixo	
1998	38		Cartunistas confeccionam mapa cidade	
1998	38		Concurso dá prêmios para três categorias	
1998	39		As belas da cidade conquistam a TV	
1998	39		Talento joseense na Globo	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1999	18		Comerciante resiste a hipermercados	Modernização de serviços mantém irmão Amorin no mercado. empresa de São José dos Campos tem quatro lojas no Vale
1999	19		Dupla conquista mercado com sacrifício	
1999	20		Demissão cria meganegócio na construção	
1999	20		Empresas gera outras 4 em São José dos Campos	
1999	21		Inpe dá autonomia espacial ao Brasil	
1999	21		Instituto organiza congresso espacial para o próximo ano	
1999	22		Inpe participará da estação espacial	
1999	22		CTA consolida seu destaque com lançadores de satélites	
1999	23		Grande empresa já terceiriza compras	
1999	23		Entidades repensam desemprego	
1999	24		Município tem leis para atrair negócios	
1999	24		Serviço agiliza abertura de firma	
1999	25		Site do município atrai investidores	
1999	25		MultiView vai lançar o 1º shopping virtual de S. José	
1999	26		As festas também são para todos	
1999	27		Cidade incentiva novo empreendedor	
1999	27		S. José gera renda com plano da ONU	
1999	28		Bairro industrial ganha infra-estrutura	
1999	29		Expansão hotelaria revela crescimento	
1999	30		Município terá hotel internacional	
1999	32		Grupo Acord lança este ano o terceiro hotel na cidade	
1999	33		Anônimos' promovem justiça social	
1999	33		Grupo ajuda paciente de câncer e muda a imagem do município	
1999	33		Prefeitura mantém 45 ONGs na cidade	
1999	34		Voluntária anima criança com câncer	
1999	34		GACC já ajudou 300 pacientes	
1999	34		Grupo elabora projeto para erguer centro de tratamento	
1999	35		Luta contra Aids vira razão de vida	
1999	35		Associação tenta barrar preconceito	
1999	36		Grupo serve sopa à população carente	
1999	36		Célio Lemos amplia atividades e atende crianças e gestantes	
1999	37		Voluntária vive para servir deficientes	
1999	37		Empresas admitem 54 beneficiadores da Sorri	
1999	38		Fundhas forma novas empreendedoras	
1999	38		Atividade começou nos anos 70	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1999	38		Entidade diversifica programas	
1999	39		Mãe e Filha defendem as mulheres	
1999	40		SOS é pioneira no Vale na luta pela causa feminina	
1999	41		Ongs buscam crescimento sustentável	
1999	41		Professor cria grupo com alunos	
1999	41		Programação de aniversário agrada a todos os gostos	
1999	42		Vida de Iteano	
1999	43		Aumentam ofertas em pós-graduação	
1999	44		Universidades diversificam os cursos	
1999	44		Cidade estimula criação de faculdade da 3º idade	
1999	45		Comunidade ajuda polícias em S. José	
1999	45		Delegado defende mais integração	
1999	46		Marginais da Dutra desafogam o tráfego	
1999	47		Mortalidade infantil cai em São José	
1999	48		População ganha UTI novo PS	
1999	49		Espaço Alpasa	
1999	51		Empreendedores investem na noite	
1999	51		Projetos melhoram serviços	
1999	52		São José vira pólo de entretenimento	
1999	52		Cinema atrai público de toda a região	
1999	54		São José se profissionaliza na dança	
1999	54		Academias da cidade apostam na reciclagem	
1999	54		Atores têm opções de novos espaços	
1999	55		Livro de arquitetura recebe 2 menções	
1999	55		Projeto vai restaurar as estações	
1999	56		Matriz de São José está de cara nova	
1999	2		São José, 232 anos	
1999	2	Antônio Aparecido Alves	A igreja e os sem-terra	
1999	2	Cícero Ramos	O futuro, hoje	
1999	2	Thereza Osório	Presente para a cidade	
1999	Capa		A cidade dos empreendedores	
1999	2		Emanuel viu, veio e venceu	
1999	2		Aos joseenses de coração	
1999	3		Empreendedor Ozires fez a história	
1999	4		São José encanta o criador da Embraer	
1999	4		Ozires deflagrou a privatização	
1999	5		Luso 2000	
1999	5		Ele voltou	
1999	5		Restaurante no Lago	
1999	5		Números comprovam crescimento	
1999	6		Embraer aquece economia de São José	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
1999	7		Famílias' de jatos sobe para 5 aeronaves	
1999	8		Cadeia aeroespacial planeja sucesso	
1999	8		CIESP tenta sensibilizar BNDES	
1999	9		Falta de negociador atrapalha empresas	
1999	9		Município desperta para necessidade de exportar	
1999	9		Expansão gera curso de traders no Sebrae	
1999	10		Empresa traz tecnologia de vanguarda	
1999	10		Empresas investem em expansão	
1999	11		Onda de rádio inova acesso à Internet	
1999	11		GM investe na fábrica de São José	
1999	12		Solelectron já planeja expandir negócio	
1999	13		Filho da crise' vira líder empresarial	
1999	14		Visão empreendedora cria a Mectron	
1999	14		Otimismo resiste às dificuldades	
1999	14		Loja vira fábrica líder no mercado de parabólicas	
1999	15		Comerciante cresce com o município	
1999	16		Sucata vira um ótimo empreendimento	
1999	16		Material pode equipar até escritórios	
1999	16		Kodak preserva ambiente e abastece empresa recicladora	
1999	17		Lojista une tradição com modernidade	
1999	17		Comércio adere aos tempos de terceirização	
2000	Capa		São José 233 anos	
2000	2		Novos tempos para as empresas	
2000	2	Emanuel Fernandes	São José volta a ser São José	
2000	2		Empresários joseense adere à responsabilidade social	
2000	3	Flávia Moura	Consumidor já valoriza ações sociais	
2000	3		Especialistas citam 'interesseiros'	
2000	3		São José dá exemplo de cidadania	
2000	4		Fundo social garante desconto no IR	Empresários e pessoas físicas de São José podem participar do Fundo Municipal da criança e adolescente
2000	4		Encontro debate ações voluntárias	
2000	5		Médicos e dentistas vão à periferia	Movimentos Vida tem consultório itinerante para atender de graça; voluntário de bairro agenda consulta
2000	5		Médico troca lazer pela ONG	
2000	5		Voluntário defende 'trabalho de formiga'	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2000	6		União mantém o atendimento no Gacc	Voluntários podem escolher como ajudar crianças portadoras de câncer
2000	6		ONG 'transforma' dono-de-casa	
2000	7		ONGs buscam independência na ação	Terceiro setor cresce em São José dos Campos e voluntários fazem nas entidades justamente o que sabem
2000	8		Escola abre portas para os 'especiais'	Carlos Saloni tem crianças portadoras de deficiência em todas as salas de aula; preconceito de pais e alunos é abolido
2000	9		Luta pela inclusão cria o Universo 21	Grupo nasce em São José para viabiliza a inserção de pessoas especiais nas escolas e no mercado de trabalho
2000	9		Criança especial faz sapateado em S. José	
2000	10		Mãe diz que inclusão começa no lar	Parente de criança especial afirma que família deve acolher portador de deficiência antes da sociedade
2000	10		São José terá curso de inclusão	
2000	11		Grupo transforma portador de deficiência em dançarino	
2000	11		S. José conquista título do Unicef	
2000	11		Padaria-Escola dá destaque à cidade	
2000	12		Projeto leva arte à favela Santa Cruz	
2000	13		Inclusão exige 'novos profissionais'	Pedagoga especializada em inserção de aluno especial na escola diz que mestres devem aprender até Braille
2000	13		Justiça dá liminar para deficientes	
2000	14		Salas alternativas preparam inclusão	Escola tem classes diferenciadas para elevar autoestima de aluno especial antes do ingresso no ensino regular
2000	14		Dança ajuda os especiais na escola Cavalcanti Lopes	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2000	14		Classes de recursos têm 13 deficientes	
2000	15		Menor carente aprende música	Trabalho voluntário garante inclusão de garotos na sociedade por meio da cultura
2000	16		Inclusão vira 'bandeira' de pediatra	Mãe de criança portadora de Síndrome de Bett mobiliza profissionais no apoio às vítimas de doença rara
2000	24		Voluntária dedica vida para ajudar surdos-cegos	Denise Dias, da ONG, Pró-Visão, prática ação social desde criança
2000	24		Método natural ajuda deficiente	
2000	25		Projeto ampara vítimas de violência	São José reformula atendimento para casos ocorridos no lar; Aquarela dá apoio a crianças e adolescentes
2000	25		Educadores se especializam contra agressões domésticas	
2000	24		Adolescente grávida ganha atenção	
2000	25		VP realiza Dia da Beleza em hospital	Vale Paraibano mobiliza para elevar auto-estima de idosos internados no Vicentina Aranha
2000	25		Agência chega ao Vale para elaborar projetos sociais	
2000	26		Morador elege prioridades da Kodak	Conselho comunitário se reúne com representados da fábrica para pedir soluções de problemas do bairro
2000	26		Empresa e escola formam patrulha ambiental	
2000	26		Censo define quadro de funcionários	
2000	27		Johnson prática ação social há 50 anos	Empresas possuem até carta-compromisso para firmar parcerias com comunidade, fábrica tem 100 voluntários
2000	27		GM faz parceria com bairros e prioriza área da educação	
2000	27		Sobra de fabricação ajuda os carentes	
2000	28		Projeto Aruaí combate exclusão social	
2000	28		Bico' nas ruas pode render mais de R\$ 60 mi	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2000	29		Empresas de logística ganham fôlego	Internacionalizações do aeroporto de agenciamento de cargas. Danzas investe em São José
2000	29		Siber investe em tecnologia avançada e cresce 40%	
2000	30		Gráfica expande com a terceirização	Mirian Editora descobre nichos de mercado e investe em tecnologias e marketing para superar crises financeiras
2000	30		Agência explora demanda para eventos de negócios	
2000	31		Transportadoras crescem no mercado	ITA nasce com simples empresa de locação, mas hoje faz transporte e armazena cargas em 3 armazéns gerias
2000	31		Internet tem novo site da cidade	
2000	32		Bom dia, São José	
2000	33		Grupo Helptec abre nova unidade hoje	Empresa de São José inaugura a Prolind no aniversário da cidade, observação de mercado garante o sucesso
2000	34		S. José vende cogumelo para o 1º mundo	Fazenda Guirra exporta para países como Japão, EUA e Alemanha, empresa tem sido até cultivo patenteado
2000	34		Senai dá curso grátis para adolescentes em São José	
2000	35		Chácaras Reunidas atrai novos negócios	Terceirização impulsiona instalação de empresas no bairro
2000	35		Natural Vivência cresce em S. José	
2000	36		Madalena vira novo point da cidade	
2000	36		Cantina da Nena amplia negócios na região	
2000	37		Pioneiro em óticas apostou na cidade	
2000	38		Banca firma tradição na 9 de julho	Distribuidora de jornais e revistas é local de 'debates nacionais' em São José dos Campos
2000	38		Internauta ou 'internet'	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2000	40		Comércio de serviços se fortalece	Logística vira coqueluche na era das empresas ponto com; presidente da Clam fala sobre aeroporto
2000	41		Era da Globalização cria novos serviços	Presidente da Global Connections fala de como as empresas devem se preparar para os tempos modernos
2000	41		Condomínio horizontal terá internet por ondas de rádio	
2000	42		Engenheiros montam supercooperativa	Profissionais 'driblam' a crise e montam organização com 500 cooperadores; projetos vão para até no exterior
2000	42		Serco diversifica trabalhos	
2000	2		Mudanças no transporte coletivo	
2000	2	Cidoval Moraes de Souza	Um mercado em crescimento	
2000	2	Carlinhos Almeida	Sem abandonar as raízes	
2000	2	Thereza Osório	Os encantos da cidade	
2001	2		Nova taxa para manter a polícia	
2001	2	Jair Gomes	Uma Nova Câmara Municipal	
2001	2	Manoel Juarez de Oliveira	Ainda a Termoelétrica	
2001	2	Luiz Fernando Teodoro	Feliz Cidade	
2001	Capa		Como está sendo tratado o Consumidor Joseense	
2001	2	José Maria de Faria	Sua Majestade, o Cliente	
2001	2	Giselli Lencionni	Procon vê evolução após Código do Consumidor	
2001	3		Paciente ainda espera mais de 5h	Dona de casa tem de chegar às 3h para garantir em unidade de saúde de S. José; espera durou 4h e meia
2001	4		Burocracia no Paço gera reclamação	
2001	4		Queixas incluem até perda de documentos	
2001	5		Fila dura 55 minutos na Defensoria	
2001	5		Público transforma órgão em confessionário e divã	
2001	6		Poupatempo é modelo de atendimento	
2001	6		CNH fica pronta em 3h	
2001	6		Crianças e Idosos recebem tratamento	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
			diferenciado	
2001	6		Sistema oferece 110 serviços	
2001	7		Correio atende em menos de 5 minutos	
2001	7		Agência tem internet grátils	
2001	8		ECT aumenta postos em S. José	Município concentra mensagens e encomendas de 46 cidades
2001	9		Bombeiros mantêm boa e velha eficiência	
2001	9		Espera longa para ação rápida	
2001	10		NovaDutra recorre a nova tecnologia	Concessionária utiliza sistema moderno na principal estrada do país
2001	10		Fibra óptica agiliza operacional na rodovia	
2001	10		Laboratório de asfalto é único entre operadores de estradas	
2001	11		Vítimas esperam 7 minutos na Dutra	
2001	11		UTI faz socorro pré-hospitalar	
2001	12		UTI móvel salva vidas em curto tempo	
2001	12		Clientes revelam satisfação pelo serviço	
2001	13		Música ao vivo antes do exame	Oswaldo Cruz quebra a tensão óptica de laboratório e pões músicos na sala de espera
2001	13		Plani agiliza serviços	
2001	13		Voluntários ensinam agentes de saúde	
2001	14		Atendimento quebra tabu na Via Sexy	Cliente se sentem à vontade na única sex shop do Vale do Paraíba
2001	14		Laboratório satisfaz pacientes	
2001	14		Conexão facilita a vida de executivos joseenses	
2001	15		Cliente da Renner tem encantômetro	Loja possui aparelho para público consumidor avaliar qualidade dos produtos e do atendimento
2001	15		Magazine Luiza garante atenção ao pós-venda	
2001	16		Simpatia como prato principal	Restaurante Villa Velha mantém tradição de 30 anos, oferecendo boa comida e bom atendimento
2001	16		Cliente é 'patrimônio' em bar de chope famoso	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2001	17		Salão de beleza tem até internet	Capeli coloca computador à disposição das clientes e decreta fim do sofá e das revistas velhas na hora da espera
2001	18		Zona Sul ganha primeiro cyber café	Internet acessível ao público torna-se mais comum; Click oferece até scanner
2001	18		Internet pública' chega em São Francisco	
2001	18		Univap acompanha desenvolvimento	
2001	18		Universidade dá ecoterapia grátis	
2001	19		Criança vive momentos de princesa	Loja de brinquedos canta parabéns para os pequenos aniversariantes
2001	19		Pai de aluno vê filho da Web	
2001	19		Portal BerçárioNet tem serviço seguro	
2001	20		Cliente vira centro das atenções	Presidente do Sindicato do Comércio afirma que pequenos comerciantes só sobreviverão se encantarem consumidor
2001	20		Símpatia de vendedor conta muito, diz pesquisa	
2001	20		PM faz atendimento voluntário	
2001	21		Sugestões são 100% aproveitadas	
2001	21		Cliente até almoça na loja	
2001	22		Calçadão muda e fortalece lojas	Reforma integra revitalização do centro velho
2001	22		Mercado Ema resgata história	
2001	22		Centro nobre tem clima de bairro	
2001	23		Tecnologia francesa no comércio	
2001	23		Charme da Vila Ema atraiu butique	
2001	23		Idosos encontram motivo para viver	
2001	24		Treinamento de pessoal dá resultado	Atendimento encanta cliente, nas Lojas Cem, joseense é freguesia há mais de 10 anos
2001	24		Cliente elogia 'jogo de cintura' da Microsiga	
2001	25		Endereço da tradição em São José	
2001	25		Região tem até santa popular	
2001	26		Maria Peregrina inspira dramaturgo	
2001	26		Cine Santana vira centro cultura da região	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2001	26		Oficinas resgatam arte popular e revelam talentos	
2001	27		Comércio mantém antigas profissões	
2001	27		Zona Norte mudou perfil nos anos 20	
2001	27		Artesão acha espaço na Rui Barbosa	
2001	28		Armazéns vendem 'um pouco de tudo'	
2001	28		Feira é ponto de encontro	
2001	29		Região atrai imóvel de alto padrão	Metro quadrado do Jd. Aquarius valoriza 50% em 15 anos
2001	29		Edifício comercial está 100% vendido	
2001	30		São José dos Campos:	nos olhos e no coração da Rádio e Tv Band Vale
2001	31		Empresário migra para zona oeste	Expansão imobiliária atrai comércios e empresas de serviços de outras áreas de São José dos Campos
2001	31		Morador pode escolher do apartamento	
2001	31		Compra de imóveis em S. José é feita até via internet	
2001	32		Ribeirinhos levam vida primitiva	Comunidade que invadiu margem do Paraíba não tem luz e esgoto; canoa é único meio de transporte
2001	32		Rio é meio de sustento	
2001	33		Uma verdadeira cidade	
2001	33		Satélite abriga área de lazer	
2001	34		Mini shopping é marca do crescimento na zona sul	
2001	34		Crianças se encantam em visita a supermercado	
2001	34		Balcão Satélite investe na melhoria dos serviços	
2001	35		Orientalis somam 15 mil em S. José	
2001	36		Kanebo atraiu japoneses para região	
2001	36		Kadoma é cidade-irmã de São José	
2001	36		Colônia está há 79 anos na cidade	
2001	37		Empresas ajudam a comunidade	Revap apoia projetos de educação ambiental e reforma escolas da região
2001	37		Jardim Diamante faz até festa de aniversário	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2001	38		GM faz ação social na zona leste	Fábrica mobiliza funcionários em campanhas de responsabilidade social
2001	39		Rúgbi de S. José é destaque no país	Clube ajuda a popularizar esporte; time é o que mais tem atletas na Seleção Juvenil
2001	39		Joseenses vão ao Mundial de Jiu-jitsu	
2001	39		Pilotos da cidade encaram desafios	
2002	2		Parabéns São José	
2002	2	Giba Ribeiro	Que cidade queremos?	
2002	2	Carlos Alberto Fernandes Piloto	As Raízes de São José	
2002	2	Carlos Roberto Ventura	Riscos do Fumo	
2002	2	Therese Osório	São José e o Banhado	
2002	Capa		São José 235 anos	Cidade exibe as marcas da TRADIÇÃO
2002	2		Quem disse que São José não tem tradição?	
2002	2		O berço da cidade tecnológica	Margens do rio Comprido e beira do Banhado abrigarem os índios guaianases, primeiros habitantes de São José
2002	2		Vocação econômica: uma velha discussão	
2002	2		Rumos mudam e comércio cresce	
2002	3		Santa Casa é marca mais antiga	Com 103 anos, instituição sobreviveu a diversas crises
2002	4		Santa Casa atendeu soldados da Revolução	
2002	4		Terra de forasteiros ou de Empreendedores	Cidade atraiu doentes que sararam e depois montaram os primeiros negócios em São José
2002	4		Metade da população de São José é de migrantes	
2002	5		Município se torna 'mosaico étnico'	Diversidade populacional cria contexto cultural sem similar no interior
2002	6		CTA vira ícone da tecnologia nacional	Centro Técnico Aeroespacial atraiu desenvolvimento e se tornou nome

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				conhecido até mesmo no exterior
2002	6		Dumont ajudou a trazer o órgão	
2002	7		S. José tem suas 'grifes' na indústria	Empresas ampliam o leque de produtos e investem em modernização
2002	7		Embraer firma presença no cenário mundial da aviação	
2002	8		Kanebo se moderniza para sobreviver	Fábrica têxtil supera concorrência estrangeira após abertura econômica reduzir sua produção em até 30%
2002	9		Máquinas, estrangeiras e migrantes	Indústrias geram população heterogênea; J&J traz primeiros americanos
2002	9		Veraneio e Opalas em fábricas do Vale	
2002	10		Aposta rende sucesso de 4 décadas	Veibrás acreditou na perspectiva de desenvolvimento e se deu bem
2002	10		Ruiz tem tradição e estratégias	
2002	11		Automecância decide focar cliente	Primos se adapta à evolução tecnológica para se manter no mercado
2002	12		Loja vende por mais de sete décadas	Produtos 'sofridos' garantem vida longa à Casa Confiança, um dos comércios mais antigos da cidade
2002	12		Primeiros clientes iam às compras da charrete ou carroça	
2002	13		Vicentina Aranha traça a história	Hospital marcou fase sanatorial e atraiu gente que ajudou S; José a crescer
2002	14		Dificuldades no caminho do Vicentina	Hospital geriátrico quase fechou há 2 anos, mas é considerado referência
2002	14		Fase senatorial marca a paisagem urbana	
2002	15		Sistema integrado move laboratório	Oswaldo Cruz prioriza qualidade e possui ISO 14001, inédito no seu ramo

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2002	15		Hospital sai na vanguarda	
2002	16		Modernização e agilidade na saúde	Quaglia acompanha evolução do setor; nome é um dos mais tradicionais
2002	17		Supermercados tentam sobreviver	Atendimento personalizado é arma para encarar disputa com os grandes
2002	17		Piratininga investe no atendimento	Rede abriu 1º atacadista de São José
2002	18		Tradição faz a diferença no comércio	Supermercado Bacabal reforça marca mesmo próximo a grandes redes
2002	19		Padaria inova para manter a tradição	Nove de Julho adota estratégias diferenciadas e investe em qualidade
2002	20		Cooperativa encara os 'longa vida'	Com estratégias certas, Cooper mantém mercado para leite pasteurizado
2002	21		Banhado é patrimônio de São José	Área agrada à vista, influí no clima e é tema de grandes discussões políticas
2002	22		Pesquisa destaque S. José no mundo	Instituto coloca a cidade entre as melhores para se investir em imóveis
2002	22		Tresoldi ergueu 1ºedifício com varandas	
2002	22		Open vira referência no mercado	
2002	23		Corretagem induziu o crescimento	Luiz Roberto Porto comercializou três shoppings e vários loteamentos
2002	23		Tóquio negociou o Urbanova	
2002	24		Laboratório apostou em plano de expansão	Valecin decide criar postos de coleta em várias regiões do município
2002	24		Clínica São José montou o 1º PS particular	
2002	25		Parque no centro abrigou sanatório	Área verde de Santos Dumont também foi sede da Biblioteca Municipal
2002	26		Parque da Cidade Completa 6 anos	Em fins-de-semana, local atrai 4.000 pessoas de várias

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				regiões da cidade
2002	27		Cidade ganha ciclovía na zona sul	Investimento de 425 mil melhora qualidade de vida dos joseenses
2002	27		Duplicação de viaduto começa em agosto	
2002	28		Projeto embeleza as ruas de S. José	
2002	28		Valetão dá lugar a área verde	
2002	29		Cidade exibe marcas na arquitetura	S. José tem privilégio de possuir obras no naipe de Niemeyer e Rino Levi
2002	29		Fábricas trazem inovações	
2002	30		Clientes são fiéis ao Depósito Bandeirantes	
2002	30		Eletrotex resiste a turbilhão de mudanças	
2002	31		Desfavelização muda a paisagem	Projeto já atendeu 364 famílias; zona leste ganhará casas no próximo ano
2002	31		Universal cresce com a cidade	
2002	31		Visótica diversifica estratégias	
2002	31		Vinac acredita no potencial do município	
2002	32		Só carisma não basta no comércio	Presidente do Sindicato do Comércio aponta os caminhos do sucesso
2002	33		Novo calçadão mantém a tradição	São José melhora suas tradicionais pontos de comércio do 'centro velho'
2002	34		Univap se aproxima das empresas	Universidade do Vale do Paraíba investe R\$ 8 mi em parque tecnológico
2002	34		Etep formou 17 mil profissionais	
2002	35		Ecompo apostou no avanço do ramo químico	
2002	35		Monteiro Lobato abriu 1º maternal	
2002	35		Olavo Bilac tem 70 anos de história	
2002	36		Mais de 3 décadas servindo à mesa	Vila Velha, do pintado na brasa, é um dos restaurantes mais tradicionais
2002	37		Cantina da Nena esbanja tradição	Comida no restaurante e shows no Anexo viram referências na noite
2002	38		Clubes têm histórias de conquistados	Motivos bem diferentes criaram Associação, Tênis e

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				Luso Brasileiro
2002	38		Paixão pelo tênis abre clube em 48	
2003	2		A Orgulhosa São José	
2003	2	Hamilton Gastaldi	Conferência das Cidades	
2003	2	Giba Ribeiro	Cidade para Todos	
2003	2	Carlos Alberto Fernandes Pinto	São José de Muitos Ares	
2003	2		Crise na Indústria	
2003	Capa		São José 236	Uma cidade em transformação
2003	2		Crescimento rápido é maior desafio	Poder público e urbanistas elencam os obstáculos de São José dos Campos
2003	2	Lucila Guedes	Satélites revelam expansão vista de cima	
2003	2		Planejamento decide o futuro do município	
2003	3		Hora 'H' para o planejamento urbano	Crescimento rápido pode afetar ambiente, saúde e educação, diz urbanista
2003	3		Expansão foi maior até anos 80	
2003	3	Giseli Lancioni	Revitalização favorece o combate a violência	
2003	4		Jardim Satélite simboliza crescimento	Com seus 37 anos de existência, bairro da região sul possui vida própria
2003	4		Região era conhecida como '50 alqueiras'	
2003	5		Satélite vira centro autônomo na cidade	Bairro da zona sul é considerado um 'sub-centro'; projeções são otimistas
2003	5		Construções revelam ambição dos primeiros moradores	
2003	6	Lucila Guedes	Prédios contam história sanatorial	Antigos hospitais que restaram estão em diferentes estados de conservação
2003	6		Arquitetura defende criação do museu	
2003	6		Centro nobre já foi 'região da tuberculose'	
2003	6		Vicentina resiste a crises	
2003	7		Bosque reflete expansão recorde	Bairro é um dos maiores do município terrenos têm supervalorização
2003	7		Bairro tem pacote de melhorias	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2003	7		Local vive paradoxo em suas extremidades	
2003	7		Rede de serviços está incompleta	
2003	8		Lazer e igreja são motivo de orgulho	Bosque tem atrativa área verde, abriga igreja ativa e a residência do bispo
2003	10		Banhado pode 'retornar ao passado'	São José dos Campos discute o futuro da área de mais de 250 alqueires
2003	10		Região engaveta vários projetos	
2003	10		Urbanistas discutem os obstáculos	
2003	11		Japoneses fazem história no Oriente	Desde a década de 50, bairro da zona sul é o berço da comunidade nipônica
2003	11		Desvalorização de lotes preserva a identidade	
2003	11		Verticalização deve ocorrer em curto prazo	
2003	12		Kanebo deu origem ao Jardim Oriente	Região foi loteada para abrigar funcionários da indústria têxtil aberta em 55
2003	13		Homenagem à mãe dá nome a bairro	Vila Ema se transforma em um local chique, antes, abrigava sanatórios
2003	14		Charme pode comprometer a Vila Ema	Local é atrativo, mas preocupa por não suportar eventual verticalização
2003	14		Vila Maria preserva clima provinciano	Casas com alpendre revelam clima interiorano; populacional do bairro é idosa
2003	15		Vila Maria entre progresso e tradição	Clima pacato agrada moradores amis antigos; minoria quer modernidade
2003	15		Bairro foi formado por operários	
2003	15		Estrutura do bairro agrada moradores	
2003	16		Diamante é endereço da segurança	Pequena comunidade do bairro mantém laços que garantem a tranquilidade
2003	16		SAB tentou fechar o bairro	
2003	17		Bairro é alternativa a condomínios	Jardim Diamante é protegido naturalmente e tem padrão aprovado

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				pela ONU
2003	18		Localização ajuda o Jardim Paulista	Predominantemente comercial, bairro é considerado 1º sub-centro de S. José
2003	18		Moradores reivindicam melhorias	
2003	18		Bairro tem projeto de revitalização	
2003	18		SAB foi sede do 1º posto de saúde	
2003	19		Urbanista teme excesso do comércio	Ocupação comercial substitui casas e pode deixar Jd. Paulista 'semimorto'
2003	19		Bairro serviu de pastagem até 1950	
2003	20		Limoeiro mantém seu aspecto rural	Características do bairro contrasta com aera predominantemente industrial
2003	20		Bairro tinha xerife na década de 30	
2003	21		População da zona leste deve triplicar	Parque Novo Horizonte e Jardim Motorama devem impulsionar crescimento
2003	22		Novo Horizonte pode ter problemas	Crescimento acelerado do bairro da zona leste de S. José preocupa urbanista
2003	22		Festa do trabalhador é tradição no bairro	
2003	22		Morador reclama de violência crescente	
2003	22		Comercialização dos primeiros lotes foi rápida	
2003	23		Vista Verde esbanja planejamento	Bairro da região leste foi criado com conceito de urbanismo moderno
2003	23		Morador quer o crescimento sustentável	
2003	23		Modelo americano de urbanismo sobre flagrante descaracterização	
2003	24		Projeto original evita verticalização	Vista Verde 1 e 2 estão livres de prédios, bairro 3 deve sucumbir à pressão
2003	24		Rockfeller construiu bairro em 72	
2003	24		Vista Verde foi pioneiro em antena coletiva	
2003	25		Mudanças são radicais no Aquarius	Bairro da região oeste de São José é um dos que mais se transformam
2003	25		Terrenos eram da Ford	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2003	26		Vocação do Esplanada é incógnita	Bairro estritamente residencial pode ter zoneamento alterado pela Câmara
2003	26		Arquiteto alerta contra 'desfiguração'	
2003	26		Região era coberta por cafezal	
2003	26		Bairro tem espaço para os artesãos	
2003	26		Os rumos da Saúde em S. José	
2003	27		Bairro é campeão em fluxo de carros	Movimentação de pessoas na Vila Industrial também é uma das maiores
2003	27		População reivindica espaços para o lazer	
2003	27		Empresas loteadora deu nome à Vila Industrial	
2003	28		Colinas deverá valorizar ainda mais	Bairro na zona oeste de São José atrai pessoas em busca de compras e lazer
2003	28		Urbanistas criticam condomínios	
2003	29		Vinhos nobres valorizarão bairro	Jardim das Indústrias tem potencial para também virar local nobre na cidade
2003	29		Números de edifícios aumenta	
2003	30		Santana é repleto de peculiaridades	Quem visita o bairro da zona norte tem a sensação de estar em outra cidade
2003	30		Praça é principal ponto de encontro	
2003	31		Santana vai ser 'centro expandido'	Secretário prevê fortalecimento do comércio e aumento do fluxo de carros
2003	31		Urbanistas sugere uso de áreas ociosas	
2003	31		Favelas ameaçam Paraíba	
2003	31		Moradores pedem melhorias	
2003	32		Vida cultural é intensa em Santana	Cinema do bairro também atrai a população por abrigar atividades culturais
2003	32		Mercado foi 1º com sistema americano	
2003	32		Local foi parada na busca de ouro	
2003	32		Tecelagem foi criada em 1925	
2003	32		Casa no parque da cidade é marco arquitetônico	
2003	33		Expansão pode ser vista a olho nu	Empreendedorismo transforma áreas residenciais em centros de comércio

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2003	33		Rodoviária reformada dá boas-vindas	
2003	33		CTA possui infra-estrutura da cidade	
2003	34		Centro velho de S. José tenta manter a tradição	Centro expandido tira movimento de área histórica
2003	34		Primeira tinturaria abriu nos anos 30	
2003	34		Os rumos da Educação	
2003	35		Década de 70 deflagrou problemas	Desocupação habitacional e comércio periférico prejudicaram o centro
2003	35		Os rumos de transporte no município	
2003	36		Praças precisam ser reurbanizadas	Locais públicos não oferecem e desafiam planos de revitalização
2003	37		Mercado de São José faz 80 anos	Local busca reviver seus anos de glória, quando era ponto de encontro
2003	37		Tendência é atrair consumidor abastado	
2003	38		Desafio é atrair o público à noite	Arquiteto defende movimento dia e noite e qualidade de prédios públicos
2003	39		São José possui ruas vocacionadas	Sucesso de empresas comerciais leva concorrentes a se tornarem vizinhos
2004	2		Obras que não Podem Ser Abandonadas	
2004	2	Luiz Gonzaga Pinheiro	É bom viver em São José dos Campos	
2004	2	Oded Grajew	Cidadania e Solidariedade	
2004	2	Juvenal Machado dos Santos	Contradições Políticas	
2004	2	O Editor	As pessoas que fazem São José	
2004	2		Migração não impede vínculo com o município, afirma antropóloga	Para professora da Univap, São José dos Campos tem história muito particular
2004	2	Giseli Lencioni	Atrair forasteiro foi opção da cidade desde o fim do século 19	
2004	2		Projeto tenta resgatar a história	
2004	3		Mosaico cultural em canteiro de obra	Prédio em construção revela diversidade de origem dos trabalhadores; crescimento continua atraindo gente

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2004	4	Giseli Lencioni	Forasteiros somam 50% da população	Pesquisadora da Univap afirma que pessoas de fora passam a gostar da cidade ao encontrar oportunidade
2004	5		Uma família levanta 70 edifícios	Trajetória dos Tresoldi começa em Bananal; receptividade faz negócios prosperarem
2004	6		Prédios para população de 3 cidades	Todos os moradores de Jambeiro, Lagoinha e Arapéi caberiam nos edifícios da construtora Marcondes Cesar
2004	6		Peculiaridades do município definem o sucesso no ramo	
2004	8		Construtora faz imóveis para 7.000	Montante vai completar dez anos com 170 mil metros quadrados de obras entregues no município
2004	9		Pintor gosta da cidade vista de cima	trabalhando nos altos prédios em São José, o paranaense Ailton Santos sente até prazer no risco da altura
2004	10		Homens-tatu livram ruas do alagamento da chuva	Na limpeza das galerias de águas, eles encontram até porta de geladeira
2004	11		Homens dos semáforos evitam o caos	Equipes de projeto e manutenção de sinalizadores permitem que você chegue ao trabalho na hora certa
2004	11		Frota aumenta e índice de poluição diminui	
2004	12		Ele conserta relógio junto ao barulho	Confira como é a rotina de Romero Gonçalves, que trabalha em loja do Calçadão de São José e também repara os ponteiros na antiga Câmara
2004	13		Enfermeiro-chefe se orgulha da função	Wagner Marques comanda a emergência do maior pronto-socorro da região, o

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				PS da Vila Industrial
2004	14		Um anônimo por trás do famoso 190	Conheça soldado que recebe 300 ligações por dia e coordena segurança e socorro em São José dos Campos
2004	15		Novo sistema da polícia derruba trotes	Ligações falsas podem resultar até em prisão; comandante explica como população pode ajudar pelo 190
2004	15		Trabalho dos operadores do COI agiliza atendimento de emergência na cidade	
2004	18		Elas já invadem o mundo dos taxistas	São José tem três motoristas de táxis; a pioneira é Damares Arantes, que desbravou esse mercado há 3 anos
2004	18		Medo do desemprego leva mais mulheres aos volantes	
2004	19		Unhas pintadas no volante do ônibus	São José tem duas mulheres como motoristas no sistema de transporte coletivo; passageiros aprovam a ideia
2005	2		Governo em Busca de Afirmação	
2005	2		Razão e Aborto	
2005	2	Chiquinho Sanini	Lembremos Jango	
2005	2	Antônio Rodolfo Fernandes	Resgate do PT	
2005	9		Parque da Cidade faz nove anos	Principal área verde de São José, parque Burle Marx entregue em um 27 de julho
2005	10		Áreas de lazer se expandem na cidade	Regiões norte, sul e leste ganham parques desde 96; crescimento de áreas verdes transcendem governos
2005	10		Santos Dumont ganha reforma este ano	
2005	10		Usuários elogiam Parque da Cidade, mas com ressalvas	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2005	11		Urbanova abriga 10 mil. E é só começo	Instalação da Univap impulsiona crescimento a partir de 92, bairro tem potencial para 150 mil moradores
2005	11		Expectativa no bairro é por mais pontos comerciais	
2005	13		Faap segue os passos do crescimento	Edifício imponente inaugurado em fevereiro também serve de espaço para aporte cultural no município
2005	14		Unip cresce 600% em São José	Índice é referente ao número de estudantes no período de seis anos
2005	14		Conexão traz cursos da FGV	
2005	15		Expansão da Univap surpreende	Em pouco mais de 10 anos, o que era uma faculdade vira campi e ajuda expandir bairro
2005	16		Poliedro cresce e amplia atividades	Curso que nasceu há 12 anos em S. José já distribui sistema de ensino por escolas do país
2005	16		Expansão completa 13 na Univap	
2005	17		Quantidade sobe; qualidade de ensino acompanha a expansão	
2005	18		Números de alunos vai de 9 mil a 32 mil	Enquanto rede municipal é ampliada, ensino estadual sofre retração
2005	19		Déficit de vagas pode chegar a 20%	Falta lugares em prédios da educação infantil da rede municipal; Secretaria da Educação contesta déficit
2005	19		Mãe tira filhos da rede particular	
2005	20		Uma década sem o machismo no ITA	Mulheres chegaram pra ficar no instituto que se rendeu ao modernismo; índice de garotas estaciona em 10%
2005	8		Lote no Floradas valoriza 450%	Empresário da construção civil prevê fim de espaço para empreendimentos em 5 anos

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2005	2		Desafio é se expandir com qualidade	Índice anual de incremento populacional beirou 4% na década de 80, atualmente, percentual é de 1,95%
2005	2		Setor de serviços cresce e muda a cidade	
2005	3		Aumenta o número de joseenses natos.	Filho e neto de migrante desbancaram fama da cidade ser 'terra de forasteiros'
2005	4		Dá pra imaginar S. José sem anel viário?	Pergunte aos motoristas que ficaram livres de acidentes e congestionamentos no dia-a-dia do trânsito
2005	4		Autor do projeto teve de superar enxurrada de críticas	
2005	5		Governos garantem continuidade do anel	Gestões municipais dividem obra viária em etapas e entregam as vias paulatinamente à população de S.José
2005	6		Como fica o futuro do sistema viário?	Ruas de São José ganham 350 mil novos usuários após o projeto do anel viário; via norte aguarda parecer
2005	7		Em 10 anos, 40 prédios no novo bairro	Floradas de São José surge quase de supressa na região do Jardim Satélite; moradores são quase 10 mil
2005	7		Shopping sacramenta a expansão da região do Satélite	
2005	21		Janssen-Cilag prenuncia a expansão	Fábrica de produtos farmacêuticos da Johnson é aberta em 85, quando S.José não era destaque econômico
2005	22		Expansão nasceu no chão das fábricas	Crescimento industrial gerou o "boom" do desenvolvimento; hoje, cidade não depende tanto das indústrias
2005	22		Crise provocou debandada de empresas no município	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2005	23		Retomada do crescimento inaugura novos negócios	Ramos específicos do ramo da indústria tem mostrado Fôlego extra
2005	23		Prefeitura quer melhorar incentivos para as empresas	
2005	24		Solidez amplia a cadeia automotiva	Johnson Controls é exemplo que chega em São Jose atraída pela força do setor automobilístico
2005	25		Marginal da Dutra põe fim ao atraso	Uma das principais obras de S. José nos últimos 20 anos, novas vias mudaram acidentes no trecho da estrada
2005	26		Consultórios trazem modernidade	Aparelhos de última geração pouparam os pacientes pouparam os pacientes de viagens para os grandes centros
2005	27		Clínica traz aparelho de R\$ 1,3 milhão	Plani adquire equipamento pra ressonância magnética voltado para claustrofóbicos, obesos e crianças
2005	27		Equipamento dermatológico é o único da América Latina	
2005	28		Equipamento chega logo após aprovação	Certificado pela Anvisa em dezembro, Manthus trata há meses clientes dispostas a reduzir gordurinhas
2005	28		Odontologia também apresenta novidades	
2005	29		Aquarius não para de crescer	Número de edifícios quase dobra em cinco anos; bairro atrai público de classes abastadas
2005	30		Construtoras erguem prédios comerciais	Empreendimentos têm sucesso de vendas no Jardim Aquarius; imóveis do bairro experimentam valorização
2005	31		Crescimento no Aquarius também traz problemas	Transtornos no trânsito e falta de comércio são motivos de reclamação

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2005	32		Cidade entra em ranking das mais ricas	Desenvolvimento nos últimos 20 anos reflete nas estatísticas e município passa a ter o 9º maior PIB do país
2005	32		PIB industrial é o quarto maior do país	
2005	33		Consumo é aberto às novidades	Investimento em lojas de móveis é resultado de receptividade do mercado a negócios que trazem o 'novo'
2005	34		Lojas de decoração se multiplicam	Cidade experimenta um 'boom' em empreendimentos que comercializam móveis e material de acabamento
2005	35		Casal apostava na cidade e abre em 4 lojas	Empreendimentos são inaugurados em período de 10 anos; espaço somam quase 5.000 m2 de show room
2005	35		Índice de Desenvolvimento Humano atrai a Telhanorte	
2005	36		Comércio emprega 26 mil em S. José	Lojistas do centro investem na qualidade, superam crise e mantém força mesmo com chegada de shoppings
2005	37		Shopping Centro intensifica reformas	Investimentos aumentam a partir do ano de 1998; obras mais recentes custam R\$ 100 mil
2005	38		Shopping Colinas muda o cenário de toda região oeste	Empreendimento aberto em 1997 provoca mudanças sócio-enonômicas
2005	38		Movimento sobe 50% em 2 anos	
2005	39		Vale Sul atrai lojas e aquece a região	Zona sul cresce com o shopping que mudou de nome e também de estilo durante sua trajetória em São José
2005	39		Lojistas se adaptam junto com o shopping	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2005	40		CenterVale ditou horários e costumes	Primeiro shopping mudou funcionamento de comércio e de clubes; população se vestiu para 'lugar chique'
2005	40		Reformas atingem R\$ 2 milhões este ano	
2005	41		Empresas de tecnologia apostam no município	Aumentam as ofertas de serviços aos usuários de TI em São José
2005	42		Provedor de S. José se expande em SP	DirectNet é a maior das empresas independentes de acesso à internet no país, serviço atinge outras regiões
2005	42		IBTA cresce 8 vezes na cidade	
2005	43		Hipermercados descobrem a cidade	Nos últimos 20 anos, São José passou a ser alvo das grandes redes e mostrou que tem lugar pra todos
2005	43		Extra abre em tempo recorde	
2005	44		Carrefour investe mais em São José	Grupo francês, o primeiro a abrir o hipermercado na cidade, se prepara para instalar sua nova loja
2005	45		Rede Wal-Mart trouxe novos conceitos	Com 6 anos de S. José, hipermercado investe em política de preços baseada em pesquisa na concorrência
2005	45		Crescimento no setor de comércio atrai loja do Sam's Club para São José	
2005	46		Fluxo de executivos inaugura 11 hotéis	Número se refere só ao período dos últimos 5 anos
2005	46		Aquarius do Vale investe em hospedagem e churrascaria	
2005	47		Caesar Business traz modernidade	Índice de estrangeiros no hotel atinge 40% ocupação de leitos em dias da semana é quase completa
2005	47		Eventos empresariais aquecem os negócios no hotel Di Giulio	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2005	48		Restaurante focam no 'diferencial'	Número de clientes acompanha cenário econômico; empreendimentos investem no turismo de negócios
2005	48		Empresários reinvestem no potencial da cidade	
2006	2		Um belo presente uma grande Incógnita	
2006	2		Crescimento da dívida	
2006	2		Um partido perto do Fim	
2006	2		São José dos Campos e o Salto do Tigre	
2006	2		Nascem 239 bebês em 10 dias	A cada hora uma criança vem ao mundo em S. José; a cada três horas morre um cidadão
2006	3		São 270 casais que dizem 'sim' por mês	
2006	4		Espera por capela dura 1 ano e meio	Marcar casamento na igreja Nossa Senhora de Fátima, no Jardim Esplanada, exige boa dose de paciência
2006	4		Nova igreja na Univap atrai os casamentos de elite	
2006	4		Data também é difícil na PIB	
2006	5		São 318 bairros! E só na zona urbana	
2006	5		Bairros nanicos vão ganhar CEP	
2006	6		Lugarejo 'fantasma' traz transtornos ao morador	
2006	7		Novos prédios terão 5.000 apartamentos	
2006	7		Setor tem 34 mil trabalhadores	
2006	8		Floradas de São José é outro bairro perder a condição de destino natural de novas construções	
2006	9		Escolas agitam rotina de bairros	Estudantes movimentam ruas e comércio; Estevam Ferri é o prédio com mais alunos
2006	10		Olímpio Catão é a escola mais antiga	
2006	10		Biblioteca Pública recebe 700 visitantes diariamente	Local tem mais de 30 mil sócios e uma acervo de 60 mil exemplares
2006	11		Idosos dominam 1ª hora do Bom Prato	São 239 pratos servidos em 35 minutos
2006	12		Que tal um jantar com lagosta a R\$ 239?	A pedido do ValeParaibano, restaurante faz prato de aniversário; dá para comer bem na

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				cidade
2006	13		Haja carro na cidade! E a frota cresce	Total de veículos chega a 250 mil para uma população de 600 mil pessoas; a cada ano, surgem 9400 carros
2006	14		Agente de trânsito multam 6.00 por mês	Município cria o 'marronzinho ciclista'
2006	15		São 400 novos motoristas por semana	Reprovação chega a 20%
2007	2		Visões da cidade	Moradores estão satisfeitos com a vida em São José, mas há áreas que exigem mudanças
2007	2	João Francisco Sawaya de Lima	Casa do Idoso: presente para São José	
2007	2	Jefferson Damasceno de Souza	Pacote de maldades	
2007	2		Pólo de consumo completa 240 anos hoje	Indústria toma novo fôlego e comércio joseense se beneficia ainda mais; PIB do município é o 3º de SP
2007	2		Domingo atrai 52% dos clientes	
2007	2		Comerciante do bairro está satisfeito	
2007	3		São José tem 10.000 opções de compras	Este é o número de empreendimentos comerciais na cidade; setor terciário emprega 22% no mercado formal
2007	3		Descentralização de lojas é a tendência	
2007	4		Em 20 anos, CenterVale atrai 2 brasília	O maior e o mais conhecido shopping da cidade atendeu 320 milhões de pessoas desde a sua fundação
2007	4		Estacionamento VIP é primeiro da cidade	
2007	5		Quer carro ou casa? Vá à Andrômeda	Sonho da classe média pode estar em uma das 31 revendedoras da avenida ou em uma de suas 17 imobiliárias

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2007	5		Alfaiate mais antigo atende na Avenida	
2007	5		José Longo também tem revenda	
2007	6		Vale Sul vai abrir cinema e novas lojas	Reforma no centro de compras garante aumento de público de 11% ampliação atrai 52 pontos de vendas
2007	6		Shopping mudou seu formato em 98	
2007	7		Até feira livre adota cartão	Barracas usam 'dinheiro de plástico' e também entregam em domicílios
2007	7		Barraca tem 'semente dos astronautas'	
2007	7		Pastelzinho encanta gerações	
2007	8		Carro-de-boi faz entrega na zona norte	Na periferia, antiga modalidade de transporte é uma das marcas da tradição do atendimento comercial
2007	8		Santana tem antigos locais de venda	
2007	9		Carros lotam a rua; pneus enchem lojas	Av.Nelson D'Ávila é uma das mais movimentadas da cidade
2007	10		Corinthianos têm 'papelaria própria'	Nelson D'Ávila tem 2 das maiores papelarias; torcedores alvinegros somam 23% dos clientes da Kalunga
2007	10		Comércio precisa encantar o cliente	Presidente do Sindicato do Comércio vê o atendimento ainda como um problema
2007	11		Gamaia traz um novo conceito de loja	Clientes podem andar de skate, arremessar em cesta de basquete ou andar de bike em meio aos produtos
2007	11		Após teste, vende-se tênis personalizado	
2007	11		Novidades incluem fast skin de nadador	
2007	12		Coronel Monteiro serve as costureiras	Rua tem nome de militar, mas sua principal vocação é atender mulheres em busca de tecidos e aviamentos
2007	12		Tecido é produto em extinção	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2007	14		Sete lojas de noivas em 20m de rua	Lojas de Francisco Rafael e Antônio Saes são passageiros obrigatórias antes do tão esperado dia do casório
2007	14		Zona Sul também aluga vestidos	
2007	15		Rua Paraíbuna tem muitas vocações	Além de atender mecânico, motorista, pintor e eletricista, local é um dos principais corredores de transporte
2007	15		Máquinas atraem homens e mulheres	
2007	16		Acredite! São José ainda vende afiado	Relações de consumo mudança pouco em bairros afastados, onde é possível encontrar a boa e velha caderneta
2007	17		Braguinha leva sua miniguitarra aos EUA	Tamanho do instrumento colocou joseense no Guiness
2007	18		Shopping Centro atrai os assalariados	Trabalhadores de menor poder aquisitivo formara o principal público frequentador, local completa 29 anos
2007	18		Morador de Jacareí faz visitas semanais	
2007	19		Comerciante busca apoio do Sebrae	Entidade faz aproximadamente 200 atendimentos por mês, para gerente, capacitação é fundamental
2007	19		Senac pode potencializar as vendas	
2007	21		Cassiopéia passa a concentrar clínicas	Avenida possui 6 desce estabelecimento e 4 farmácias
2007	22		Siqueira Campos é rua das barbearias	Local tem salões com aquelas antigas cadeiras de barbeiro; clientela vem de vários bairros e é bastante fiel
2007	22		Rua do Centro abriga tapeçaria tradicional	
2007	22		Joseense conhece bem os seus direitos	Diretor de Rpocon destaca conscientização, mas adverte; muitos

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				estão endividados por excesso de crédito
2007	23		Mulher decide o orçamento na Dicico	Homens têm de se contentar em dar palavra final só na escolha de itens da construção pesada, diz gerente
2007	24		Makro aumenta oferta para 7.000 itens	Variedade de produtos sobe após investimento de R\$ 4 milhões; loja é pioneira de seu ramo no município
2007	25		Anchieta, Borba Gato e imóveis de chique. Oito imobiliárias se concentram nos dois endereços e trabalham somente com imóveis de valor destacado	
2007	26		Leroy Merlin apostava nos importados	A mais nova das grandes lojas do ramo tem mini ambientes para dicas de compras, montagem e decoração
2007	26		De exaustor de banheiro à telha plástica	
2007	26		Produtos joseenses ganham mercado	Tradicionais cobertores Parahyba são exemplo; fabricante das peças trabalha com capacidade máxima
2007	26		Novo equipamento promete inibir furtos	
2007	27		Colinas é o preferido das classes A e B	Alta clientela responde por 80% das vendas; área do shopping ganham 5 edifícios residenciais de alto padrão
2007	27		Eventos viram uma marca	
2007	27		Administrador chama bombeiro para 2 partos	
2007	27		Shopping tem cliente assíduo	
2007	28		Saiu atrás de remédio e comprou sofá	Consumista abusa do dinheiro de plástico no comércio; descontrole pode gerar situação constrangedora

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2007	30		Rotina do Ceasa começa bem cedo	A partir das 2h começa o movimento de quase 500 trabalhadores no local; vegetais pesam 5.000 toneladas
2007	31		Produtor aconselha comprar hortifrutí no Ceasa de S. José	Preço sofre intensa variação, mas dono de boxe ainda vê vantagens
2007	31		Ambulante busca limão há 8 anos	
2007	32		Flor do Ceasa atraiu comprador de fora	No entreposto, sexta é o dia das plantas ornamentais
2007	33		Cidade tem avenidas das escolas	Eduardo Cury, Jorge Zarur e Linei de Moura se transformam em núcleo de estudantes
2007	33		Cursos primam pela excelência	
2007	34		Peixe de represa e tradição no mercado	Produtos dos boxes do Municipal são praticamente exclusivos; movimento é maior nos finais de semana
2007	34		Escola leva aluno para 'conhecer meio rural'	
2007	36		Animais 'da roça'? Só no Mercadão	Consumidor joseense tem a opção de comprar animais para um cardápio diferenciado, como pato ou coelho
2007	37		São José tem hipermercado 24 horas	Extra funciona em tempo integral e também cativa seus clientes com produtos e serviços diferenciados
2007	37		Extra tem queijo de R\$ 467 o quilo	
2007	38		Economista ensina a sair do vermelho	Roque Mendes defende a família pechinche lá fora e faça orçamento mensal em casa
2007	38		Rua 7 abriga estúdios de fotos	
2007	39		Trecho curto tem 10 lojas de móveis	Final da avenida São João é o endereço certo pra quem procura móveis e artigos

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				para decorar a residência
2007	39		Lojista vislumbrou expansão da região	
2007	39		Grifes da Esplanada atraem cliente nobre	
2007	40		Até imóvel se compra pela internet	Cliente pode analisar as ofertas, conhecer a planta e até fechar o negócio com a imobiliária através da web
2007	40		Casa e apartamento podem ser adquiridos do Exterior	
2007	41		Rua 15 é centro financeiro da cidade	Local tem mais de 10 bancos e mais de 10 magazines; movimento resiste à descentralização econômica
2007	42		Carrefour é pioneiro entre os grandes	Há 15 anos em São José, loja do Aquarius atrai público de outras cidades e atende clientes das classes A e B
2007	42		Tenda Sabores atrai cliente de fino paladar	
2007	43		Rua Luiz Jacinto possui dois perfis	Rua pacata durante o dia vira o principal ponto da badalação noturna
2007	43		Bares adotam modelo importado	
2007	44		É uma casa noturna a cada 45 passos	Rua Luiz Jacinto tem 12 pontos comerciais; por sua pequena extensão, pode ser considerada a mais temáticas
2007	44		Cantina da Nena é a pioneira	
2007	44		Ponto de badalação e boa comida	
2007	45		Sapataria tem funcionários bilingue	
2007	46		Atacadista também vende por unidade	Spani aumenta seu faturamento em 40% e investe em cursos e promoções para melhor atender a clientela
2007	46		Atacado socorre comerciantes	
2007	46		Loja comercializa e conserta máquinas de escrever	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2007	47		Painel avalia serviços em loja	Rener tem o 'encantômetro' para mensurar a qualidade de atendimento em São José
2007	47		Livro reúne histórias de 'encantamento'	
2007	48		Oferta de imóveis cresce no município	Lançamentos superam número de imóveis do ano passado em 3.000; 80 prédios em construção
2007	48		Atendimento no comércio é 'nota 7'	Avaliação é do presidente da ACI, José de Mello Corrêa, que defende maior profissionalização no contato
2007	48		Promotoria de vendas realizava seu sonho	
2007	49		Tamoios e entorno viram o paraíso dos marceneiros	Na rodovia suas imediações estão instaladas dez lojas do ramo de madeiras
2007	49		Lojas da rodovia atendem situantes	
2007	50		Quando a guerra fiscal é desnecessária	Secretário de Desenvolvimento Econômico diz que o mercado joseense, por si, já atrai investidor do comércio
2007	50		C&C apostava no mercado regional	
2007	51		Pequenos se unem contra os 'hiper'	Para sobreviver, lojas de bairros juntam-se em grupos de compra e despertam para a qualidade dos serviços
2007	51		Expansão atraiu a Telhanorte	
2007	52		Rubião Júnior é 'rua dos eletrônicos'	Aparelhos eletroeletrônicos e de som são a marca registrada do local, que tem 22 empreendimentos do ramo
2007	52		Brechó de móveis atende estrangeiros	
2007	53		Público é diferenciado no Wal-Mart	Consumidor pode optar entre eletrodomésticos ou pequenos e inusitados produtos

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				como a cueca de bambu
2007	53		Sam's Club possui televendas	
2007	54		Compra de carro fica bem mais fácil	Financiamento de perder de vista aumentam vendas; financeiras estudam esticar o prazo para 84 meses
2007	54		Segredo é ser chato na hora do negócio	
2007	54		Ofertas variadas aquecem mercado	
2007	56		Ruas da telefonia mantêm a vocação	São 15 anos de vendas de aparelhos telefônicos na Major Antônio Domingues e Senador Salgado Filho
2007	56		Dinâmica do setor ajuda o comércio	
2008	1		Presente ao leitor	No aniversário de São José, uma radiografia da cidade e um debate sobre seu futuro
2008	1	Moises Chenciski	A Paternidade	
2008	1	Carlos Alberto DI France	Ficha-suja e direito à informação	
2008	2		Sinais e ordem nas RUAS DA CIDADE	Saiba o que é feito em São José para garantir fluidez no trânsito
2008	2		Marronzinhos fazem 22 mil atendimentos	
2008	2		Para fiscais, motos são as maiores vilãs	
2008	3		O trânsito no RITMO DO CRESCIMENTO	Engenharia de tráfego garante fluidez nas ruas até porque São José não pode parar
2008	4		PAÇO É RECHEADO de histórias e personagens	Alguns servidores conhecem o prédio da Prefeitura de São José como a palma da mão'; 1.500 municípios passam pelo local todos os dias
2008	4		Prédios tem contos de assombração	
2008	4		Ascensora decora andar dos servidores	
2008	5		Antes dos eventos é sempre um CORRE-CORRE	
2008	5		Tony Ramos vira ator 'queridinho'	
2008	5		Instrumentista revela o que ninguém vê	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2008	6		TEATRO tem histórias de assombração	Vozes ouvidas em meio aos espetáculos intrigam espectadores e deixam um clima fantasmagórico
2008	6		Sons 'do além' no show de Yamandu Costa	
2008	6		Municipal está no circuito nacional	
2008	7		Na rodoviária, Ozanan vira santo	
2008	7		Filhos perdidos são histórias comuns	
2008	9		Cidade tem 1 árvore para 6 pessoas	Doze equipes fazem juntas 100 podas no município por dia; trabalho exige critério e até um engenheiro
2008	9		Vendaval em 2003 causou 93 quedas	
2008	10		Antes da festa, exigências dos cantores	
2008	10		Artistas têm rituais para pisar no palco	
2008	11		No estádio, tudo tem de funcionar bem	
2008	12		Antes do jogo, um roteiro de detalhes	Pombos e cascas de amendoim dão trabalho para os encarregados de limpar o estádio Martins Pereira
2008	12		Vandalismo marca jogo contra Guarani	
2008	12		195 milhões de abraços	
2008	14		Local tem plano para catástrofes	
2008	14		PS recebe até criança com panela entalada	Nos bastidores do hospital público da Vila Industrial aparecem casos inusitados e até tragicônicos
2008	14		Em dia de fuga na cadeia, doente some	
2008	15		Sanatório do MEDO	Vicentina Aranha tem suas histórias de assombração; problema de fiação ajudou a alimentar o mistério
2008	15		Funcionário sente 'impressão ruim'	
2008	16		Carteiro dá até conselho sentimental	Nos bastidores do trabalho profissionais fogem dos cães e são forçados a intermediar casais

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2008	18		Sincronia no trabalho de equipe	Saiba como operam os funcionários da concessionária encarregados de restabelecer fornecimento de energia em ocorrências de quedas
2008	18		Quedas de energia são 35 por dia	
2008	18		Região dos raios gera mais serviço	
2008	19		São José tem VELÓRIO PELA INTERNET	Município é o 1º Estado a permitir que parentes e amigos do falecido velem o corpo a distância
2008	19		Agente muda aparência do morto	
2008	20		PILOTOS DE TESTE não conhecem o medo	Os responsáveis por avaliar os jatos da Embraer falam apenas em 'ansiedade'
2008	20		Quadro de pessoal soma 4 cidades	
2008	21		NO PARQUE, namorados dão trabalho aos guardas	
2008	21		Pessoal de serviço também é mobilizado para salvamentos de crianças que se perdem ou caem nos lagos	
2008	21		Carrapatos isolaram áreas	
2008	22		BOMBEIRO mescla felicidade e tristeza	Atividade diária de salvamento desperta os extremos do sentimento humano
2008	22		Casos incluem 'disco voador'	
2008	22		Na piscina, até vaca é resgatada	
2008	23		Irreverência nas FEIRAS LIVRES	Novos comerciantes e até fregueses são alvos de pegadinhas em um ambiente que só têm aparência de desorganizado
2008	26		No silêncio, ações amparam MENDIGOS	Saiba como é feito o trabalho da prefeitura e de voluntários para conter a mendicância na cidade da tecnologia
2008	26		População desconhece o centro de triagem	
2008	26		Maioria dos migrantes é de São Paulo	
2008	26		Ex-sem teto ajuda os desabrigados	
2008	26		Voluntário aborda 60 por noite	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2008	26		Índice de mendicância é o maior do país	
2008	27		Trabalho à noite evita caos na Via Dutra	Serviços de manutenção e monitoramento garante abastecimento de S. José e escoamento de produção
2008	27		Treinamento qualifica as equipes	
2008	27		Pane Mecânica lidera ocorrências no trecho	
2008	28		Câmeras do COI	
2008	28		Cuidado! As 'tagarelas' vem aí!	
2008	29		Cemitério tem histórias de arrepiaç	Visitantes se assustam de verdade, mas andarilho até dorme em gaveta vazia
2008	29		Visitantes beberam a 'água milagrosa'	
2008	30		Até briga de casal vai parar no Procon	
2008	30		Termo técnico gera confusão	
2008	31		Teleoperador tem histórias para contar	No contato com o público funcionário do telemarketing são surpreendidos quase diariamente
2008	32		Cantadas amorosas são comuns	
2008	34		Risco e Correria na rotina de coletor	Vítima de mordida de cães, trabalhador foi vacinado 25 vezes; cortes nas mãos são comuns no trabalho que exige agilidade
2008	34		Celular toca em bolsa já no caminhão	
2008	34		Grupo de garis tem atleta do ciclismo	
2008	34		Saco dinheiro no lixão	
2008	35		Até chave de carro se acha no Lixo	População objetos importantes em meio a 24 toneladas de distritos
2008	35		Joseense produz 700g diária de lixo	
2008	35		Mulheres comandam a prensa	
2008	35		Garis têm seus dias de heróis	Geralmente ignorados ou vítimas de preconceitos, trabalhadores fazem proezas
2008	35		Ex-catadora aprender a escrever	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2008	38		Estrutura da Câmara tem 'poupatempo'	Além do plenário e dos gabinetes, Casa Legislativa tem serviço de apoio ao cidadão com atendimento gratuito
2008	38		Saiba como funciona as sessões	
2008	38		Legislativo decide investir em cultura	
2008	39		Estação substituiu trabalho manual	Marco histórico de S. José, local tem máquinas que substituíram o trabalho de homens no carregamento de carga
2008	39		Legislativo decide investir em cultura	
2008	40		Guardas viram detetives antipichação	Profissionais aprendem até a decifrar hieróglifo de quem depreda prédios; S. José é recordista em prisões
2008	40		Parto ocorreu dentro da viatura	
2008	41		Ruas têm mais de 50 mil lâmpadas	
2008	42		População pode assistir a julgamentos	Guerra de nervos que marca as sessões nas varas judiciais só não é aberta ao público em caos de grande repreensão
2008	42		Público ignora juizado especial	
2008	42		O dia em que o Fórum de S. José parou	
2008	43		Na virada da lua, mais bebês nascem	Chefe da obstétrica da Santa Casa de São José confirma maior número de nascimento nessa situação; por dia nascem 26 crianças na década
2008	43		Há 12 anos nasciam as quadrigências	
2008	43		Médico já trouxe à luz 30 mil bebês	
2008	46		Testes do INPE garantem celulares	Laboratório de Integração e Teste também põe à prova micro-ondas, cadeira de dentistas e até carro
2008	46		São José ajudou a modernizar o voto	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2008	47		Clube gasta R\$ 30 mil de Água	Esse é o valor da conta mensal do Thermas do Vale para garantir o máximo de diversão em tobogãos e piscinas
2008	47		Idosa desmaia na água	
2008	47		Cuidar de bicho dá trabalho	
2008	49		Tragédias e histórias da Defesa Civil	Equipe de técnicos atende uma variedade de ocorrências e se orgulha de salvar vidas em São José
2008	49		Gato morto e abrigo para urubus	
2008	50		Leitores procuram mortos na Biblioteca	
2008	50		Mulher devolve livro após 20 anos	
2008	50		Espaço tem 70 mil livros catalogados	
2008	50		Ruídos eletrônicos e até imaginários	
2008	51		CTA tem até procurar até prefeitura	Centro militar possui prefeito para garantir boas condições de habitação
2008	51		Local tem escola de pilotos	
2008	52		Água da chuva pode ser um tormento	Saiba como funciona o sistema que tenta evitar alagamentos, problema que persiste em dias de tempestade
2008	52		Homens-tatu evitam caos maior na cidade	
2008	54		Entenda os sistemas de construção	S. José tem quase 10 mil unidades habitacionais em obras, sindicato prevê crescimento superior a 10%
2008	54		Obra gera vagas para nordestinos e joseenses	
2008	55		Legislação regula abastecimento do comércio	Caminhoneiros descarregam a carga em loja do centro entre 1% e 96% cidade tem mais de 11 mil estabelecimentos comerciais
2008	55		Pedido automático garante produtos	
2008	56		Modelo de gestão garante água	Município consome 92 milhões de litros por dia; Sabesp tem plano para o

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				abastecimento acompanhar expansão da cidade
2008	56		Fila de canos chegaria à Bahia	
2008	56		Captação é sempre interrompida à tarde	
2008	59		Casos de Família e situações hilárias no DP	Nas oito delegacias da cidade, ocorrências inusitadas engrossam o rol dos casos policiais
2008	59		Ladrão leva calcinhas dos varais	
2008	60		Estrutura garante serviços nos Shoppings	Organização marca os paraísos de compras em São José
2008	60		Mercado tem ponto dos famosos	
2008	61		Vale Sul trabalha de madrugada e se transforma	Nos bastidores, shopping realizou as obras necessárias para se modernizar e acompanhar o crescimento da cidade
2008	61		Shopping mais antigo faz 30 anos	
2009	2		Uma história com marca de superação	Dar a volta por cima e surpreender vira característica nata de São José dos Campos ao longo dos anos
2009	2		Prefeito e padre eram ex-doentes	
2009	2		Estigma da tuberculose perdurou por décadas	
2009	3		Acredite! São José já foi 'primo pobre'	Insignificante perto de suas vizinhas do passado, cidade virou 'canto dos tuberculosos'. Depois, se deu bem
2009	3		Combate à doença equipou o município	
2009	3		Cidade conheceu segregação	
2009	4		Anos de crise despertaram vocação para os negócios	
2009	4		Setor de serviços desponta	
2009	4		Qualificação vira trunfo na cidade	
2009	5		Mudança no cenário cria até um bairro	Chácaras Reunidas se fortaleceu após a crise econômica de décadas passadas; empresários criam associação
2009	5		Empresária conhece bem o que é crise e superação	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2009	6		Campo dos Alemães supera violência	Para socióloga, mudança é resultado de infraestrutura, da organização social e da força do 1º emprego
2009	6		Sociedade garante o suporte	
2009	6		Avenida tem oito igrejas	
2009	6		Entenda divisão dos evangélicos	
2009	7		Evangélicos ajudam a pacificar o caos	Pastor que dirige 180 templos garante que o Campo dos Alemães não é mais violento por causa das igrejas
2009	7		Assembleia tem 'missão social'	
2009	7		Pastor viu bandido invadir a igreja	
2009	7		Organização ajuda a resgatar cidadania dos moradores	
2009	8		ONG ligada à igreja doa cestas básicas	Comas, da Fonte da Vida, cadastrava famílias de baixa de renda e distribui alimentos no Campo dos Alemães
2009	9		Município aumenta as ofertas de lazer	S. José tem 53 endereços, em todas as regiões, para a prática de esportes, descanso e encontro com amigos
2009	10		Novos parques aumentam o número de cartões-postais	População de São José ganhou quatro grandes áreas somente nos últimos anos
2009	10		Joseense aprova mais opções	
2009	11		Município entra no circuito cultural	Shows e eventos do roteiro das capitais passam a integrar a agenda de São José, espaços aumentam
2009	11		Novo teatro agenda espetáculos	
2009	12		Diversificação marca cultura joseense	Diretor da Fundação Cultural Cassiano Ricardo afirma que S. José descarta rótulo de estilo único em cultura
2009	12		Fundação cria arte nos bairros	
2009	12		Novo Sesc garante as atrações	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2009	13		Cidade já superou outras turbulências	São José sobreviveu aos pedaços do setor bélico da indústria aeronáutica e durante planos econômicos
2009	13		Economistas destacam ação do governo	
2009	13		Diversificação econômica atual é maior	
2009	14		Expansão dos serviços fica evidente	Atividade do setor terciário desapontam no cenário na década de 90 e superam demais ramos da economia
2009	15		Empregos garantem a força econômica	Economistas pregam esforço total contra o desemprego para evitar a típica reação em cadeia no cenário
2009	15		Economistas citam o que falta fazer	
2009	17		Cidade deve ganhar arena de esportes	Secretaria prepara projeto para ginásio com capacidade para 4.500 pessoas; área ainda está indefinida
2009	17		Escolinha atrai mais de 30 mil	
2009	18		1º prefeito eleito precisou se superar	Primeiro chefe do Executivo escolhido pelo povo, Joaquim Bevilacqua encontrou grandes desafios
2009	18		Ex-prefeito nomeia 'ícones de superação'	
2009	18		Trajetória política foi breve	
2009	19		Pioneirismo marcou o mandato de Bevilacqua	
2009	19		Gestão também teve projetos frustrados	
2009	22		Juventude vai ganhar mais atenção	S. José cria secretaria especialmente dedicada aos jovens; objetivo é abrir novos programas de atendimento
2009	22		Dia de evento é sucesso na cidade	
2009	23		S. José supera problema de abandono	Capitaneada pela Fundhlhas, rede social de proteção consegue tirar do asfalto as crianças

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				que pedem esmola
2009	24		Sucesso cria apoio a carreiras	Na esteira do êxito da Fundhas, Cephas surge em 2000 para formar mão de obra qualificada
2009	24		Esforço pela infância começou nos anos 70	Cosemt, Clubinho e Fiscais do Lixo anteciparam Fundhas
2009	24		Alvo são as 'crianças vulneráveis'	
2009	26		São José é caso de sucesso no ensino	Colégio mantido pela Embraer se torna o melhor de todo o Estado e motiva estudantes de escolas públicas
2009	26		Escolas municipais fazem a sua parte	
2009	26		Busca de vaga alunos e até professores	
2009	27		Obras tentam superar os alagamentos	Crescimento do município toma saturada a capacidade das galerias de escoar água da chuva em temporais
2009	27		Prefeitura investe em galerias	
2009	27		Anhembi sofre com as cheias de córrego	
2009	28		Comércio é catedrático em vencer crise	Estabelecimentos 'de rua' superam demissões na indústria, concorrência forte e abalos econômicos do País
2009	28		Sindicomércio faz ações contra o calote	
2009	28		Cliente fiel mantém comércio por 30 anos	
2009	29		Comércio se reestrutura e supera apelo de São Paulo	Ações mudam hábito da população, que viajava a capital para fazer compras
2009	29		Dona Maria vence barreira no Calçadão	
2009	29		Camelódromo divide as opiniões	
2009	30		Complexa saúde da cidade tenta superar os desafios	Prefeitura pensa em como adequar a rede para a demanda dos próximos 20 anos
2009	30		Paciente reclama da qualidade do serviço	
2009	30		Sistema de agendamento é alterado	

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2009	31		Boom imobiliário surgiu há 30 anos	Leva de trabalhadores da indústria emergente provocou a primeira grande expansão do setor na cidade
2009	31		Expansão impacta outros setores	
2009	32		Desfavelização completa uma década no município	Remoção de famílias em quatro bairros deu início ao atual 'pacote de ações'
2009	32		Pinheiro é o grande desafio	
2009	32		Na paisagem urbana, ainda se vê barracos	Três favelas e acampamento irregular tiram sono de administradores públicos
2009	34		Sobral agiu e tirou a cidade do atraso	
2009	34		Veia militar impôs gestão linha-dura na prefeitura	
2009	34		Asfalto foi uma das marcas do governo	
2009	34		Ex-prefeito queria parque no Banhado	
2009	35		Metalúrgico supera corte na fábrica	Demitido da Embraer, técnico em mecânica se mexe e conquista vaga no mercado pouco depois
2009	35		Comerciante abre franquia em shoppings	
2009	36		Trajetória de empresário inclui função de office boy	
2009	36		Joseense supera trauma de assalto	
2009	36		Após roubo, Camila agora adota precaução	
2009	37		Manter anel viário fluindo é o desafio	Prefeitura faz de tudo para manter característica do local como via expressa; obra foi vital para o município
2009	37		Especialista percebe trânsito estrangulado	
2009	38		Modernidade no hospital de R\$ 23 mi	
2009	38		Combate ao câncer infantil vira referência na região	
2009	38		Câmara traz oxigênio 100% puro	
2009	38		Vivalle adota alta tecnologia	
2009	41		Avenida Dutra é coisa do passado	Construção de marginais desafogou tráfego em um dos pontos críticos da rodovia; extensão pode aumentar

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2009	41		São José conhecida por sua limpeza	Manter limpa uma cidade desse porte não é fácil; SSM possui 7 regionais
2009	41		Reciclagens atinge até 90% dos bairros	
2009	41		ONG prega valorização do lixo	
2010	2		Saúde e votos	NOVOS HOSPITAIS NÃO ASSEGURAM UM SISTEMA MAIS EFICIENTE
2010	2	José Luiz Nunes	Mercado de trabalho	
2010	2	Daniela Laubé Zarza Santos	Licença-maternidade	
2010	2		Projeto mudará o Centro	Aos 243 anos completados hoje, S. José ganhará um novo aspecto
2010	2		Sociedade aprova proposta, mas cobra mais explicação	
2010	2		Parque da Cidade pode ganhar novo acesso	
2010	2		Rede elétrica passa a ser subterrânea	
2010	3		Charme destaca a Vila Ema	Butiques, cafés e restaurantes que primam pela elegância valorizam
2010	3		Comércio tem produtos para clientes VIPs	
2010	4		O cenário das ruas fechadas	Estudos aponta que 30 mil pessoas vivem nos empreendimentos horizontais
2010	4		Moradores reclamam de isolamento entre vizinhos	
2010	4		Jardim das Colinas é o maior	
2010	5		Aquarius tem perfil definido	Bairro, que é um dos mais jovens de São José, já nasceu com 'personalidade'
2010	5		Moradores temem problemas com o crescimento acelerado	
2010	5		Estruturas para atender classes A e B	
2010	6		Encantos de Eugênio de Melo	Um dos locais mais antigos, distrito tem história, tranquilidade e tecnologia
2010	6		Parque Tecnológico será ampliado e vai gerar emprego	
2010	6		Moradores querem criar um Circuito Turístico	
2010	6		A expansão urbana de São José	
2010	7		Maior bairro é independente	A locomotiva do desenvolvimento da região sul era uma

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
				fazenda até os anos 60
2010	7		Vila Rangel é o menor da cidade	Na região de Santana, local tem apenas 20 lotes, tranquilidade de sobra
2010	8		Santana é um pedaço de Minas dentro de S. José	Bairro da zona norte lembra as cidades mineiras até nas fachadas das casas
2010	9		Torrão de Ouro dos gaúchos	Bairro tem Centro de Tradições Gaúchas que atraem muitos simpatizantes
2010	10		Churrasco e bailes na cidade	Para manter a tradição dos Pampas, frequentadores do CTG usam figurino típico
2010	11		Crianças aprendem a dançar	Membros do Centro de Tradições Gaúchas levam a cultura a alunos da periferia
2010	11		Bailes revelam uma cultura que é repleta de simbolismos	
2010	13		Cidade tem 'pequeno Japão'	Instalação de fábrica japonesa, em 1956, foi o marco que atraiu os orientais
2010	14		Desafio no clube é atrair os jovens	Com alta média de idade, associações de japoneses tentam manter tradições
2010	15		Zona leste tem reduto do NE	Atraídos pela construção civil, nordestinos se fixam e criam pontos de encontro
2010	17		S. José e profissões do futuro	No Inpe, município dispõe até de um pesquisador que vigia as atividades do Sol
2010	17		Para cientista, desafio é popularizar a ciência	
2010	18		Sobra espaço para alfaiates	Na cidade dos contrastes, ainda há lugar para profissionais de ofícios antigos
2010	18		Ramo possui clientela de perfil definido	

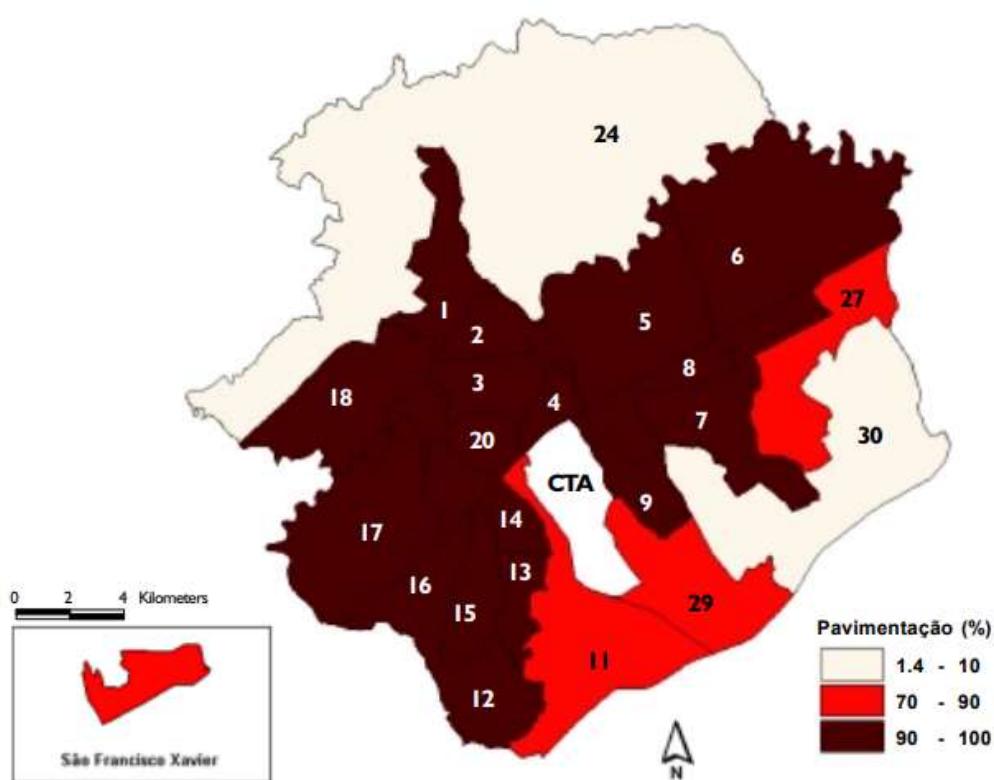
<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2010	19		Entre cartões e a antiga caderneta	No Mercado Municipal, ainda há quem venda e depois marque no bloquinho
2010	21		Fábrica têxtil é a mais antiga	Tecelagem Parahyba, agora Coopertêxtil, fabrica cobertores há longos 85 anos
2010	21		Coopertêxtil também é fábrica de ataduras	
2010	21		Alestis é uma das mais novas	Em pouco mais de 1 ano, a antiga SK10 já conta com 2 fábricas em S. José
2010	22		Cenário de pequena indústria	Bairro criado para abrigar chácaras residenciais atraiu mesmo as empresas
2010	22		Estrutura melhora, mas falta banda larga	
2010	23		Olímpio Catão resgata o respeito	Após problemas de imagem, escola opta por regras rígidas até ganha prêmios
2010	23		Direção conhece alunos e seus familiares	
2010	23		Professora destaca a união	
2010	24		Tecnologia invade a escola	No colégio COC, aluno assiste às aulas com laptop diante de lousa touchscreen
2010	24		Internet facilita o aprendizado	
2010	24		Especialista vê obstáculo à revolução digital	
2010	25		S. José abriga até ribeirinhos	Na comunidade Beira Rio, 30 famílias vivem precariamente bem perto do centro
2010	25		Pesca não é mais fonte de renda familiar	
2010	26		Clandestinos já são quase 100	Na periferia, cerca de 40 mil pessoas vivem com infraestrutura básica precária
2010	26		Parceria com moradores vai garantir o esperado asfalto	
2010	26		Terreno barato vira atrativo para novos moradores	
2010	26		Prefeitura tenta agilizar processo de regularização	
2010	27		Hortaliças na região central	Concha do Banhado não é só paisagem: famílias tiram da terra o sustento diário

<b>Z</b>	<b>Página</b>	<b>Autor</b>	<b>Título</b>	<b>Subtítulo</b>
2010	27		Banhado vai virar parque ambiental	
2010	27		Produtores reclamam que falta política agrícola	
2010	28		Orelhão é 'salvação' em bairros da região norte	Telefone público é único meio que morador tem para se comunicar
2010	28		Município tem 3.500 telefones públicos	
2010	29		CenterVale fica mais atrativo	
2010	30		Expansões trará academia, 58 lojas e boliche ao Vale Sul	Novo planos de crescimento também abrirá 1.5000 vagas para carro
2010	30		Complexo tem serviços agregados	
2010	31		Galerias resistem na cidade	Lojas vendem artigos que estavam em alta antes das chegadas dos shoppings
2010	33		Cenários noturno com boa música	Para fidelizar o público, casas noturnas têm som ao vivo que garante embalo
2010	34		Johnson é uma das gigantes	Alinhar diferentes setores produtivos é o desafio em empresa de grande porte
2010	34		Crédito é desafio para a pequena Biobolsa	
2010	34		Aniversariantes de hoje revelam o amor pela cidade dos 243 anos	Show de aniversário e amigos na cidade no feriado: sorte da mineira Rosangela
2010	35		Ensaio Fotográfico	Os diferentes cenários da cidade pelo olhar do repórter fotográfico Roosevelt Cássio

Fonte: Construído pelo autor a partir de Jornal ValeParaibano, 1993-2010

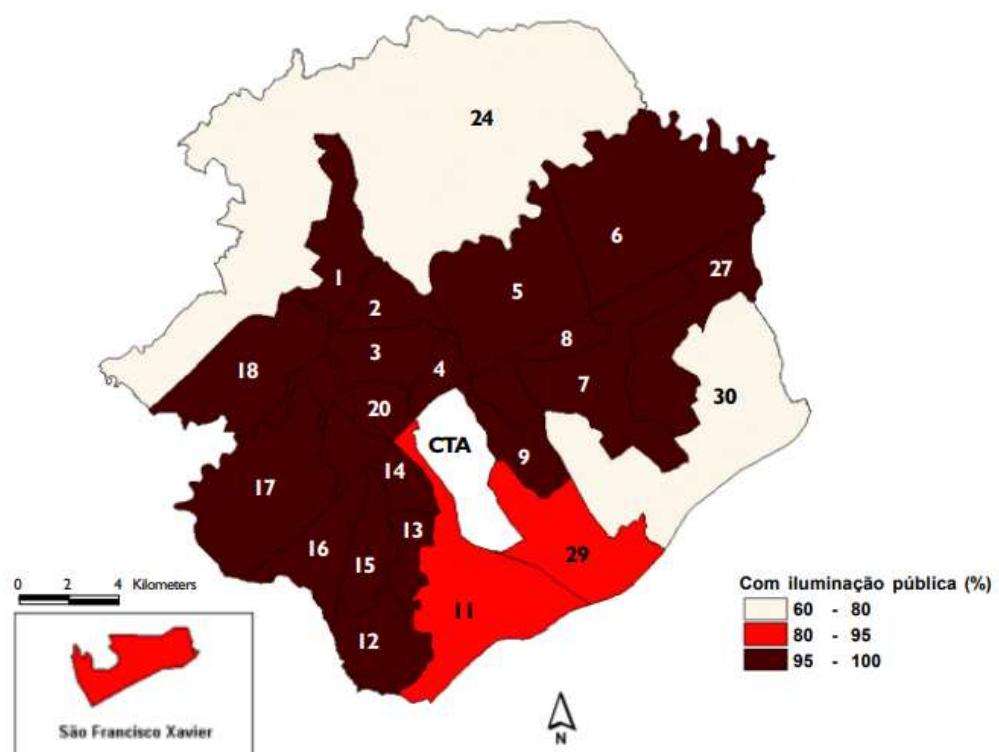
## APÊNDICE

*Mapa 1: Percentagem de Domicílios Urbanos Localizados em Vias Pavimentadas Setores Socioeconômicos do Município de São José dos Campos - 2003*



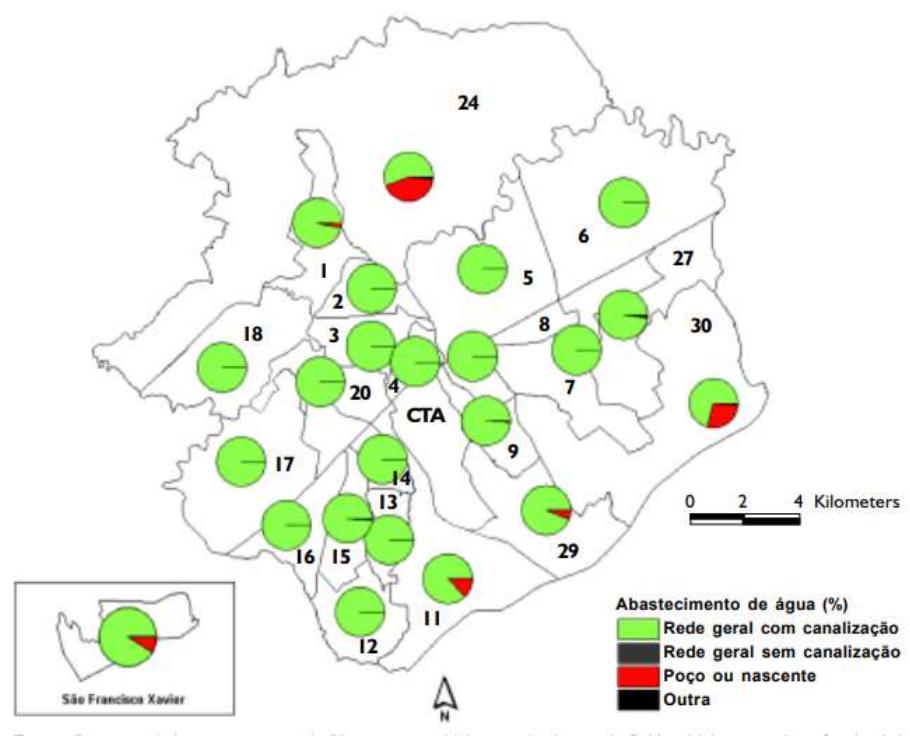
Fonte: Pesquisa de Instrumentação do Planejamento Urbano e Avaliação do Déficit Habitacional em São José dos Campos. NEPO/UNICAMP/PMSJC, 2003

Mapa 2: Percentagem de Domicílios Urbanos que Dispõem de Iluminação Pública em seu Entorno Setores Socioeconômicos do Município de São José dos Campos – 2003



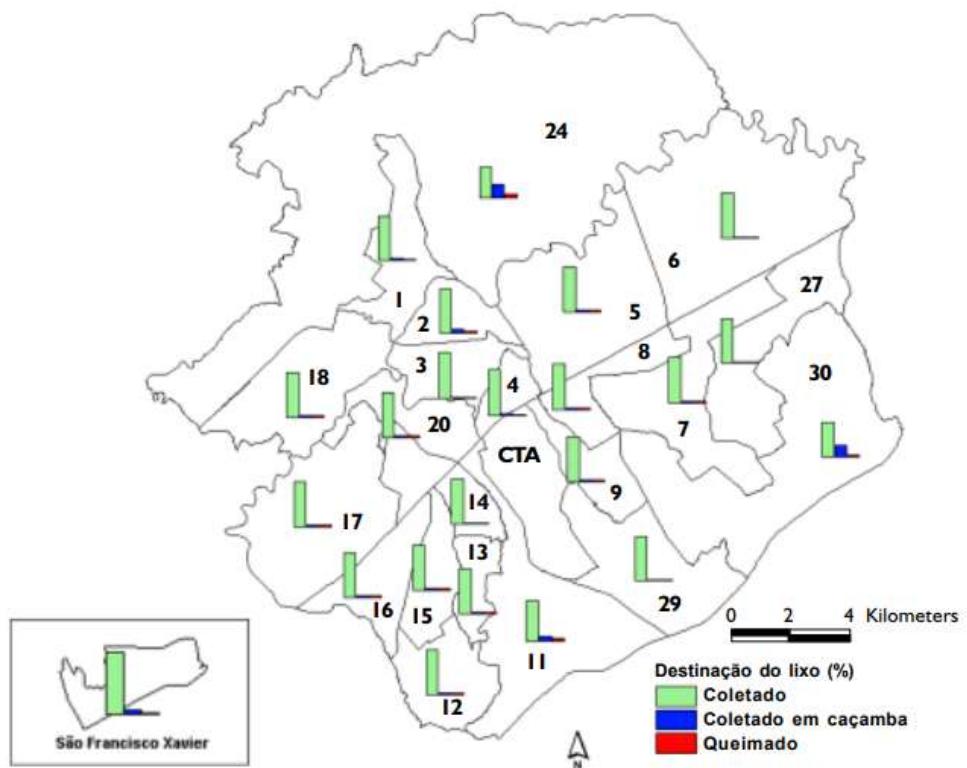
Fonte: Fonte: Pesquisa de Instrumentação do Planejamento Urbano e Avaliação do Déficit Habitacional em São José dos Campos. NEPO/UNICAMP/PMSJC, 2003

*Mapa 3: Percentagem de Domicílios Urbanos por Abastecimento de Água Setores Socioeconômicos do Município de São José dos Campos - 2003*



Fonte: Fonte: Pesquisa de Instrumentação do Planejamento Urbano e Avaliação do Déficit Habitacional em São José dos Campos. NEPO/UNICAMP/PMSJC, 2003

*Mapa 4: Percentagem de Domicílios Urbanos por Destinação do Lixo Setores Socioeconômicos do Município de São José dos Campos - 2003*



*Fonte: Fonte: Pesquisa de Instrumentação do Planejamento Urbano e Avaliação do Déficit Habitacional em São José dos Campos. NEPO/UNICAMP/PMSJC, 2003*