

Empreendedorismos, protagonismos e o governo das favelas

Renato Meirelles e Celso Athayde

Um país chamado favela: a maior pesquisa já feita sobre a favela brasileira. São Paulo: Editora Gente, 2014, 167 pp.

Mayara de Martini Cabeleira

Bacharel em Ciências Sociais pela PUC-SP e mestrandia no Programa de Estudos Pós-graduados em Ciências Sociais da PUC-SP. Pesquisadora no Nu-Sol e no Projeto Temático FAPESP *Ecopolítica*. Contato: mayarademartini@yahoo.com.

Protagonismo e empreendedorismo. Essas são palavras constantes na leitura de *Um país chamado favela*, livro que apresenta resultados de uma pesquisa que se pretende protagonista e empreendedora no nicho dos institutos especializados em favelas ao mapear as características atuais de consumo e hábitos dos moradores de favelas a fim de atrair empresários a investir nestes locais.

Juntando “técnicas de pesquisa e vida real para mostrar para o mundo o potencial oculto das favelas brasileiras” (p. 03), Renato Meirelles e Celso Athayde contaram com o apoio dos *globais* Luciano Huck e Regina Casé; do acadêmico Luis Eduardo Soares; e das grandes empresas, clientes do Instituto Data Popular, P&G, Sebrae Nacional, C&A, Vai Voando e Light, para a criação

do Instituto Data Favela, em 2013, e para a produção do 1º Fórum Nova Favela Brasileira – evento criado para fomentar o *network* entre aqueles que contribuem para o desenvolvimento de novas pesquisas no setor.

Renato Meirelles é presidente do Instituto Data Popular, agência de pesquisa voltada para o chamado *mercado emergente*, composto por consumidores das classes C, D e E no Brasil. Comunicólogo especializado em gestão de negócios, fez parte da comissão que estuda a nova classe média na Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República em 2012.

Celso Athayde é produtor cultural e agente social. Escreveu livros em parceria com o rapper MV Bill e com Luiz Eduardo Soares, que assinam, respectivamente, a

apresentação e o prefácio de *Um país chamado favela*. Athayde fundou e foi coordenador da CUFA (Central Única das Favelas) até 2013, quando deixou a organização para criar a primeira *holding*¹ focada em favelas no Brasil, a Favela Holding.

Juntos, Meirelles e Athayde assinam o livro que sistematiza e apresenta dados coletados pela pesquisa *Radiografia das Favelas Brasileiras*, realizada pelo Instituto Data Favela. O estudo foi realizado em 63 favelas de 35 cidades do país, sendo os pesquisadores os próprios moradores das favelas que foram treinados para aplicar os questionários – conduta mais ou menos disseminada por ONGs e programas de fundações, institutos e corporações que, ao tomar os moradores dessas regiões como *vulneráveis*, investem em suas inteligências através de atividades culturais e cursos profissionalizantes.

Foram os próprios jovens, tidos como potenciais infratores e *vulneráveis*

¹ Grupo de empresas que tem por objetivo investir em negócios e no desenvolvimento das favelas brasileiras. Estabelece “associações estratégicas com ‘milionário’ (...), ou seja, atores sociais capitalizados que possam multiplicar seus investimentos e, ao mesmo tempo, oferecer condições para que os membros de comunidades cresçam como gestores dos próprios negócios coligados” (p. 68).

que ali residem, que aplicaram os questionários, evidenciando aquilo que o especialista nos assistencialismos em parceria com o perito dos *negócios sociais* objetivam: governar os empreendedorismos por meio da chamada *inclusão* e da promessa de um futuro melhor. Futuro este em que os moradores das favelas, governados pelos programas há décadas, agora acreditam. De acordo com o Data Popular, 75% deles se veem na classe média em 2023; enquanto 10% esperam conquistar um posto na classe alta.

O livro registra a favela como o lugar que comanda a mudança no país e também como espaço de surgimento de novas tendências, que definem o perfil cultural dos considerados emergentes, e que repagina atividades econômicas por meio de novos padrões de consumo. Essas são as atuais características do denominado laboratório da nova economia popular e da incubação de novos negócios entendido como “berço de empreendedores”.

A análise geral mostra uma favela menos pobre e mais conectada como consequência da maior circulação de dinheiro nestas regiões. Quando indagados sobre o que acham da vida que levam, “94% dos favelados

se consideram felizes (...) 81% dos moradores gostam da comunidade em que estão fixados e 66% não estão dispostos a abandoná-la. De maneira plena ou com restrições, 62% admitem ter orgulho do local em que vivem” (pp. 29-31).

Não à toa, depara-se mais adiante com a reprodução do trecho “Eu só quero é ser feliz / Andar tranquilamente / Na favela em que nasci / E poder me orgulhar / E ter a consciência / Que o pobre tem seu lugar” (p. 123) do “Rap da felicidade”, de Cidinho e Doca – música mais cantada nas baladas frequentadas por brancos da zona sul do Rio de Janeiro do que pelos negros que residem nos morros que margeiam a cidade; e que evidencia a produção de uma conduta assujeitada por grande parte das pessoas que vivem nas regiões mais miseráveis das cidades.

Faz-se emblemática, ao longo do livro, a característica empreendedora dos moradores de favelas, tratada pelos autores como algo que passou a ser ainda mais notável nos últimos 10 anos como decorrência de uma certa ascensão social. Segundo a pesquisa, 33% da população brasileira pertencia à classe média em 2003 e, em 2013, este índice saltou para 65%. Registra-se, ainda, que tal ascensão

é tida em primeiro lugar como resultado do próprio esforço de cada um, estando Deus em segundo lugar e a família em terceiro, tornando explícito o empreendedorismo desse sujeito produtor de investimentos sobre si mesmo.

Circunscritos no interior da racionalidade neoliberal de governo, esses empreendedores de si aderem aos valores de mercado em todos os aspectos da vida social. Exercem uma conduta assujeitada e atravessada pela moralidade que responsabiliza cada um por sua condição social, o que justifica sua superação por meio de investimentos, como empreendedores de si, em capital humano. Essa é a governamentalidade neoliberal para populações que vivem em regiões periféricas e em favelas: a pobreza também passa a ser sinônimo daquilo que pode gerar lucro para *todos*.

Os autores também analisam programas sociais do Governo Federal, em especial o Programa Bolsa Família, criado durante o mandato de Luis Inácio Lula da Silva. Para tal, Meirelles e Athayde demonstram inclusão dos mais pobres no ciclo de consumo por meio do que chamam de um “exercício didático criativo”, isto é, descrever o itinerário de um bem de consumo qualquer

para mostrar a cadeia envolvida em cada real investido pelo Bolsa Família. O resultado é o aumento do Produto Interno Bruto (PIB) e o aquecimento da economia local. Entendem o Bolsa Família como um “multiplicador no ambiente das trocas econômicas. Se a poupança ‘sequestra’ dinheiro dos mercados, esse tipo de investimento social o multiplica. (...) Muitas pessoas não entendem como isso ocorre. Seria mágica? Não. Na verdade, os mais pobres, em especial os favelados, têm a necessidade de gastar mais do que outras faixas da população” (pp. 62-63). A Ação Brasil Carinhoso, programa conjunto do Brasil Sem Miséria, também é citada como impulsionadora da transferência de renda que aquece todos os setores da produção.

Créditos também são concedidos ao aumento do número de empregos formais nos últimos 10 anos, conforme exposto no seguinte trecho: “Se a proposta é desvendar os enigmas do *boom* de consumo nas favelas, parece-nos necessária uma análise sucinta acerca dos mecanismos de ascensão social e econômica dessas populações. Certamente, ganharam com os programas governamentais de redistribuição de renda. No entanto,

foram beneficiadas ainda mais com a multiplicação de empregos nos dez anos que precedem o estudo” (p. 88). A pesquisa do Data Favela aponta este fator como principal “dinamizador da economia” em decorrência da formalização profissional ter estimulado o consumo e concedido maior acesso ao microcrédito, assim como a abertura de contas bancárias – de acordo com a pesquisa, “o cidadão do morro é considerado pelos bancos um bom pagador” (p. 75). Os empreendedorismos também passam pelo acesso à dívida interminável concedida pelo microcrédito, sendo grande parte dos empreendimentos derivados de fomento de bancos comunitários que operam pelo princípio chamado de economia solidária.

Os dados recolhidos pela pesquisa também apontam que as classes médias e baixas consomem mais que as classes altas, alterando o perfil do consumidor e o marketing das empresas como um todo, o que é muitas vezes situado como uma “revolução silenciosa”, sobre a qual o Instituto Data Popular indica “caminhos para os gestores decifrarem o segredo dos emergentes” (p. 53). Acrescentam, ainda, que “a ordem tem sido aprender a língua

da ascensão e reconhecer a liturgia associada ao consumo do cortiço, da favela e dos novos bairros populares” (idem).

Fala-se muito sobre o futuro e a busca por melhores condições de vida, e os autores apostam que um futuro melhor só pode ser construído se todos olharem para as favelas: “Se pretendemos compreender o país que muda para melhor, a despeito de inúmeras pendências seculares no que tange à universalização de direitos, convém que olhemos para as favelas. Elas são fundamentais para que reconheçamos, na experiência pretérita, os erros na gestão do Estado e para que possamos, com ciência e generosidade, construir agora o Brasil do futuro” (p. 54). Um palavrório que exalta a vida nas favelas para convidar empresários de todos os lugares a investir em novos negócios nestes locais, sempre em consonância com o lema disseminado pelas mais diversas instituições globais que estabelecem, em suas cartilhas e documentos, metas infindáveis e constantemente renovadas, fundadas sob o slogan do desenvolvimento capitalista sustentável: um *futuro melhor*.

O texto incide sobre as favelas com um olhar de extremo encanto.

A miséria presente nestes lugares é tratada como barreira superada e a própria nomeação “favela”, que nos últimos anos foi sendo redimensionada para *comunidade* por variadas políticas na tentativa de retirar certa impressão pejorativa do termo, no livro é mantida. Utiliza-se tanto o termo “favela” quanto *comunidade*, mas os autores sublinham ser um equívoco substituir favela por bairro, pois entendem que “mais do que espaço, a favela é o lócus de determinada experiência” (p. 164). Nota-se que as políticas identitárias aplicadas nesses lugares, em consonância com a disseminação planetária da cultura periférica, estabelecem uma subjetividade dos moradores das favelas com os conceitos destinados a melhor governá-los e a melhor desempenhar o governo que eles mesmos exercem entre si e sobre si mesmos.

As descrições mais detalhadas e acompanhadas por depoimentos de moradores publicadas no livro tratam sempre da vida dos que vivem nas favelas do Rio de Janeiro. Nota-se que tal preferência está atravessada pela visibilidade internacional dessas áreas nos últimos anos, seja por conta dos incentivos ao turismo, seja pelos programas de urbanização

e segurança que começaram a ser implantados desde que o Brasil foi escolhido para sediar a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e as Olimpíadas em 2016.

Palavras como simplicidade e dignidade são recorrentes na reprodução destes depoimentos. Em um deles, um morador do Complexo do Alemão se mostra orgulhoso com o teleférico ali instalado em 2011 e que já virou ponto turístico da cidade; afirma que “a vista lá de cima é espetacular” (p. 57). O ir e vir se tornou mais simples segundo este morador, não só por conta do teleférico, mas em especial pela presença ostensiva da polícia que ocupa essa região com as Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) desde 2012, e pela ocupação, já em 2010, das forças armadas, utilizando homens da Brigada de Infantaria Paraquedista do Exército, blindados do Exército e da Marinha, veículos do Batalhão de Operações Especiais da PM (Bope) e agentes das polícias federal, militar e civil.

As UPPs também são tratadas como melhoria por meio da narrativa dos moradores entrevistados qualitativamente. Numa compilação dessas entrevistas, lê-se: “a vida sem tormentos de guerra origina-

se na instalação das Unidades de Polícia Pacificadora na entrada da década. Sua manutenção tem relação direta com a criação e ampliação dos negócios legais, mesmo aqueles não formais. Se as pessoas agora trabalham, comercializam e constituem renda, menos espaço sobra ao desenvolvimento das práticas infracionais” (p. 58). Por outro lado, afirmam que a estrutura comercial do tráfico permanece na favela e que “a ocupação conduziu as organizações à modernização da atividade de distribuição e venda” (p. 141).

A chegada das UPPs em algumas favelas acaba corroborando à convocação pelo investimento de empresários feita pelos autores do livro. Está em jogo a eficiência e a eficácia que a segurança, enquanto palavra de ordem, proporciona ao governar e se tornar prerrogativa para que novos serviços cheguem às favelas. De acordo com a pesquisa realizada pelo Data Favela, foi após a pacificação que muitos serviços antes informais se formalizaram, como a TV por assinatura.

No âmbito do entretenimento, a pesquisa mostra que a instalação de uma UPP acaba por paralisar algumas atividades nas favelas ocupadas,

como o baile *funk*, e sugere que, para que esses eventos não sejam interrompidos, os chamados agentes sociais constituam “uma agenda de eventos com patrocínio de empresas privadas” (p. 114), tomando como fonte de lucro até mesmo as festas que acontecem ali.

Outra questão apontada em relação à chegada das UPPs é a valorização dos imóveis e o encarecimento do custo de vida, apresentados no livro como efeitos colaterais do programa. A Rocinha, favela considera um “espaço aberto da reinvenção” por conta dos empreendedorismos estimulados em grande medida pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), apresenta os custos mais elevados. Este aumento impulsiona muitos a venderem seus barracos ou alugá-los para morarem em locais mais distantes e baratos, mascarando um alargado processo de gentrificação que é engolido pelas estatísticas referentes às supostas melhorias que ocorre nas favelas.

Durante o 1º Fórum Nova Favela Brasileira, o Sebrae “atendeu nos territórios pacificados do Rio cerca de 3 mil donos de negócios, patrocinando mais de mil formalizações de empreendimentos”

(p. 77). O incentivo para estas formalizações articula-se diretamente à arrecadação de impostos que poderá ser feita, posteriormente, pelo Estado. E o crescimento econômico nestas regiões respalda a atual presença ininterrupta das polícias e as intervenções militares.

A pesquisa mostra que há o desejo da presença do Estado por parte da população como forma de “resgate da cidadania. E isso não se faz, evidentemente, apenas com homens de farda, armados até os dentes” (p. 146). Para o “resgate da cidadania”, defendem mais intervenções estatais no campo do microcrédito, a entrada da iniciativa privada para induzir o desenvolvimento e reformas profundas na segurança pública, que privilegie a prevenção a partir de parcerias com a população e concessão de benefícios na carreira dos policiais.

Em dois momentos de *Um país chamado favela*, Meirelles se dedica a narrar a vida de Athayde enquanto um “agente da mudança” e lhe prestar elogios. Nestes relatos, afirma que Athayde “não aprendeu com Keynes ou com Amartya Sen, mas com a vida, tocando pequenos negócios no vasto universo dos excluídos e daqueles em processo de inclusão” (p. 66). Lembra os itinerários de

Athayde como mediador de conflitos² na CUFA e discorre sobre a sua insatisfação em relação à ausência de protagonismos empreendedores, o que o teria levado a construir “meios para reter o dinheiro conquistado pelos favelados e, ao mesmo tempo, empregá-lo em projetos locais de desenvolvimento” (p. 68), isto é, a criação da *startup* Favela Holding. Um de seus projetos é a construção de um shopping center no Complexo do Alemão que contará com o investimento de grandes empresários e será composto exclusivamente pela mão de obra de seus habitantes.

Um destes empresários é o apaixonado por favelas Elias Tergilene, que “celebra a atividade comercial como lugar da limpeza, da segurança e da qualidade” (p. 70). Tergilene começou a investir em shoppings comprando empreendimentos falidos e reformando-os. Atualmente, acredita que shoppings nas favelas podem substituir o tráfico de drogas e que o investimento ali dá certo, pois “na

² O mediador de conflitos exerce a mesma conduta de um policial, direta ou indiretamente, ora fazendo parcerias com Ministérios para fomentar que a instituição policial dialogue com os jovens que vivem nas favelas e periferias, ora sendo aquele que fará delações interessadas e exercerá o controle sobre a vida desses jovens.

favela comprar o original é sinal de status. (...) A pequena burguesia é que gosta de pirataria. Para o favelado, a aquisição do produto original é que faz a diferença” (p. 71).

Além disso, o empresário investe em turismo nos morros “para que as pessoas possam aproveitar a vista, tomar uma cerveja com gente simpática e experimentar o passo do samba” (idem), o que para ele resulta em novos negócios. O povo do asfalto vai ao morro e o povo do morro permanece nele, recebendo turistas. Se antes esses sujeitos eram esquecidos, abandonados ou simplesmente eliminados com a prática de segurança repressiva, agora são em grande parte convocados a participar de programas e projetos que mantêm a população dentro dos limites da favela, evitando que os indivíduos tenham a necessidade de descer ao “asfalto”, eventualmente se misturando e ameaçando constantemente a “nata” carioca.

Essas inovações no sistema capitalista colocam em cheque as políticas de inclusão pela reclusão desta população. A tendência dos programas governamentais e empresariais por meio de suas parcerias é disseminar a inclusão. Todos estão incluídos e, ao mesmo tempo, cada vez mais

cercados por projetos benevolentes que, pela promessa de um *futuro melhor*, manterão as populações que vivem nas bordas ou morros das metrópoles nos mesmos lugares. Com a construção de um shopping center dentro da própria favela, o jovem ávido por bens de consumo é incluído e, assim, realiza-se o desejo de prevenção dos *rolezinhos* que apavoraram as elites frequentadoras destes espaços lacrados que visam segurança.

Os *rolezinhos* também são mencionados no ritmo de exaltação à cultura da favela presente ao longo de todo o livro. São tratados como um movimento que retrata a ascensão social destes jovens que, organizados por meio das redes sociais, passaram a frequentar os shoppings fixados em áreas nobres da cidade. “Nos *rolezinhos* e seus precursores, os jovens pretendem avaliar os demais e, ao mesmo tempo, mostrar o que são, como são e também suas poses” (p. 106). Eis a cultura da ostentação que deseja bens de consumo e os obtém por meio de parcelas infindáveis no cartão de crédito.

Algumas páginas são destinadas para detalhar o perfil do consumidor morador de favela, desde suas preferências por variados produtos

(vestuário, eletrônicos, músicas, restaurantes, etc.), marcas e tipo de venda e publicidade que mais lhes agradam, e até suas compras que estão planejadas para serem realizadas nos próximos meses. As empresas que financiaram a pesquisa aparecem neste momento mostrando suas atividades nas favelas. Exemplo disto é a P&G, empresa que realiza um projeto de “empreendedorismo popular, fornecendo treinamento para que o morador da favela possa vender produtos da marca em áreas distantes dos pontos convencionais do comércio. (...) É assim, por meio de mediações negociadas, que a empresa conquista mercados e, ao mesmo tempo, gera ocupação e renda para os habitantes das comunidades” (p. 100).

Sobre a forma necessária à gestão das favelas para que todas as propostas expostas no livro sejam alcançadas, Meirelles e Athayde indicam que ela “precisa (...) ser respeitada, ouvida e figurar como parceira protagonista no teatro dos negócios”, e para tal precisa ser “refavela, reinventar-se, reeducar-se e reprogramar-se” (p. 81), uma vez que entendem esses territórios como fonte de oportunidades. Ainda se tratando de gestão, afirmam que o setor *F*

(de favela) da economia espera pela “redação de um novo contrato social” (p. 84). Fica claro o funcionamento de uma governamentalidade própria à racionalidade neoliberal quando as propostas de renovação se atualizam ininterruptamente de acordo com os interesses em jogo a cada momento. Se a favela passou a ter novos acessos ao consumo, ela passa a ser concomitantemente o novo alvo das parcerias privadas, públicas ou público-privadas, que objetivam restaurar esses lugares para ali estabelecerem seus negócios em conjunto com os programas de segurança.

O Estado, as empresas e organizações, tomam a favela como um corpo que precisa ser reformado, regularizado, revitalizado e não mais colocado à distância. As favelas se tornaram alvo preferencial dos mercados, dos programas de distribuição de renda, dos projetos assistenciais, das

políticas de segurança, etc., etc., etc. A população, enquanto objeto do governo, segue administrada por meio de estatísticas, intervenções, investimentos e monitoramentos que avaliam em fluxo contínuo seus hábitos, gostos, costumes e rotinas. Tudo feito com participação direta dos envolvidos e de maneira a garantir espaços de preservação de melhorias na miséria para o bom funcionamento da governamentalidade do desenvolvimento capitalista sustentável. Nos anos 1990 a favela virou comunidade; nas duas primeiras décadas do século XXI ela volta ser favela como mercado emergente, a *refavela* como a mistura que recicla o perigo em mercado moralizado e governo desde dentro. Força de lei e capacidade de capitalização: fuzil, farda e cartão de crédito como via de pacificação para incluir o que antes era alvo de abandono, assistencialismo, eliminação.