

## **Empresariado industrial e desenvolvimento socioeconômico: Estudo do discurso do empresariado calçadista paulista frente ao mundo globalizado (1995-2010)<sup>1</sup>**

Paula D'Andrea GUARALDO<sup>2</sup>

Docente da Universidade Veiga de Almeida – UVA e Centro Universitário Carioca - Unicarioca.

### **Resumo**

O objetivo foi desenvolver um estudo sobre a fração da classe empresarial brasileira composta pelo empresariado industrial calçadista. A proposta foi conhecer o discurso do empresariado calçadista paulista dos polos produtores de Franca, Birigui e Jaú, frente às questões ligadas ao desenvolvimento econômico no contexto globalizado, por meio da análise de suas manifestações públicas em veículos de comunicação voltados ao empresariado nacional sobre o período dos governos de Fernando Henrique Cardoso e Lula, entre 1995 e 2010, e de entrevistas. O foco foi o desenvolvimento de análises de sua opinião em face das políticas sociais e econômicas, principais aspectos apontados por eles para explicar o seu declínio em termos de inovação e competitividade. Constatamos que para tal empresário, o desenvolvimento não se dá de forma mais ampla, pois sua visão não vai além da dimensão local.

### **Palavras-chave**

Empresariado Calçadista; Desenvolvimento Local; Globalização; Veículos de Comunicação; Discurso.

### **Introdução**

O presente artigo traz as conclusões da tese de doutorado *Empresariado industrial e desenvolvimento socioeconômico: Estudo do discurso do empresariado calçadista paulista frente ao mundo globalizado (1995-2010)*<sup>3</sup>, fruto do estudo de uma fração da classe empresarial brasileira - o empresariado industrial calçadista. A intenção da pesquisa foi conhecer o discurso do empresariado calçadista paulista, aqui representado pelos empresários dos polos calçadistas de Franca, Birigui e Jaú, frente às questões ligadas ao desenvolvimento econômico no contexto de imersão no mundo globalizado em que se encontra. Para tanto, promovemos a análise de suas manifestações públicas em veículos de comunicação voltados ao empresariado nacional, sobre o período dos governos de Fernando Henrique Cardoso e Lula, entre 1995 e 2010, levando em consideração os acontecimentos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Pesquisa Financiada pela Fapesp.

<sup>2</sup> Doutora em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação da FCL/UNESP, e-mail: paulaguaraldo@yahoo.com.br.

<sup>3</sup> Tese defendida em julho de 2014.

do Governo Collor, que antecedeu este período (início da década de 1990), verificando se houve identidade do empresariado com políticas econômicas desses governos a partir do discurso dos atores sociais estudados.

A problemática central da pesquisa é como o empresariado do calçado paulista se relaciona com os temas que dizem respeito ao desenvolvimento econômico no mundo globalizado. Tal questionamento nos conduziu a uma série de outras perguntas como: Ele enxerga o desenvolvimento de forma mais ampla, ou seja, além da dimensão local? Como a questão do desenvolvimento econômico aparece nas manifestações públicas desse ator social? Ele pensa de forma estritamente vinculada aos seus interesses mais diretos? Ele tem consciência da importância dessa visão mais global? O empresariado calçadista consegue verbalizar questões que dizem respeito a inovações, pesquisa e desenvolvimento? Quais as suas atitudes em relação à articulação política?

Os objetivos da pesquisa foram verificar como tal empresariado se relaciona com questões macro no contexto da economia brasileira que, por sua vez, acompanha a economia globalizada corrente no mundo atual, bem como analisar o discurso do ator social proposto em relação a uma política industrial que impacta diretamente na sua capacidade de competir.

Para o desenvolvimento desta pesquisa, partimos da hipótese de que o discurso, assim como a mentalidade da fração de classe em questão, expressa concepções e valores de um tempo social pretérito, ou seja, desajustado em relação à evolução do pensamento empresarial contemporâneo, que incorpora questões específicas do mundo produtivo (inovação, pesquisa e tecnologia), mas também temas mais amplos do universo sócio-político (responsabilidade social e engajamento político). Acredita-se que o empresariado calçadista possui um discurso monolítico sempre centrado na política econômica, não se articulando a questões atuais e primordiais ao desenvolvimento, já incorporadas por frações mais dinâmicas da classe empresarial industrial não só a âmbito nacional.

Para constatar se as hipóteses se confirmam, alguns procedimentos foram utilizados. Por isso, esclarecimentos de ordem metodológica fazem-se necessários. Primeiramente, realizamos entrevistas<sup>4</sup> para a captação de opiniões acerca das particularidades do setor calçadista dos três polos calçadistas paulistas – Franca, Jaú e Birigui. Num segundo momento, nos valem de fontes da imprensa ligadas ao setor que

---

<sup>4</sup> As entrevistas foram registradas em vídeos. Vale ressaltar que os empresários autorizaram a utilização das imagens e declarações para o desenvolvimento e divulgação da pesquisa.

nos forneceram valiosos subsídios quanto à apreensão do posicionamento político e das concepções e ação dos empreendedores em seus negócios.

As entrevistas foram conduzidas por um roteiro semiestruturado. O critério para a escolha dos entrevistados foi a sua representação político-social, por isso optamos por entrevistar presidentes e ex-presidentes dos sindicatos da indústria dos polos propostos – SindiFranca, Sindical Jaú e Sinbi -, que cumpriram mandatos entre os anos de 1990 a 2010, além empresários que se destaquem ou tenham se destacado pelo engajamento político.

As fontes de pesquisa foram as entrevistas e matérias feitas com empresários do setor calçadistas das cidades de Franca, Birigui e Jaú, encontradas nos veículos de comunicação – revista *Lançamentos* e jornal *Exclusivo*<sup>5</sup> – considerados uns dos mais relevantes do setor, devido a sua grande abrangência e circulação em âmbito de Mercosul, no período de 1995 e 2010. Esses são canais pelos quais o empresariado comunica sua situação e opinião.

### **As especificidades de uma fração de classe empresarial apreendida por meio de manifestações em veículos de comunicação**

Todo o trabalho de exposição e análise de contextos desenvolvido nesta pesquisa tem como objetivo delinear o cenário no qual o sujeito estudado nessa tese, encontra-se imerso. Desta forma, julgamos que as análises especificamente voltadas para este ator social serão mais facilmente compreendidas, tendo em vista que ele traz consigo uma considerável carga histórico-social, além de aspectos socioeconômicos, que influenciaram e influenciam de forma inquestionável a sua formação, o seu posicionamento, assim como o seu discurso.

No âmbito teórico, a nossa primeira constatação foi a da atuação dos empresários fabris como força ativa a impulsionar o processo de desenvolvimento industrial. Entretanto, sem superestimar sua autonomia diante da figura de um Estado, constituiu-se como peça-chave na construção do capitalismo no país. Vinculado a esta afirmação, chamamos a atenção para o quão relevante esta categoria de indústria é no que tange à absorção de mão de obra e, conseqüentemente a geração de empregos, ou mesmo o seu papel ao longo de décadas como incremento nas exportações do país.

Oportunamente, constatamos que o apoio oficial às exportações é uma ferramenta que pode influenciar na geração de emprego e renda em determinados setores de um país,

---

<sup>5</sup> Disponíveis para pesquisa no arquivo da agência GELU Publicidade, em Franca - SP.

como é o caso do calçado - um exportador de manufaturados -, pois acaba sendo instrumento de políticas públicas, de política industrial, permitindo o fortalecimento de setores já existentes, assim como a formação de novos setores que se beneficiem com isso.

Sendo assim, é conveniente ressaltar que a demanda externa tem um papel fundamental para o desempenho de determinadas indústrias e que, em um dado momento da história foi vital para o setor calçadista como um todo. Nesse sentido, diante de um cenário de dinamismo da demanda mundial menor observado antes da crise financeira internacional, iniciada em 2008, compreendeu-se a necessidade que alguns setores privados, dentre eles o calçadista, tem de lançar mão de estratégias de promoção de exportações para um crescimento da produção industrial que cedo ou tarde acaba dependendo do mercado externo.

Por outro lado, vale salientar que as considerações acima tem validade quando se trata de intenções e perspectivas de empresários exportadores. Não se podem desconsiderar desequilíbrios que questões como a cambial causam na totalidade da economia. Assim como há setores que seriam diretamente beneficiados com estes incentivos, há setores da economia que seriam prejudicados com tais estratégias à promoção de exportações, como discutiremos mais adiante.

Tratando mais especificamente do setor calçadista brasileiro, observamos que mesmo tendo tido muitas oscilações e passado por momentos de crise, o seu desempenho exportador tem se mantido na pauta de exportações, visto que 50 anos após os primeiros programas oficiais de apoio às exportações nacionais, os dados mais recentes são sensivelmente positivos em alguns polos calçadistas.

E é justamente a sobrevivência e manutenção desta indústria no contexto hostil em que se encontra que nos intrigou e motivou para a realização da presente pesquisa.

Conforme explicitado na introdução, para o desenvolvimento desta pesquisa, partimos da hipótese de que o discurso, assim como a mentalidade da fração de classe em questão, expressa concepções e valores de um tempo social pretérito, arcaico, ou seja, desajustado em relação à evolução do pensamento empresarial contemporâneo.

Tal hipótese em parte se confirmou no desenvolvimento da pesquisa, pois constatamos que de fato o discurso do empresariado calçadista assume, em muitos momentos, as características que apontamos acima. Acrescido a isto, ficou evidente que, neste mesmo discurso, também há a naturalização de fatos que, segundo eles, colocam esta indústria em risco, como as questões cambiais que abordaremos mais adiante. Os próprios

empresários se colocam na situação de inferioridade e reafirmam isto a cada reclamação que verbalizam. Ou invés de assumirem uma postura de luta e ação efetiva, em muitos momentos eles respaldam seu discurso na vitimização da fração de classe a qual pertencem.

Em contrapartida, observamos que a relação entre a fração de classe proposta, o funcionamento e as características do processo de desenvolvimento ainda em andamento na indústria calçadista são elementos que interagem e em muitos momentos são decisivos para a manutenção desta indústria e o futuro do setor.

Prova disso são algumas declarações presentes nas entrevistas realizadas com os ex-presidentes e empresários dos Sindicatos da Indústria de Franca, Birigui e Jaú. Ao analisá-las verificamos que para além da reestruturação do setor, alguns fatores e algumas medidas podem ser cruciais para a sobrevivência de uma única empresa, ou até mesmo de um polo calçadista em sua totalidade. Um exemplo seria a relevância de se desenvolver uma marca própria, deixando de depender da terceirização da produção, no sentido de produzir calçados para outras marcas, como é caso da marca Nike.

Além disso, observamos em algumas declarações dos entrevistados que a oportunidade para um futuro de sucesso da indústria calçadista estaria no investimento em produção voltada para o varejo, ou até mesmo o investimento em lojas próprias da marca, como fez o empresário Paulo Eduardo Poloniato, ex-fabricante de calçados de Jaú, atual proprietário da rede de lojas de calçados femininos Los Angeles, que atualmente possui oito lojas em diferentes cidades.

Questões que envolvem o tema gestão das empresas também estiveram presentes no decorrer da pesquisa. A partir da compilação das informações angariadas através das entrevistas, observamos que a tendência da organização das empresas estaria centrada em uma gestão enxuta, simplificada, com produção de poucos pares por dia, redução no número de funcionários, dentre outros fatores, assim como a tendência apontada por um dos empresários entrevistados chamada de ciclo curto, que engloba uma série de providências estratégicas de gestão comercial que podem ser tomadas para se construir uma nova identidade. O ciclo curto, grosso modo, significa investir no que está dando certo com simplicidade e praticidade, com uma produção enxuta. Segundo os entrevistados Caetano Bianco Neto, atual presidente do Sindicato da Indústria de Jaú, e o ex-presidente do mesmo sindicato, Giovane de Carvalho Costa, esta realidade certamente encontrará espaço para se estabelecer nos pequenos empreendimentos, que se tornaram mais competitivos dentro do seu pequeno porte.

Embora temas como estes por vez ou outra apareçam na fala dos empresários entrevistados, eles assumem, em sua maioria, as feições de ideia embrionária que ainda não está sendo colocada em prática. Tal fato pode indicar o início de um movimento de retomada da reestruturação do setor que incidiu com mais notoriedade nesta indústria na década de 1990.

Além disso, é válido retomar problemas com mão de obra, um dos temas de considerável notoriedade em nossas análises, pois muitos dos empresários queixaram-se, em diversos aspectos, dos trabalhadores desta indústria, seja por má qualidade e falta de formação e especialização desta mão de obra, seja desinteresse em se trabalhar no setor calçadista. Além disso, outros problemas citados pelos entrevistados, como a remuneração alta, para os padrões do setor, e a oneração das folhas de pagamento.

Entretanto, alguns argumentos apresentados pelos entrevistados, quando analisados, acabam sendo contraditórios. Exemplo disso são argumentos que se anulam no decorrer das entrevistas como o do desinteresse das pessoas em se trabalhar no setor que vão de encontro às reclamações de que a remuneração do setor é alta. Será que boas condições de trabalho e boa remuneração de fato não atrairiam trabalhadores para tal indústria?

Diante do que se discutiu nos parágrafos anteriores, nossas conclusões analíticas nos conduzem para a abordagem específica dos questionamentos que foram apresentados na fase inicial de nossa pesquisa. Tais perguntas problematizaram e direcionaram o desenvolvimento deste trabalho e, neste momento de nossas reflexões, merecem atenção especial. Na medida do possível, responderemos cada uma das questões, embasando-nos nas análises desenvolvidas.

Diante das informações colhidas ao longo da realização desta pesquisa, deparamo-nos com novos questionamentos que também devem ser explicitados. Um deles diz respeito ao próprio discurso do empresário calçadista: Será que o seu discurso é realista?

Para responder aos questionamentos explicitados na problemática da pesquisa, inicialmente retomamos temas que aprofundamo-nos nos governos e políticas vigentes no período pelo qual optamos para a contextualização de nossa pesquisa, assim como os dilemas da indústria calçadista em uma conjuntura de significativas mudanças que, por sua vez, abalaram o setor calçadista em tempos de abertura econômica, comercial e inflexão liberal.

A exemplo disto expôs-se o fato dos empresários serem enfáticos na crítica acerca da abertura ou quanto à política industrial dos governos estudados. No entanto, há de se ponderar quanto ao realismo dessa crítica em face da globalização econômica, considerando, por exemplo, que elementos vitais da economia global aparecem de forma tímida nesta indústria.

Entretanto, para além da crítica explicitada no discurso dos empresários do setor, foi possível verificar que a indústria calçadista, mesmo com significativas deficiências, tem tentado acompanhar as exigências do mercado mundial para se manter na pauta das exportações. Não é à toa que, para enfrentar a concorrência, principalmente no que tange à questão dos preços, a indústria calçadista brasileira passou a praticar, ainda que timidamente, se comparado a outros setores que não os de baixa tecnologia, alguns conceitos de reestruturação e globalização.

Ainda assim, embora em muitos momentos tente reverter este cenário, essa fração de classe acaba se distanciando do pensamento do empresariado industrial brasileiro e possuem padrões comportamentais singulares, especialmente se considerarmos aspectos como competitividade, investimentos em inovação tecnológica e cooperação dentro do setor, conforme explicitado no desenvolvimento do trabalho.

Para acompanhar as exigências do mercado mundial houve a reestruturação do setor que se deu por questões de adequação aos novos rumos do mercado e por questões de afinidade com as novas tecnologias de gerenciamento e administração, o que fez com que a indústria de calçados acompanhasse em parte essas evoluções. No entanto, a gestão das indústrias calçadistas ainda parece significativamente precária, faltando claramente a inovação e evolução dos próprios conceitos, como podemos observar mais adiante tais aspectos expressos nos depoimentos colhidos nesta pesquisa.

No entanto, o complexo coureiro-calçadista nacional apresenta dificuldades próprias de um setor tradicional, com forte participação da gestão familiar e que apresenta baixa cooperação entre os integrantes da cadeia produtiva e entre produtores de uma mesma etapa da cadeia, como citado anteriormente. Porém, deficiências comprometedoras ainda são notórias, como no âmbito da maquinaria, atraso tecnológico, dependência do design estrangeiro, além de problemas relacionados às estratégias de marketing e distribuição no mercado externo.

Neste sentido, avaliamos que não é possível se falar em trabalho imaterial neste contexto que, perante outros setores, encontra-se em defasagem em termos de automação e modernização.

Após termos contato mais próximo com a indústria e o empresariado calçadista, observamos que este último, por vezes, consegue verbalizar questões que dizem respeito a inovações, pesquisa e desenvolvimento, no entanto, quando avaliamos o quanto de fato estes conceitos são colocados em prática, visualizamos um cenário consideravelmente diferente.

Prova disso foram os dados expostos no decorrer da pesquisa, apresentados por Barbosa (2006). De acordo com o autor, há na indústria calçadista pouco investimento em inovação, como por exemplo, a aquisição de novos maquinários. Isto apenas se dá quando há desgaste do equipamento em uso, inclusive adquirindo, muitas vezes, máquinas para suas fábricas em revendas de usados, como vimos em tópicos anteriores.

Outro elemento observado pelo autor que vai ao encontro do aspecto em pauta é a questão da cooperação entre os empresários do setor. Ele revela que três quartos dos empresários não veem a cooperação como fator importante para o desempenho econômico da organização e menos da metade considera a qualificação da mão-de-obra como essencial à empresa. Além disso, lembrando os números expostos anteriormente, em 80% dos casos apresentados por Barbosa (2006), não há utilização de sistemas informatizados para a concepção e manufatura do produto (CAD/CAM) e em 90% não há preocupação do empresário com a importação de matérias-primas ou insumos a custo menor ou de melhor qualidade. Diante destes dados, como podemos afirmar que os seus discursos estão em consonâncias com suas atitudes?

Outro enfoque com o qual trabalhamos foi a verificação da identificação ou não do empresariado calçadista com questões políticas e econômicas dos governos vigentes no contexto temporal proposto para a presente pesquisa.

Após análises das manifestações dos sujeitos estudados, constatamos que há, em muitos momentos, homogeneidade das opiniões dos mesmos. Vale ressaltarmos que, inclusive, houve um aspecto que foi contra as nossas expectativas quando desenvolvemos as nossas estratégias de coleta de dados. Ao desenvolvermos a nossa proposta, apostamos na realização de entrevistas com representantes sindicais do empresariado calçadista, supondo que os mesmos apresentariam um engajamento diferenciado no que tange às questões políticas relacionadas ao setor. No entanto, observamos que os discursos de tais



representantes se estruturaram de forma muito coincidente com os discursos dos demais empresários do setor.

Pelo que se pode observar nas entrevistas, assim como nas manifestações públicas dos empresários nos veículos de comunicação propostos, há muito de “ingenuidade” e “fantasia” na fala dos empresários, mesmo entre as lideranças do setor, o que certamente se dá em razão de seu perfil sociocultural.

Tais questionamentos embasam também a análise comparativa entre esta fração de classe com as demais que compõem a classe empresarial brasileira. Para que fosse possível estabelecer padrões de análise as quais propusemo-nos, embasamo-nos na compilação de informações angariadas no desenvolvimento do quadro histórico-teórico, especialmente, nos pontos em que abordamos o processo de consolidação da burguesia industrial brasileira, suas ações e engajamento, dentre outros tópicos. A partir das discussões feitas acerca da dinâmica de mobilização empresarial realizada por autores como Eli Diniz (1978, 2002, 2004, 2007), Renato Boschi (1979, 2004), Wagner Mancuso (2004, 2006, 2007), dentre outros, frente ao cenário de transformações do mundo globalizado, tivemos condições para compreender e comparar as ações da fração empresarial calçadista do estado de São Paulo no mesmo contexto.

Para a realização da citada análise e comparação, contamos com o respaldo teórico do estudioso de temas relacionados a estudos de classe e *habitus* de classe, Pierre Bourdieu (2013). Elegemos sua teoria acerca de situação de classe e posição de classe para nos auxiliar na compreensão dos fenômenos que são observáveis, quando dedicamos um olhar mais atento sobre empresariado calçadista e a sua relação com questões que emergiram juntamente com a globalização tanto em se tratando de uma visão micro, quanto em uma visão macro.

Neste sentido, iniciamos nossa reflexão acerca das classes, sob certos pontos de vista sugeridos pelo autor, como “partes” da totalidade social, e sob outras perspectivas como, “elementos”. Esta é uma análise exposta por Bourdieu (2013) em sua obra “*A economia das trocas simbólicas*” em que ele chama atenção para o fato de que, quando avaliamos as classes de ambos os pontos de vista, em graus desiguais segundo sua posição na estrutura social e segundo a estrutura social, é, pois possível estabelecer dois tipos de

proposições transistóricas e transculturais relacionando algumas características das classes sociais com sua situação e outras com sua posição na estrutura, conforme sintetiza o autor.

Não é à toa que Bourdieu (2013) sinaliza que uma classe não pode jamais ser definida apenas por sua situação e por sua posição na estrutura social, mas, pelas relações que mantém objetivamente com as outras classes sociais.

Entendido este ponto de vista do estudioso, temos subsídios suficientes para articular tal discussão teórica às análises propostas no presente trabalho, compreendendo melhor como se dão as relações da fração de classe do empresariado calçadista com a classe empresarial brasileira como um todo. Neste sentido, é esclarecedora a reflexão que Bourdieu (2013), respaldado teoricamente por Max Weber, faz acerca da relação entre o poder econômico e a situação de classe, assim como a posição de classe dos indivíduos.

[...] Ao constatar que o poder econômico puro e simples e, sobretudo ‘a força nua do dinheiro’ não constituem, necessariamente, um fundamento reconhecido do prestígio social, Max Weber **distingue a classe social enquanto um grupo de indivíduos que, por partilharem a mesma ‘situação de classe’, isto é, a mesma ‘situação de mercado’, possuem as mesmas chances típicas no mercado de bens e de trabalho, as mesmas condições de existência e de experiências pessoais, e os grupos de status [...]** (grifo nosso) (BOURDIEU, 2013, p. 14-15).

No caso da indústria calçadista, ao realizarmos nossas análises confirmamos algumas de nossas hipóteses, tendo em vista que, contrariamente ao que foi exposto pelo autor, a classe social empresarial brasileira por si só é repleta de rupturas com tais argumentos. Concomitantemente as diferentes frações desta classe não partilharem exatamente a mesma ‘situação de classe’, ou, pelas palavras do autor, a mesma ‘situação de mercado’.

Conforme nossas análises apontaram, alguns setores da classe empresarial brasileira, e aí destacamos o setor calçadista, não possuem as mesmas chances típicas no mercado de bens e de trabalho, por não se encontrarem em uma posição na hierarquia da honra e do prestígio dentro desta classe, principalmente por se tratar de uma indústria de pequeno capital e pertencente a setores industriais de baixa tecnologia. Como exemplificação, apontamos os privilégios a alguns setores, como linha branca, automóveis, dentre outros. No entanto, como avaliamos anteriormente, deve-se levar em consideração o

contexto global em que a performance e a competitividade de um país passam pelo apoio a alguns setores específicos com ênfase para aqueles intensivos em C&T.

À teoria de Bourdieu (2013) também podemos atribuir a deficiente articulação política do empresariado do setor, considerando que este, em muitos momentos explicita em sua fala a falta de representação política que seja expressiva no Congresso, embora em muitos momentos eles possam contar com instituições que estão intimamente ligadas a esta indústria, tais como ABICALÇADOS e FIESP.

Entendemos que, entre outros, fatores tais como a especificidade da indústria a qual se vincula o acesso ou não aos mecanismos de amparo disponibilizados pelo Estado, o espaço geográfico onde está estabelecida e aspectos peculiares de sua formação, são elementos significativos que devem ser levados em consideração para o estudo das formas de ação e pensamento da burguesia industrial. Observamos que o empresariado calçadista tem adotado ações reativas e adaptativas como resposta aos desafios que o desenvolvimento e a formação da sociedade de massa colocam.

Neste sentido, é perceptível que estes empresários não embasam suas ações em estratégias. Ao analisar seus discursos, concluímos que muitos deles ficam “a deriva”, fazendo uma analogia com barcos que ficam sem uma direção certa a seguir, indo para onde os ventos ou as correntes marítimas os levarem. Quando avaliamos suas falas, em muitos casos só conseguimos identificar táticas e reações adaptativas às condições positivas ou de adversidades apresentadas pelo mercado e pela economia.

Isto se reflete em mais um dos questionamentos que guiaram nossa pesquisa que, por sua vez, pautou-se no entendimento de quais seriam as atitudes dos empresários em questão acerca de sua articulação política. Este foi um dos aspectos que mais facilmente analisamos, tendo em vista que a falta de articulação e representação política esteve explícita nos discursos de praticamente todos os entrevistados, em ambas as fontes de pesquisa utilizadas.

Retomando mais um dos questionamentos explicitados anteriormente, em que abordamos a forma como os empresários calçadistas enxergam o desenvolvimento, seja socioeconômico, seja econômico-político, constatamos que a sua perspectiva não se dá de forma mais ampla. Ficou claro em nossa análise que a sua visão não vai além da dimensão local. Como citado, também deparamo-nos com a problemática da velha cultura patrimonialista que, por sua vez, embasou fortemente o discurso do empresariado calçadista

paulista. Eles têm a tendência de tratar as questões especificamente ligadas aos interesses do setor como se fossem de interesse da nação, como no caso das questões cambiais.

Ficou explícito que as questões cambiais são um dos principais problemas desta indústria, no ponto de vista dos empresários entrevistados. Mais do que prejudicar as suas exportações, os problemas cambiais atingem os empresários calçadistas que tem como foco o mercado interno que, por sua vez, acaba tendo de dividir este mercado com empresas cujo foco principal, até então, eram as exportações. Foram unanimidade as reclamações acerca deste tema. Mas esta acaba sendo uma visão muito restrita ao setor calçadista, pois há de se considerar que câmbio é instrumento de política interna e externa, não sendo prerrogativa dos exportadores.

Neste sentido, são convenientes questionamentos acerca da relação dos empresários do calçado com o Estado. Ao mesmo tempo em que a reivindicação da liberdade de mercado aparece de forma enfática no discurso do sujeito analisado, estes constantemente solicitam a intervenção do Estado nos assuntos que tangem o setor calçadista.

Tais argumentos acabam sendo um tanto quanto contraditórios e inconsistentes, visto que com poucos exemplos podemos visualizar esforços por parte do Estado para o auxílio à manutenção e desenvolvimento a polos produtores e empresas do setor. Prova disso são os desembolsos do BNDES ao setor industrial e, conseqüentemente, ao calçadista.

Em reportagem veiculada em 9 de novembro de 2010, no Portal do BNDES<sup>6</sup>, a partir de informação divulgada em entrevista coletiva concedida pelo presidente Luciano Coutinho, revelaram-se dados que apontavam que a indústria ampliou sua participação nos desembolsos do BNDES, garantindo posição de liderança nos financiamentos concedidos pelo Banco. De acordo com Coutinho, graças ao Programa de Sustentação do Investimento – PSI, criado em julho de 2009, as liberações para o setor industrial passaram de um crescimento de 21% nos sete primeiros meses de 2010, na comparação com o mesmo período do ano passado, para uma expansão de 57% no período entre agosto e outubro daquele ano<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup>Fonte: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/Sala\\_de\\_Imprensa/Noticias/2010/financas/2010\\_1109\\_desempenho.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Sala_de_Imprensa/Noticias/2010/financas/2010_1109_desempenho.html)

<sup>7</sup> Segundo reportagem, de janeiro a outubro, a indústria respondeu por 38,9% dos desembolsos do banco (R\$ 45,1 bilhões), a infraestrutura ficou com 35,7% (R\$ 41,5 bilhões), comércio e serviços ficou com 18,4% (R\$ 21,4 bilhões) e agropecuária absorveu 7% (R\$ 8,1 bilhões), o que comprova o direcionamento de mais recursos para a indústria do que para outras atividades.

Coutinho afirma que o aumento dos desembolsos à atividade industrial foi generalizado, abrangendo praticamente todos os segmentos, entre eles os mais tradicionais e intensivos em mão de obra, nos quais se enquadra a indústria calçadista.

Alguns anos antes da veiculação destes dados, no dia 1 de fevereiro de 2007, o mesmo Portal<sup>8</sup> divulgava a informação de que o vice-presidente do BNDES, Armando Mariante, e o diretor de Planejamento, Antônio Barros de Castro, anunciaram que o BNDES ampliaria para US\$ 240 milhões a linha de financiamento para setor calçadista, proveniente da dotação orçamentária do Programa de Apoio Financeiro ao Setor Calçadista. Na mesma ocasião anunciaram a prorrogação do prazo de vigência do programa para até 31 de dezembro de 2007<sup>9</sup>.

O programa, criado no âmbito da Linha de Financiamento BNDES-exim Pré-embarque, tinha por objetivo estabelecer condições competitivas de financiamento às empresas do setor, a fim de atenuar as dificuldades enfrentadas pelas exportadoras de calçados decorrentes da forte concorrência internacional. Nesse sentido, de acordo com a reportagem, o programa permitiria o financiamento em até 100% em TJLP (a Taxa de Juros de Longo Prazo do BNDES) para as empresas exportadoras de calçados, com taxa de remuneração de 2% ao ano. Ao autorizar o financiamento 100% em TJLP, o programa estendeu às grandes empresas de calçados as mesmas condições que já eram praticadas para as pequenas e médias exportadoras.

Conforme indicam Mirante e Castro, após o efetivo início do programa, em maio de 2006, até o final do mesmo ano, foram desembolsados US\$ 95 milhões em financiamentos, beneficiando 12 empresas do setor. O montante liberado pelo BNDES correspondeu a cerca de 8% das exportações brasileiras de calçados no mesmo período. A demanda pelos recursos do programa permanece ativa. Na última quinzena de dezembro de 2006 foram protocoladas no BNDES novas consultas de empresas exportadoras de calçados, no valor total de US\$ 10 milhões.

Embasados nestes fatos, verificamos a forma como tal empresariado se relaciona com questões macro no contexto da economia brasileira, que por sua vez acompanha a economia globalizada corrente no mundo atual, bem como analisamos o discurso do ator

---

<sup>8</sup>Fonte: [http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Institucional/Sala\\_de\\_Imprensa/Noticias/2007/20070201\\_no\\_t021\\_07.html](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Sala_de_Imprensa/Noticias/2007/20070201_no_t021_07.html)

<sup>9</sup> Segundo a reportagem, o programa foi criado em fevereiro de 2006, com orçamento de US\$ 70 milhões, duplicado no mesmo ano para US\$ 140 milhões, o programa tinha prazo inicial de vigência até 31 de dezembro de 2006.

social proposto em relação a uma política industrial que impacta diretamente na sua capacidade de competir, que influencia diretamente no seu posicionamento de mercado, nos seus investimentos e na sua própria capacidade de sobrevivência enquanto empresariado, considerando que seus referenciais sociais estão distantes daqueles representados pela ideia de empresariado de um modo geral.

Um dos aspectos que embasam a nossa afirmação já foi mencionado anteriormente: o custo Brasil. Mais do que nunca esta questão esteve presente no discurso dos empresários calçadistas investigados. Este conceito foi recorrente na fala dos atores sociais analisados e se mostrou como uma construção ideológica de setores que buscam liberdade para ação e diminuição de custos.

### **Considerações finais**

As considerações finais apresentadas, na verdade, devem ser avaliadas como considerações analíticas e talvez preliminares, tendo em vista que um trabalho científico quase sempre pode ser considerado inacabado. Quando abordamos os aspectos que nos propusemos, muitas vezes descobrimos que tais aspectos representam apenas parte das discussões e que, por conseguinte, novas nuances foram surgindo e se tornaram lacunas na construção de nosso conhecimento.

Com as reflexões finais da tese, respondemos à problemática central da pesquisa que consistia em saber como o empresariado do calçado paulista se relacionava com os temas que dizem respeito ao desenvolvimento econômico no mundo globalizado. Essas reflexões nos conduziram a conclusões que proporcionaram maior entendimento da percepção e ação da fração de classe representada pelo empresariado calçadista, verificando se suas percepções a respeito de sua condição e relação com o poder correspondem à realidade em que se encontra.

O estudo da construção do discurso dessa fração do empresariado nacional, que é considerada uma fração marginal, periférica e residual, nos indicou que seu discurso não consegue repercutir no cenário nacional como um todo. Isso se dá pelo fato de seu posicionamento e suas ações estarem centradas unicamente em seus interesses diretos, mais uma vez desconsiderando o âmbito empresarial e até a sociedade como um todo.

Com tais reflexões, desvendamos um pouco da forma como esse empresariado constrói a sua participação no jogo político-econômico empresarial e como ocupa o seu espaço na classe empresarial brasileira.

## Referências

BARBOSA, Agnaldo de Sousa. "Levantados do chão: trajetórias profissionais e experiência de classe do empresariado do calçado no contexto da reestruturação produtiva das últimas décadas". In: *Anais do V Workshop Empresa, Empresários e Sociedade – O Mundo Empresarial e a Questão Social*, Porto Alegre, PUC/RS, 2006. Fonte: <http://www.unifran.br/neic>.

\_\_\_\_\_. "Empresários 'no papel' (?): problemas de método e interpretação no estudo da dinâmica de agentes econômicos em um setor industrial na periferia das transformações contemporâneas". In: *Anais do IV EnEO - Encontro de Estudos Organizacionais*, Porto Alegre, ANPAD/ UFRGS, 2006. Fonte: <http://www.unifran.br/neic>.

BOSCHI, Renato Raul. *Elites Industriais e Democracia: Hegemonia Burguesa e Mudança Política no Brasil*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

DINIZ, Eli. *Empresário, Estado e Capitalismo no Brasil (1930-1945)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

\_\_\_\_\_. Empresariado e estratégias de desenvolvimento CEDEC. *Lua Nova: Revista de Cultura e Política*, nº 55-56, São Paulo, 2002.

\_\_\_\_\_. *Dossiê empresariado, economia e política. Revista Sociologia e Política UFPR*, 28, p. 7-8, jun. 2007, p. 7-8

DINIZ, Eli; BOSCHI, Renato. *Empresários, interesses e mercado: Dilemas do desenvolvimento do Brasil*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2004.

MANCUSO, Wagner Pralon. "O empresariado como ator político no Brasil: balanço da literatura e agenda de pesquisa". In: *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, nº 28, p. 131-146, jun. 2007. Fonte: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-44782007000100009&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-44782007000100009&lang=pt) acesso em 18/09/2012.

\_\_\_\_\_. "O Lobby da Indústria no Congresso Nacional: Empresariado e Política no Brasil Contemporâneo". In: *DADOS – Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, Vol. 47, no 3, 2004, pp. 505 a 547. Fonte: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0011-52582004000300003&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0011-52582004000300003&lang=pt) acesso em 18/09/2012.

MANCUSO, Wagner Pralon; OLIVEIRA, Amâncio Jorge de. "Abertura econômica, empresariado e política: os planos doméstico e internacional". In: *Lua Nova*, São Paulo, 69: 147-172, 2006. Fonte: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64452006000400007&lang=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452006000400007&lang=pt) acesso em 01/10/2012.

BOURDIEU, Pierre. *A economia das trocas simbólicas*. Introdução, organização e seleção Sergio Miceli. – São Paulo: Perspectiva, 2013. – (Coleção estudos; 20/dirigida por J. Guinsburg).