

ISSN 2318-2377



TEXTO PARA DISCUSSÃO Nº 633

**MITOPEIA DO EMPREENDEDOR:
NARRATIVA DE UM MITO CAPITALISTA**

Rafael Galvão de Almeida

Junho de 2021

Universidade Federal de Minas Gerais

Sandra Regina Goulart Almeida (Reitora)
Alessandro Fernandes Moreira (Vice-Reitor)

Faculdade de Ciências Econômicas

Hugo Eduardo Araujo da Gama Cerqueira (Diretor)
Kely César Martins de Paiva (Vice-Diretora)

Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional (Cedeplar)

Frederico Gonzaga Jayme Jr (Diretor)
Gustavo de Britto Rocha (Vice-Diretor)

Laura Rodríguez Wong (Coordenadora do Programa de Pós-graduação em Demografia)

Gilberto de Assis Libânio (Coordenador do Programa de Pós-graduação em Economia)

Adriana de Miranda-Ribeiro (Chefe do Departamento de Demografia)

Pedro Vasconcelos Maia do Amaral (Chefe do Departamento de Ciências Econômicas)

Editores da série de Textos para Discussão

Aline Souza Magalhães (Economia)
Adriana de Miranda-Ribeiro (Demografia)

Secretaria Geral do Cedeplar

Maristela Dória (Secretária-Geral)
Simone Basques Sette dos Reis (Editoração)

<http://www.cedeplar.ufmg.br>

Textos para Discussão

A série de Textos para Discussão divulga resultados preliminares de estudos desenvolvidos no âmbito do Cedeplar, com o objetivo de compartilhar ideias e obter comentários e críticas da comunidade científica antes de seu envio para publicação final. Os Textos para Discussão do Cedeplar começaram a ser publicados em 1974 e têm se destacado pela diversidade de temas e áreas de pesquisa.

Ficha catalográfica

A447m Almeida, Rafael Galvão de.
2021 Mitopeia do empreendedor: narrativa de um mito capitalista / Rafael Galvão de Almeida. - Belo Horizonte: UFMG / CEDEPLAR, 2021. 41 p. : il. - (Texto para discussão, 633) Inclui bibliografia. ISSN 2318-2377
1. Economia. 2. Empreendedorismo. 3. Mitologia. I. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional. II. Título. IV. Série.

CDD: 330

Elaborado por Rosilene Santos - CRB-6/2527

Biblioteca da FACE/UFMG. – RSS/099/2021

As opiniões contidas nesta publicação são de exclusiva responsabilidade do(s) autor(es), não exprimindo necessariamente o ponto de vista do Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional (Cedeplar), da Faculdade de Ciências Econômicas ou da Universidade Federal de Minas Gerais. É permitida a reprodução parcial deste texto e dos dados nele contidos, desde que citada a fonte. Reproduções do texto completo ou para fins comerciais são expressamente proibidas.

Opinions expressed in this paper are those of the author(s) and do not necessarily reflect views of the publishers. The reproduction of parts of this paper or data therein is allowed if properly cited. Commercial and full text reproductions are strictly forbidden.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
CENTRO DE DESENVOLVIMENTO E PLANEJAMENTO REGIONAL**

**MITOPEIA DO EMPREENDEDOR:
NARRATIVA DE UM MITO CAPITALISTA***

Rafael Galvão de Almeida

Doutor em economia pelo CEDEPLAR/UFMG.

**CEDEPLAR/FACE/UFMG
BELO HORIZONTE
2021**

* Trabalho apresentado no seminário acadêmico da UFABC, 23 de março de 2021. Agradeço à audiência, Carlos Eduardo Suprinyak, Diego Klautau, José Ricardo Fucidji e Harley Silva pelos comentários. Citações foram traduzidas pelo autor. Contato: rga1605@gmail.com.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. HERÓIS, MITOS E CULTURA POPULAR: UMA REVISÃO DA LITERATURA	9
2.1. Definição positiva de mito	9
2.2. Origens da pesquisa em mitologia.....	10
2.3. Joseph Campbell e sua influência	11
3. O FOCO INDIVIDUAL DO EMPREENDEDOR.....	14
3.1. O empreendedor como objeto de interesse de pesquisa acadêmica	14
3.2. Papel dos intelectuais públicos: Milton Friedman e Ayn Rand.....	19
3.3. O foco individual na teoria e prática	22
4. “A MENTIRA DO EMPREENDEDORISMO”	23
4.1. Justificativa para uma teoria crítica do empreendedorismo	23
4.2. Problemas estruturais	25
4.3. Heróis ilimitados? Individualismo, fantasia e fragilidade	28
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	30
REFERÊNCIAS	32

RESUMO

A literatura sobre a retórica da economia e economia da narrativa enfatiza o papel de histórias e narrativas no desenvolvimento da teoria econômica. Uma das narrativas mais conhecidas do folclore econômico é a do “herói empreendedor”, como um indivíduo que triunfa após uma jornada de adversidades, trazendo novos produtos e desenvolvimento econômico a uma comunidade. O foco individual dos empreendedores está presente nos escritos dos estudiosos do empreendedorismo e intelectuais públicos, como Joseph Schumpeter, Israel Kirzner, Fritz Redlich, Milton Friedman, Ayn Rand, entre outros. Independentemente de suas intenções, eles acabaram construindo uma mitologia do empreendedor que se manifestou na consciência popular. Utilizando a literatura da mitologia comparada e sobre as visões populares do herói, esse artigo aplica o modelo de monomito de Joseph Campbell para entender como visões populares do herói penetraram o discurso de empreendedorismo, a mitopeia (confecção de uma mitologia) do empreendedor. O artigo também analisa os problemas em potencial dessas narrativas, especialmente para a legitimação do *status quo*, como ele não representa o processo de empreendedorismo real e tem consequências potencialmente ruins para tanto empreendedores quanto o resto da sociedade, usando escritos de autores como Roland Barthes, Milton Santos, entre outros. Porém, o artigo conclui que o mito, independente de crítica ou não, permanecerá ubíquo e a narrativa do empreendedor como herói permanecerá relevante, portanto estudos futuros devem trabalhar para humanizar o empreendedor para que uma cooperação entre teoria e prática seja melhorada.

Palavras-chave: empreendedorismo, mitologia, história do empreendedorismo, heróis, economia da cultura, teoria crítica do empreendedorismo

Classificação JEL: B20, B29, Y9, Z10

ABSTRACT

Literature on the rhetoric of economics and narrative economics has emphasized the roles of stories and narratives in the development of economic theory. One of the most known narratives in economic folklore is of the “hero entrepreneur”, as an individual who triumphs after a journey of adversity, bringing new products and economic development to a community. The individual focus of entrepreneurs is present in the writings of scholars of entrepreneurship and public intellectuals, such as Joseph Schumpeter, Israel Kirzner, Fritz Redlich, Milton Friedman, Ayn Rand, among others. Whether they wanted or not, they ended up building a mythology of the entrepreneur that manifested in the popular consciousness. Using literature from comparative mythology and on the popular views of the hero, this article applies the Joseph Campbell’s monomyth model to understand how popular views of the hero penetrated the entrepreneurship discourse, the mythopoeia (confection of a mythology) of the entrepreneur. The article also analyzes the potential problems of this narratives, especially on its legitimization of the *status quo*, how it does not represent the actual entrepreneurial process, and has potential harmful consequences for both entrepreneurs and the rest of society, using authors such as Roland Barthes, Milton Santos, among others. However, the article concludes that myth, independent of critique or not, will remain ubiquitous and the narrative of the entrepreneur as a hero will remain relevant, therefore future studies should work to humanize the entrepreneur so that cooperation between theory and practice be improved.

Keywords: entrepreneurship, mythology, history of entrepreneurship, heroes, cultural economics, critical theory of entrepreneurship

Andrea: Infeliz a terra que não tem heróis!

Galileu: Não. Infeliz a terra que precisa de heróis.

Bertold Brecht, *A vida de Galileu*

1. INTRODUÇÃO

Em 2008, quando Tony Stark, interpretado por Robert Downey Jr., anunciou ao mundo “Eu sou o Homem de Ferro”, o filme *Homem de Ferro* inauguraría uma era em que filmes de super-heróis se tornariam *mainstream* na cultura popular. Onze anos depois, o filme *Vingadores: Ultimato* quebrou vários recordes e se tornou um dos filmes de maior bilheteria de todos os tempos¹. O assim chamado Universo Cinemático Marvel (MCU), que inclui todos os filmes de super-herói a partir de *Homem de Ferro* teve bilheteria conjunta de \$22,56 bilhões de dólares, desde novembro de 2020². Colocando em perspectiva, se o MCU fosse um país e sua bilheteria o PIB nominal, seria o 112º maior país do mundo³.

Se existe tamanha demanda por essas narrativas, as histórias heroicas ainda são relevantes na cultura popular. Elas criam uma nova mitologia, adaptada às sensibilidades da era atual (Silva, 2020). Isso mostra que há uma demanda econômica por esse tipo de histórias. Isso não é algo que estudantes de economia devem ignorar porque, se Alfred Marshall definiu a economia como “um estudo da humanidade nos assuntos ordinários da vida” (Marshall, 1890), então estudar como a economia se relaciona com esse fenômeno é do interesse dos economistas. Mas não é só por causa das variáveis econômicas envolvidas, porque mitos e narrativas *também* estão presentes na teoria econômica.

De acordo com Jahn (2021, p. 2), uma definição simples de narrativa é “qualquer coisa que diz ou apresenta uma história”, preenchida com uma sequência de eventos envolvendo personagens. O *homo economicus*, por exemplo, não é apenas um artifício para criar modelos econômicos formais: ele é também uma *personagem*. O *homo economicus* vive em um mundo de escassez e deve avaliar suas opções para maximizar sua satisfação enquanto minimiza os seus custos, conceitos básicos de qualquer livro-texto de microeconomia. Um modelo é uma história e as pessoas que os constroem são contadores de histórias (Gibbard, Varian, 1978; McCloskey, 1990; Morgan, 2001; Ingrao, 2018). E isso não é algo apenas das ciências sociais, porque até mesmo físicos também reconhecem a presença de narrativas em seu trabalho (Paulson et al, 2015)⁴. Embora possa parecer algo proveniente de um livro barato de autoajuda, “o mundo é feito de histórias” é um cliché com um grau de verdade.

¹ https://www.boxofficemojo.com/chart/top_lifetime_gross/?area=XWW. *Vingadores* terminou 2020 com a maior bilheteria da história, mas com o relançamento de *Avatar* (2009), de James Cameron, na China após o relaxamento do *lockdown*, *Vingadores* retornou à segunda posição em 2021.

² <https://www.statista.com/statistics/317408/highest-grossing-film-franchises-series/>.

³ <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/April/>.

⁴ Paulson et al (2015) se refere a um evento público promovido pela Academia de Ciências de Nova York sobre origens do universo e suas narrativas. Foi um evento informal, permitindo aos físicos presentes usar linguagem informal em relação à ciência. Gleisler: “O problema com a construção de uma teoria física que descreve a origem do universo é que essa também é uma das questões religiosas mais antigas do mundo. Todas as diferentes religiões do mundo, através da história, criaram narrativas da criação do universo – os mitos da criação. Existem muitos deles. Nós conhecemos alguns que são bem populares no Ocidente.” Freese: “Nós temos o melhor, o Big Bang! (risos)”; Gleisler: “Você não quer chamar ele de mito da criação, né? (risos). Isso não vai ajudar na hora de pedir uma bolsa! (p. 22). Marcelo Gleisler, Katherine Freese e Max Tegmark são físicos prestigiados, suas palavras não são meros gracejos, mas revelam algo sobre o processo subtexto da física e da ciência em geral, e sobre a ubiquidade dos mitos ou, nas palavras de Gleisler, “narrativas da criação” (p. 23).

A ideia de que a economia usa narrativas é explorada na literatura recente. Na década de 1980, o movimento da retórica da economia chamou a atenção para como argumentos são construídos na economia e como economistas usam histórias e narrativas para transmitir suas ideias (Arida, 1984; McCloskey, [1986] 1998). Na década de 2010, a disciplina de economia da narrativa (*narrative economics*) desenvolve uma literatura sobre os impactos de narrativas pessoas em decisões econômicas e na comunicação de ideias entre economistas (Michalopoulos, Xue, 2019; Sacco, 2020; Shiller, 2017; 2019; 2021).

Narrativas na economia também tomam emprestados personagens da literatura. O exemplo mais conhecido é Robinson Crusoé, que se tornou uma figura da economia neoclássica para ajudar a entender o comportamento econômico, mesmo que não tenha muita semelhança com o personagem real da novela (Söllner, 2016)⁵. Mas a razão pela qual eu escolhi abrir esse artigo com a referência a Tony Stark é porque ele não é apenas um herói, mas também um *empreendedor*.

Os autores que construíram o conceito de empreendedor na economia – Joseph Schumpeter, Israel Kirzner, Fritz Redlich, entre outros – não tinham uma personagem como Tony Stark em mente quando eles descreveram o empreendedor. De certa forma, porém, eles ajudaram a separar a figura do empreendedor como uma “personagem especial”, que é possível aplicar um papel que pode ser considerado “heroico” no sistema. Schumpeter, afinal de contos, escreveu um excerto famoso sobre como o maior desejo do empreendedor é de criar um reino privado, talvez até uma dinastia (Schumpeter, [1934] 1997, p. 98). Empreendedores são uma fonte de criação valor na sociedade (Johansen, Sørensen, 2017).

Apesar dos autores citados no parágrafo anterior serem mais ativos em redes acadêmicas, muito da narrativa do herói empreendedor foi difundida por intelectuais públicos, que se especializam em comunicar ideias acadêmicas ao “leitor comum”⁶. Entre eles, destacam-se Ayn Rand e Milton Friedman; ela por usar a ficção para comunicar suas ideias sobre o herói empreendedor, existindo evidência que ela teve efeitos performativos sobre seus leitores, e ele por comunicar as virtudes da livre iniciativa a uma audiência maior.

Assim, sendo uma personagem fictícia, Tony Stark é um dos empreendedores mais conhecidos da cultura popular. Ele é o herdeiro, gênio *playboy* das Indústrias Stark, um “Da Vinci moderno” apesar de não desenhar. Ele construiu sua armadura “numa caverna, usando sucata” (Homem de Ferro, 2009). Suas inspirações da vida real, porém, veem não só da literatura em quadrinhos da época, mas também de industrialistas da vida real, como Andrew Carnegie, que usou sua fortuna para contribuir ao mundo, através do financiamento de pesquisa e de universidades, por exemplo (Terjensen, 2010). Ao combinar os arquétipos de herói e empreendedor, Tony Stark se torna uma personagem cuja existência só é possível na era capitalista: o herói empreendedor.

⁵ Ver o volume editado por Grapard e Hewison (2011) para uma coletânea de artigos sobre o legado de Robinson Crusoé na teoria econômica.

⁶ O “leitor comum” se refere ao leitor não acadêmico que está interessado em discussões acadêmicas, mas não tem a *expertise* para se envolver de forma mais profunda. Repapis (2014) argumenta que Keynes e Hayek produziram conteúdo para ele e que, para melhorar a inteligência econômica de uma nação, economistas acadêmicos devem também se engajar com o leitor comum.

O heroísmo é um ramo recente de pesquisa científica⁷, mas a ideia de herói na cultura popular é associada com o modelo de Jornada do Herói ou monomito, de Joseph Campbell ([1949] 1989; [1969] 2018; [1988] 1991). Em resumo, Campbell busca responder à pergunta “por que histórias de povos diferentes são tão similares?” Ele identificou um padrão em muitos mitos de diferentes culturas que envolve os mesmos tropos: um herói (normalmente masculino) deixa seu lar para uma aventura, ultrapassa vários obstáculos e desafios e retorna ao lar com um tesouro e tendo amadurecido através da jornada. Apesar de que Campbell não é reconhecido por seu trabalho acadêmico, que é considerado ultrapassado na melhor das hipóteses, o modelo de monomito se tornou um modelo popular de *storytelling* devido à sua simplicidade e operacionalidade (Vogler, [1998] 2006).

Campbell aplicou seu modelo inicialmente aos mitos das sociedades pré-capitalistas, mas ele via aplicações relevantes no mundo moderno. Ele chegou a defender que na sociedade capitalista o empreendedor tem a mesma função dos heróis na antiguidade (Morong, 1994). O empreendedor é um herói? Existe uma literatura que apoia essa afirmação (K. Campbell, 2013; Laine, 2017; Morong, 1994; Pilotta, 2016; Whelan, O’Gorman, 2007). Mesmo que os estudiosos do empreendedorismo evitem essa comparação (cf. Casson [1982] 2002), isso não muda o fato de que o empreendedor é considerado uma personagem importante como um agente criativo e fundamental para o processo de desenvolvimento econômico (Naudé, 2011; Ascough, 2018).

O processo de mitopeia⁸ do empreendedor aconteceu por vários canais de influência. Esse artigo analisa como esse processo se deu por meio da história do pensamento econômico, com um foco na tradição americana, pois é a que produziu maior quantidade de literatura. Para auxiliar nessa investigação, uma abordagem interdisciplinar envolvendo história do pensamento econômico, estudos do empreendedorismo, mitologia comparada, economia da cultura, história social, teoria crítica e psicologia do trabalho foi adotada.

Uma revisão da literatura sobre mitologia será feita na seção 2, na qual ocorre não somente uma introdução das correntes de pensamento em mitologia comparada, mas também do modelo de monomito e de como ele se tornou o modelo mais conhecido de interpretação de heróis na cultura popular. Na seção 3, a história do empreendedorismo é examinada, com um foco no empreendedor como um indivíduo no pensamento acadêmico e popular, que é o que permite comparações heroicas. A seção 4 analisa críticas que podem ser feitas ao herói, ao empreendedor e ao próprio conceito de mitologia em si. A seção 5 conclui, reafirmando o fato de que mitos existem e vão continuar a existir, portanto só podemos tentar produzir mitos melhores.

⁷ Ver Allison, Goethals e Kramer (2017).

⁸ O termo “mitopeia” se refere à prática de criação de mitologias por meio de autores. Ele também pode ser traduzido como “mitopoética” como uma forma mais poética da palavra, mas linguistas preferem o primeiro termo. Neste artigo, mitopeia se refere à criação da mitologia do herói empreendedor na história do pensamento econômico.

2. HERÓIS, MITOS E CULTURA POPULAR: UMA REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Definição positiva de mito

De um ponto de vista psicológico, histórias e narrativas são importantes por causa de seu papel cognitivo. Tolkien ([1939] 1947), um dos maiores contadores de história do século XX, defendeu a importâncias das histórias porque elas elevam o espírito humano e ensinam verdades sobre o mundo; apesar de se focar em “histórias de fada” e ser uma apologia destas perante uma sociedade que as considera “baixa literatura”, seu argumento geral pode ser estendido para qualquer tipo de história fictícia. Bruno Bettelheim, em seu estudo clássico (e controverso) sobre contos de fada (Bettelheim, 1976), propôs que os contos de fada são importantes para a formação infantil porque eles auxiliam na formação dos seus primeiros modelos de interação com o mundo. Mas isso não se aplica apenas a crianças, porque histórias providenciam modelos para adultos também. Nas palavras de Oatley (2009), histórias são “simuladores de voo” para questões dificeis da vida. A respeito de histórias heroicas especificamente, Allison e Goethals (2016) argumentam que elas fornecem um espaço para discutir verdades da vida e experiências humanas e podem energizar seus leitores ao inspirar crescimento moral e psicológico. Desde que a humanidade se estabeleceu, mitos têm sido usados para comunicar essas verdades.

Portanto, é necessário dissipar a concepção errônea, mas comum de que “mitos” se referem unicamente a histórias falsas e potencialmente perigosas. Frases como “desmascarando o mito de...” são usadas em títulos de artigos para chamar a atenção do leitor. Os primeiros registros escritos da ideia de “mito como falsidade” surgiram na filosofia grega clássica, com a divisão do conhecimento entre “*mythos*” – narrativas e conhecimento popular e folclórico – e “*logos*” – análise lógica e racional, que deu origem ao método científico – através dos trabalhos de Platão, Tucídides, Evêmero, entre outros (Honko, 1972; Masse et al, 2007; Marková, 2016). Mircea Eliade (1963, p. 148), um dos fundadores da história das religiões como disciplina, escreveu que “se em todas as línguas europeias a palavra ‘mito’ denota uma ‘ficção’, é porque os gregos assim proclamaram há 25 séculos atrás.”

Mythos, porém, simplesmente não desapareceu com o avanço do *logos*. Como Honko (1972, p. 8) escreveu, “filósofos que estavam ansiosos em abolir os mitos perceberam que um vácuo é criado no momento em que a contribuição feita pelo mito à cultura é removida”. A ideia de que a ciência iria finalmente extinguir os mitos “falhou em levar em conta a retenção do mito em consequência da ciência” devido à natureza multifacetada do mito (Segal, 2021, p. 25)⁹. Enquanto que o Iluminismo concluiu que os mitos eram ou selvagens ou tolos, o Romantismo subsequente transformou os mitos em um tópico de pesquisa, ao tentar compreender seus lugares em suas respectivas culturas e na construção da identidade nacional. Alguns escritores começaram a defender que os mitos forneciam um sentido de transcendência (Masse et al, 2007). A filologia emergiu como a disciplina mais prestigiosa do século XIX e defendeu que havia uma conexão entre mitos e a linguagem e cultura de um povo. Ela prometia criar uma “teoria de tudo” das ciências humanas (Harpham, 2017).

⁹ Por exemplo, Barner-Barry e Hody (1994) analisaram a construção de mitos seculares na União Soviética e concluíram que, embora o governo soviético abraçasse o materialismo histórico, a construção da identidade soviética seguiu procedimentos míticos; Nelson (2001) analisou como a economia neoclássica ocupou o nicho deixado vago pela teologia no fim da Era Vitoriana no Reino Unido e nos Estados Unidos.

2.2. Origens da pesquisa em mitologia

A popularidade da filologia declinou no começo do século XX, mas sua abordagem de mitologia comparada ajudou a entender o mito como algo que ia além de meras histórias pré-científicas. De acordo com Masse et al (2007), quatro escolas podem ser consideradas “herdeiras” da abordagem filológica: a escolha psicológica/psicanalítica (mitos como representação da consciência), a escola sociológica (mitos como heurísticas sociais), estruturalismo antropológico (mitos como linguagem e uma forma diferente de ver o mundo) e a escola histórica (análise do impacto histórico dos mitos)¹⁰.

Existem intersecções entre as escolas. Mas a que mais influenciou a cultura popular nos conceitos de “herói” e “mito” foi a psicanalítica¹¹. As origens da escola psicanalítica estão nos escritos de Carl Gustav Jung. A abordagem de Jung à terapia se focava em como o inconsciente influencia o desenvolvimento pessoal, especialmente por meio de sonhos. Eventualmente, ele viu um elo entre as experiências pessoais e as da espécie humana como um todo, chamando isso de “inconsciente coletivo”, que, novamente, manifesta-se através de sonhos. “Isso significa que alguns sonhos podem lidar com a relação de um indivíduo com um todo maior, como a família, a humanidade universal, ou gerações humanas. As imagens de experiências universais contidas no inconsciente coletivo são chamadas de arquétipos.” (Corey, 2009, p. 80).

A ideia de Jung era de que os arquétipos também se manifestam nas sociedades. Um mito seria um sonho coletivo de uma comunidade. Assim, entender um mito seria entender o lugar de alguém na sociedade. O mito, portanto, é a forma inicial de comunicação com o “sagrado”. Para Eliade, “o mito narra uma história sagrada”, de eventos que ocorreram *in illo tempore* (“Era uma vez...”). Outros autores também concordam que a função primária do mito é relacionada aos inícios sagrados (Lévi-Strauss, 1955; 1978; Honko, 1972). A abordagem de Eliade foi uma das primeiras a fazer essa relação íntima entre mito e religião. Assim, mito é uma “história verdadeira”, no sentido que lida com a realidade sagrada, não a realidade dos eventos históricos nem com a das “histórias falsas” – fábulas e contos, que as sociedades tradicionais entendiam como fictícias. Não só isso, mas também deve se levar em conta que mitos eram contados apenas em ocasiões especiais, com reverência única. Nas suas palavras, “assim como o homem moderno considera a si mesmo ser constituído pela História, o homem das sociedades arcaicas declara que ele é o resultado de um certo número de eventos míticos.” (Eliade, 1963, p. 5).

¹⁰ Deve ser observado que existe um debate significante na história das religiões entre “particularistas” e “generalistas”. O paradigma de história das religiões favorece um *mainstream* particularista, cuja influência é Clifford Geertz, onde “a evidência não permite e, provavelmente, nunca irá permitir afirmações generalizadas sobre religiões e culturas assim como na pesquisa antropológica...no ambiente mais cético do presente, portanto, é difícil evitar a conclusão de que o futuro pertence não às teorias gerais de Durkheim ou Eliade, mas às abordagens particularistas dos discípulos de Evans-Pritchard e Geertz.” (Pals, 1999, p. 277, 282). Defendendo a abordagem generalista, Segal (2021, p. 15-22) argumenta que a abordagem particularista é arbitrária e não pode fazer comparações realmente úteis. Este debate está além do escopo do artigo e da área de competência do autor, mas eu continuarei a usar a abordagem generalista simplesmente porque os seus autores tiveram muito mais sucesso em penetrar a cultura popular e, assim, ter uma chance maior de influenciar leigos, o que inclui a maior parte dos economistas.

¹¹ O *status* da psicanálise na psicologia acadêmica é de que é uma escola heterodoxa. Apesar de ter uma rede de periódicos revisados por pares e espaços de discussão, e o tratamento psicanalítico é sancionado em vários países, a abordagem não está muito presente nos periódicos de maior circulação em psicologia e, com exceção de casos específicos, não apresenta uma taxa de sucesso grande o suficiente quando comparada com outros tratamentos (ver capítulo 1 de Corey, 2008). O documentário *O Século do Ego* (2004) analisa o declínio da psicanálise.

2.3. Joseph Campbell e sua influência

Foi Joseph Campbell que levou os conceitos da escola psicanalítica à cultural popular. Como mencionado na introdução, o modelo de monomito forneceu um modelo acessível e operacionalizável para mitologia comparada e *storytelling*. Sendo um *maverick* acadêmico, a maior parte de seus escritos eram livros e ensaios direcionados ao leitor comum. Ele abordou os mitos não como um antropólogo, mas como um crítico literário e cultural¹². Seu livro *O herói de mil faces* (Campbell, [1949] 1989) foi uma grande tentativa de sistematizar a literatura mítica de seu tempo em um único modelo.

Inspirando-se em Jung e no antropólogo-psicanalista Géza Róheim¹³, ele defendeu a ideia de que existe um “poço de experiências”, que é o inconsciente coletivo da humanidade, da qual mitos e histórias emergem. O que foi declarado como “monstruoso, irracional e não-natural” pelos primeiros mitólogos tinha um significado único “derivados das reservas de sonhos e visões” (Campbell, 1969, p. 36). Deste ponto em diante, existe um padrão em todos os mitos: uma pessoa deixa seu lar para se aventurar no desconhecido, encontra muitos obstáculos, tanto externos quanto internos, que o induzem a sobreviver e a crescer como uma pessoa, e ele retorna triunfante com um prêmio de volta ao lar para compartilhar com seus próximos, o que representa a sabedoria que ele adquiriu. Ele deu o nome a esse modelo de “Jornada do Herói” ou “monomito”.

Seguindo a distinção de Eliade entre “mitos” e “contos”, quando alguém está narrando um mito, ele está narrando uma história descomunal com a intenção de representar um triunfo psicológico.

Mesmo quando a lenda se refere a uma personagem histórica, as realidades da vitória são apresentadas, não em figurações da vida real, mas em figurações oníricas. Pois a questão não está no fato de tal e tal coisa ter sido realizada na terra. A questão é, antes de ela poder ser feita na terra, uma outra coisa, mais importante e essencial, teve de passar pelo labirinto que todos conhecemos e visitar nossos sonhos. (Campbell [1949] 1989, p. 35)

Ele afirma que os povos tradicionais não estavam interessados no “tempo do historiador”, que pode ser analisado com o método científico. O mito é um mediador, “um mesocosmo [...] pelo qual o microcosmo do indivíduo é trazido numa relação com o macrocosmo do universo”, para que a vida em si possa se transformar em um ritual vivo (Campbell, 1969, p. 129). Por essa razão o monomito é importante nesse esquema, pois ele cria um mito pessoal que permite uma jornada de crescimento. Parte do seu apelo é sua aplicabilidade, de que cada pessoa tenha o potencial de “perseguir sua bem-aventurança” (*follow your bliss*) Campbell, [1988] 1991) e se encontrarem como protagonistas de suas próprias jornadas heroicas. A falta de mitos, para ele, implica em neuroses e crises sociais (Campbell, [1949] 1989; [1988] 1991).

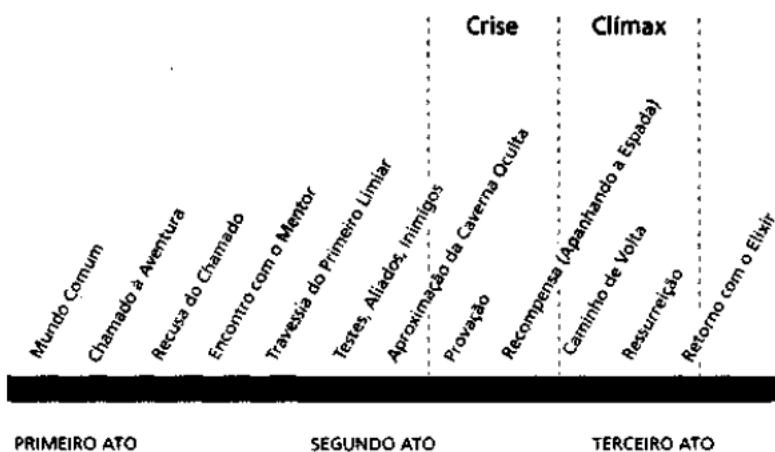
¹² Alguns autores o identificaram como um antropólogo. Estes, porém, não o consideram um bom escritor. Quando Lévi-Strauss (1955, p. 428) escreveu que “amadores” transformaram o estudo dos mitos em um “deserto”, ele pode ter tido Campbell em mente.

¹³ A influência da psicanálise nos primeiros anos da antropologia é bem conhecida na história desta ciência. Róheim e seu antropologia psicanalítica são consideradas ultrapassadas (Duarte, 2017; Groak, 2019).

Um herói vindo do mundo cotidiano se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes. (Campbell, [1949] 1989, p. 36).

O modelo pode ser sintetizado em uma figura bem conhecida.

Figura 1
Modelo de monomito, adaptado à escrita de roteiros



Fonte: Vogler ([1998] 2006, p. 36).

Cada parte da monomito está ligada ao crescimento pessoal do herói. Tudo começa com um “chamado à aventura”, que incita o aspirante a herói a deixar os confortos do mundo conhecido. Então, sua jornada começa propriamente quando o herói deixa o lar e se aventura em território desconhecido. Ali, ele recebe a ajuda de pelo menos um mentor. Mesmo assim, ele deve chegar até o seu ponto mais baixo, onde tudo parece perdido – isso é o que Campbell chamou de “Abismo” ou “a barriga do peixe”, em referência à história bíblica de Jonas. É nesse ponto que o herói recebe uma revelação, entendendo a si mesmo e seu papel na sociedade.

Deste ponto em diante, ele pode fazer a escolha certa e conquistar os obstáculos. Ele pode retornar ao lar com o Santo Graal e as bênçãos adquiridas, tanto físicas quanto espirituais. E quando termina, o ciclo pode recomeçar porque o princípio básico da mitologia é “o início no fim”. E esse modelo, ao se focar no imperecível, pode criar um “caráter eminentemente não-trágico” (Campbell, [1949] 1989, p. 264). O “estado numinoso” pode ser alcançado (Campbell, 1969). Para isso, ele distinguiu culturas xamanísticas e religiosas: culturas xamanísticas apoiam o indivíduo a encontrar a si mesmo na natureza, que seguem perfeitamente o modelo de monomito. Culturas religiosas, por outro lado, podem ter criado mais riqueza, mas perderam sua conexão com a humanidade coletiva e são a fonte principal de neuroses modernas (Campbell, 1969, p. 117-130).

Devido à sua estrutura, o monomito é incrivelmente atrativo a escritores. Quando Christopher Vogler, um roteirista da Disney, lançou seu guia (Vogler, [1998] 2006), ele argumentou que havia uma

vantagem comparativa ao utilizar o monomito. O sucesso de *Star Wars*, no qual George Lucas admitiu influência direta de Campbell, como não somente como uma franquia de filmes lucrativa, mas também como fenômeno cultural é uma indicação do potencial do modelo em produzir histórias lucrativas num mercado tão competitivo quanto o de roteiros¹⁴. Campbell pode não ter tido muito sucesso acadêmico, mas sua influência na cultura popular é relevante. Sua série de entrevistas *O poder do mito* teve 2,5 milhões de espectadores na época de estreia¹⁵. Para um leigo, até mesmo com formação superior em economia, existem mais chances de se informar sobre mitologia através dos escritos de Campbell do que pesquisadores acadêmicos¹⁶.

No mundo moderno e “desencantado”, Campbell viu artistas e poetas como os novos xamãs, porque eles que chamam a atenção a essas verdades. A arte deve ser usada para elevar o espírito humano (Flaherty, 1988). Nesse modelo, ele considerou que qualquer um que persegue sua bem-aventurança como uma pessoa digna. Autores o posicionam como um escritor de autoajuda esotérica (Rensma, 2009, p. 203-205), profundamente influenciado pelo individualismo americano (Sandler, Reeck, 1981; Elwood, 1999) e como um simpatizante da escola Tradicionalista¹⁷ (Nicholson, 2011). Apesar de sua predileção por artistas, ele viu um outro grupo similar aos xamãs: os empreendedores.

Eu acho é assim que ocorre em qualquer aventura, incluindo no mundo dos negócios, o homem que tem a ideia de um novo presente [...] à sociedade e ele está disposto a se arriscar. Então os trabalhadores veem e reclamam que foram eles que fizeram isso. Então ele (o empreendedor) não pode cumprir seu papel. É um conflito grotesco, eu acho, entre segurança e as ideias criativas. O empreendedor é um criador, ele está correndo um risco [...] eu acho que ele é [o herói criativo na sociedade capitalista americana], isto é, o [empreendedor] *verdadeiro*. A maioria das pessoas vai para atividades econômicas não para se arriscarem, mas por segurança (“Call of the Hero, with Joseph Campbell interviewed by Michael Toms”, rádio KQED, fita #1901 *apud* Morong, 1994, p. 380, ênfase adicionada).

Para Campbell, o *verdadeiro* empreendedor, aquele que entra numa jornada por causa dos seus ideais, não por causa de estabilidade financeira, é tanto um “xamã moderno” quanto o artista. A partir deste ponto, podemos ver que é possível aplicar a jornada do herói à jornada do empreendedor.

¹⁴ De acordo com um veterano da indústria, apenas uma percentagem muito pequena, da ordem de 0,1% dos roteiros escritos viram filmes finalizados e mesmo os bem-sucedidos passam por dezenas de edições. (Mandell, 2017).

¹⁵ *O poder do mito* deve ser usado com mais cautela do que seus outros escritos. Como Gorman (2014, p. 87) lembrou, ele tem “tensões irreconciliáveis e reducionismo demais” e deve ser tratado como um texto de filosofia *pop*. Porém, ele tem o mérito de apresentar as ideias de Campbell sem filtro.

¹⁶ Mahoney e Nickerson (2021) aplicaram o monomito a Oliver Williamson, um dos pais da nova economia institucional, ao retratar sua trajetória como uma conquista heroica em Williamson triunfantemente dá novos *insights* para entender o mundo. Eles não consideraram os problemas do modelo.

¹⁷ Sobre a escola Tradicionalista e sua influência, ver Teitelbaum (2020).

3. O FOCO INDIVIDUAL DO EMPREENDEDOR

3.1. O empreendedor como objeto de interesse de pesquisa acadêmica

Num primeiro momento, parece que o herói campbelliano e o *homo economicus* pertencem a mundos completamente diferentes. O monomito é um processo com passos definidos, enquanto que os modelos econômicos normalmente se focam em partes específicas para dizer algo sobre a economia (Gibbard, Varian, 1978). Mas ambos têm o mesmo foco no indivíduo. Assim como a teoria da escolha racional, o modelo de monomito tem a virtude de ser simples e aplicável. Se seguirmos a definição proposta por Basu (2008) de que o individualismo metodológico não é o mesmo que atomismo, mas, ao invés disso, modela o indivíduo fazendo ações propositais, a fim de entender conceitos sociais e não-individuais que permitem a personificação do grupo, então o herói do monomito se aparenta ainda mais com o *homo economicus*.

De fato, os primeiros estudos sobre o herói se focaram no seu caráter único e individual. Escrevendo na década de 1840, Thomas Carlyle argumentou que a história dos mitos e das religiões é a história da adoração de figuras heroicas. Culturas inteiras são inspiradas pelas ações de “Grandes Homens”.

A História Universal, a história do que os homens alcançaram nesse mundo é, no fim, a História dos Grandes Homens que agiram aqui. Eles foram líderes dos homens; os modeladores, criadores de padrões e, num sentido amplo, criadores de tudo que as massas de homens e propuseram a fazer e obter. (Carlyle [1841], 2001, p. 5).

Apesar de refletir o individualismo britânico do século XIX, Carlyle, que também era um historiador que escreveu bastante sobre a Revolução Francesa, propôs um paradigma para interpretar não somente mito, mas também a história em si. (Andrade, 2006). Peter Burke (2001) argumentou que esse paradigma, que ele atribuiu à Leopold Ranke, fez com que a pesquisa histórica se concentrasse nos atos dos “Grandes Homens”. Isso só começou a mudar após a Segunda Guerra Mundial, abrindo a pesquisa histórica aos grupos e povos marginalizados¹⁸. Porém outras disciplinas tinham o foco individual, como Weber e o líder carismático na sociologia¹⁹ e o *übermensch* de Nietzsche na filosofia²⁰.

¹⁸ Burke (2001, p. 4) conta a seguinte anedota: “Na década de 1950, quando um historiador britânico escreveu uma tese sobre um movimento popular na Revolução Francesa, um dos membros da sua banca perguntou, ‘por que você se importa com esses bandidos?’”

¹⁹ De acordo com Joose (2014), Weber foi influenciado por Carlyle e sua teoria de “Grandes Homens”.

²⁰ Nietzsche pode ser uma conexão entre Campbell e os estudiosos de empreendedorismo. Campbell absorveu o pensamento romântico alemão durante sua estadia na Europa (Elwood, 1999; Rensma, 2009), especialmente Nietzsche, a quem ele atribuiu grande influência (Campbell, 1991, p. 38). Em economia, enquanto que alguns autores defendem que a influência de Nietzsche é insignificante (Senn, 2006; Linarelli, 2008), outros argumentam que ele influenciou Werner Sombart e várias figuras da escola histórica alemã (Reinert, Reinert, 2006), Schumpeter (Santarelli, Pesciarelli, 1990) e Hayek e Mises (Robin, 2015). De acordo com Maciò (2019), Nietzsche influenciou as ideias de economia do bem-estar de Pigou. Ele também influenciou profundamente Ayn Rand, cujos livros ela “devorava” (Burns, 2009, p. 16). Nietzsche teria auxiliado a retratar a destruição criativa como algo positivo. Domenico Losurdo considera que Nietzsche teve uma grande influência no pensamento liberal ao mesmo tempo que defendeu uma sociedade hierárquica, em que a elite criadora (e *empreendedora*) deve ser livre para criar, tomando a sociedade de castas indiana como um exemplo a ser seguido, pois mantinha os seus menos afortunados em linha para que eles não se insurgissem contra a classe criadora (Losurdo, [2002] 2019; Tutt, 2019). Nas palavras de Hexham (2020, p. 2), “Losurdo demonstra que a escravidão está no núcleo da obra de Nietzsche, não como uma metáfora simbólica, mas como uma realidade social que deve ser preservada a todos os custos.”

O individualismo está na base do modelo de monomito. Quando perguntado sobre a ubiquidade os heróis individuais nos mitos, Campbell ([1988] 1991, p. 137) respondeu, “porque é sobre isso que vale a pena escrever”. Já que aulas de microeconomia começam com o agente econômico racional e seu problema de maximização e a macroeconomia enfatiza seus microfundamentos, isso pode ser algo que economistas teriam pouca resistência para concordar. Ambos os métodos compartilham da ideia de individualismo metodológico na qual apenas indivíduos podem fazer escolhas.

O foco individual também está presente em como os cientistas sociais entendem o empreendedor. Assim como os mitos, empreendedores são estudados por uma série de cientistas com diferentes focos. Psicólogos e economistas se focam nas características individuais, enquanto que sociólogos se focam nas características sociais, e administradores em ambas (Tabela 1).

TABELA 1
Como diferentes disciplinas estudam o empreendedor

Correntes principais	Temas de investigação	Problema a ser analisado
Psicologia	Características do empreendedor e do processo empresarial	Causas (por que)
Sociologia	Características e origens sociais e culturais	Causas (por que)
Economia	Relações entre os retornos econômicos e o espírito empreendedor	Efeitos (quais)
Administração	Habilidades, gerenciamento e crescimento dos empreendedores e suas companhias	Comportamentos (como)

Fonte: Téran-Yepez, Guerrero-Mora (2020).

Pesquisas sobre a história do empreendedorismo identificam Richard Cantillon como o primeiro economista político a entender a importância do empreendedor para um sistema econômico (Casson, [1982] 2002; Gopakumar, 1995; Grebel, 2004; Hébert, Link, 2006; Murphy et al, 2006). O estudo do empreendedor, porém, tornou-se secundário com o advento do marginalismo e foi ignorado durante a era Keynesiana do pós-guerra. William Baumol (1968, p. 64) escreveu que o empreendedor “desapareceu da literatura teórica”. Até mesmo nos Estados Unidos, de onde provém a maior parte da literatura, por um bom tempo prevaleceu a ideia de que os grandes empreendedores eram *robber barons*,

um conceito da Era Dourada Americana (1870-1900) que os via como perturbadores do lar americano com sua cobiça e destruição criadora e foram vistos como vilões (Redlich, 1953b; White, 2017). Mas houve uma mudança e empreendedores passaram a ser vistos como pessoas importantes para o processo de desenvolvimento e, até mesmo, heróis. Dado que o papel do empreendedor é considerado vital hoje em dia, é intrigante como essa percepção evolui. Muitas vezes, o empreendedor é mais um fantasma no modelo: existe algo movendo a economia modelada, mas que nunca é visto como ele faz isso exatamente, devido às abstrações. E, apesar disso, variações do *slogan* “somos todos empreendedores” têm sido usadas *ad nauseam*.

Ländstrom (2020) localiza o início do empreendedorismo como disciplina com a fundação do Harvard Research Center in Entrepreneurial History em Harvard, em 1948. O centro foi fundado com o patrocínio do milionário Arthur H. Cole e atraiu vários pesquisadores talentosos, como Joseph Schumpeter, Fritz Redlich, Douglass North, Thomas Cochran, entre outros. Eles estabeleceram o periódico *Explorations in Entrepreneurial History*. O centro foi uma iniciativa conjunta dos departamentos de economia e de administração de Harvard (Fredona, Reinert, 2017). Apesar do centro ter cessado suas atividades em 1958, ele ajudou a estabelecer o empreendedorismo como um campo de estudo científico. Porém, o empreendedorismo ficou relegado a outras disciplinas (Ländstrom, 2020) e à economia heterodoxa (Redlich, 1957; Kirzner, [1973] 1986).

Dos economistas que sustentaram a pesquisa sobre empreendedorismo, não existe autor mais célebre do que Joseph Schumpeter. Ele foi um dos primeiros a separar o empreendedor do mero gestor, como um agente ativo do desenvolvimento econômico em *A teoria do desenvolvimento econômico* (Schumpeter, [1911] 2003, [1934] 1997). É bem conhecida sua afirmação de que o empreendedor é peça fundamental do processo de desenvolvimento econômico, porque ele é capaz de “levar a cabo” novas combinações produtivas, que é a fonte do dinamismo econômico (Schumpeter, [1934] 1997, p. 86). Nesse processo, a destruição criadora como uma forma de competição entre inovações (Schumpeter, [1943] 2003, p. 81-87). Porém, deve se observar que há uma diferença no tratamento do empreendedor entre a primeira e a segunda edições do seu livro²¹.

Schumpeter coloca o foco no agente individual de modo mais claro na primeira edição. Ele ainda retrata o indivíduo empreendedor como um agente econômico fundamentalmente diferente de outros (Schumpeter, [1911] 2003, p. 64) e retrata o sistema econômico como algo mais holístico. Ele recorre a outras disciplinas, como psicologia, demografia e sociologia de forma mais constante do que na segunda edição. Embora o objetivo do empreendedor seja subir de classe social, conquistar e se comprazer com suas conquistas (Schumpeter, [1934] 1997, p. 98-99), na primeira edição Schumpeter descreve como o empreendedor molda a vida social de uma sociedade através do ganho político e social:

²¹ A tradução brasileira é baseada na segunda edição. A segunda edição foi editada para se adequar a um público americano, mais em tom com a teoria neoclássica que ele via como o futuro da economia e com a visão americana do empresário da década de 1930.

Arte e literatura – toda a vida social, enfim – responde a ele, assim como na Idade Média respondeu à influência do cavaleiro. Se eles celebram ou se opõem a ele, de qualquer forma eles se preocupam com seu tipo de personalidade e com as circunstâncias que ele criou. A vida social se adapta às suas necessidades e direções. As propriedades de suas circunstâncias de vida ganham uma validade geral. Entre outras coisas, uma nova valorização da atividade econômica assim emerge[...] O que é valorizado pelos líderes sempre se torna um desejo das massas. (Schumpeter, [1911] 2003, p. 99).

O leitor pode ver uma semelhança com a teoria dos Grandes Homens de Carlyle. Santarelli e Pesciarelli (1990) e Reinert e Reinert (2006) argumentam que Schumpeter teve influência do Romantismo alemão e de Nietzsche em particular. De acordo com a biografia de Allen (1991, p. 47), ele sempre se preocupou equilibrar o seu romantismo pessoal com fatos e lógica. Reinert e Reinert (2006) também argumentam que o conceito de destruição criadora, apropriado por Schumpeter, já estava presente no pensamento alemão desde o século XVIII. Apesar disso, Schumpeter teve uma visão pessimista do processo inovação. Na segunda edição, ele enfatizou o caráter temporário da função do empreendedor (Schumpeter, [1934] 1997, p. 86), como se fosse um xamã possuído por um espírito criativo por um momento, tornando-se um proprietário ou rentista após isso. Suas referências sobre como ele molda a cultura ao seu redor são em grande parte suprimidas ou deixadas para o subtexto.

Por fim, em *Capitalismo, Socialismo e Democracia*, Schumpeter tem uma visão melancólica do fim do capitalismo, causado pelo seu próprio processo de burocratização em que o empreendedor se torna uma figura fantasma e o processo de inovação se torna rotina, feito por “times de especialistas treinados para fazer funcionar de maneiras previsíveis” (Schumpeter, [1943] 2003, p. 132). No dizer de Campbell ([1988] 1991, p. 33), o processo de inovação é esmagado pela “máquina” que construiu, torna-se um servo desta, ao invés de servir à humanidade. O processo perde o valor narrativo e, sem essas figuras capitalistas, o capitalismo dá lugar ao socialismo.

Kirzner difere de Schumpeter ao argumentar que o empreendedor tem uma função especial no sistema econômico – conciliar oferta com demanda²². Tal processo só pode ser realizado apenas se os empreendedores forem deixados para agir livremente para descobrir que demandas não estão sendo preenchidas. Sua narrativa descreve uma economia na qual “todos os participantes são de fato *incapazes* de aprender com sua experiência de mercado”, pagam preços que não refletem suas características, eles precisam de “forasteiros[...] que são capazes de perceber oportunidades para lucros empresariais”. Ao perceber essas oportunidades, eles espalham informação na economia, o que faz com que os preços alcancem um preço melhor, tanto para produtores quanto consumidores (Kirzner, [1973] 1986, p. 16-18).

A narrativa de Kirzner comunica seu modelo de forma simples e direta a mensagem de que “o processo competitivo de mercado é essencialmente empresarial” (*ibid.*, p. 18). É, portanto, uma das construções retóricas mais efetivas já produzidas na economia. Aplicando-se o modelo de monomito, o empreendedor é alguém que já completou sua jornada e traz o “Graal” e a sua sabedoria para um povo

²² Kirzner não vê diferenças fundamentais entre sua obra e a de Schumpeter, por que o empreendedor schumpeteriano também responde aos alertas do mercado. Eles apenas tiveram ênfases diferentes (Kirzner, 2006, p. 150).

– neste caso, o “casamento” entre oferta e demanda. A atratividade do seu pensamento auxiliou estudos em empreendedorismo, fazendo com que não apenas economistas, especialmente administradores, ficassem interessados em tópicos de empreendedorismo, assim criando uma tradição de pesquisa (Douhan et al, 2007; Casonato, Angeli, 2019).

Apesar de não ser muito estudado recentemente, as ideias de Fritz Redlich sobre empreendedorismo também são relevantes por seu foco em história das empresas e por ter sido um dos últimos estudantes diretos da antiga escola histórica alemã. Redlich foi companheiro de Schumpeter em Harvard e foi um dos principais historiadores econômicos de seu tempo, além de ter ajudado a estabelecer a história de empresas como uma disciplina acadêmica. Sua principal contribuição está na ideia de “empreendedor daimônico²³” (Redlich, 1953a,b). Considerando o exemplo dos *robber barons*, Redlich argumenta que eles detinham poder tanto para criar quanto para destruir e que existem poucas coisas que a economia pode criar sem envolver algum tipo de destruição. O processo de empreendedorismo passa por sete fases: “competição, estimulação, esforço, conquista, sucesso e grande empresa” e termina com a autodestruição do empreendedor (Redlich, 1953b, p. 292). O sucesso do empreendedor é também sua destruição, pois o poder acumulado durante é utilizado para prejudicar o funcionamento da economia, quer queira o empreendedor ou não. Isso faz com que haja uma reação da sociedade, que se insurge contra a destruição causada pelo processo de criação por ter criado tanta insegurança (*ibid.* p. 296). Nas palavras de Poettinger (2018, p. 25), “o que antes era uma sociedade livre governada por uma competição saudável se torna uma sociedade dominada pela competição de agregações de poder, destruindo o estímulo que levo ao desenvolvimento e eficiência econômica em primeiro lugar.”

A solução para Redlich envolve estabelecer relações melhores entre empregados e empregadores e cultivar uma atitude inovadora. Apesar de compartilhar uma visão pessimista do capitalismo com Schumpeter, ele critica a sua resignação sobre inovação, ao afirmar que o empreendedor criativo se torna um “diplomata” (Redlich, 1953b, p. 296) na sua tarefa de organizar os meios de produção. O progresso econômico é seu objetivo e a inovação, tanto tecnológica quanto cultural, entre outras, é o meio de fazer com que ele seja criado. Só assim, o ciclo vicioso da autodestruição daimônica pode ser quebrado.

Dentre os autores citados, Redlich é o que mais se aparenta com Campbell e os mitólogos citados na seção anterior devido à influência direta do Romantismo e do Impressionismo alemão²⁴ (Poettinger, 2018) e também porque Redlich tinha um interesse em misticismo (Arcand, 1981, p. 220). A sua teoria admite uma visão cíclica da história. Assim como Campbell, ele estava interessado em encontrar uma solução não-trágica para um problema profundamente trágico que era a autodestruição do empreendedor e que envolvia criar um ciclo virtuoso de reinvenção. Apesar de ele fazer uma distinção entre o “empreendedor” como tipo ideal, o “empresário” como tipo real e o “homem de negócios” como o tipo empírico ou histórico (Redlich, 1957), o foco individual de Redlich é claro. Ele conclui:

²³ Redlich tomou emprestado o termo do teólogo Paul Tillich. Redlich (1953a, p. 163) observa que o termo foi incorretamente traduzido como “demoníaco”. O sentido que se refere é ao conceito de “daímon” da filosofia grega, que se refere à parte divina dos seres. Ver Spinelli (2006) para um tratamento mais aprofundado da questão.

²⁴ Ele escreveu, “Do Impressionismo veio minha preferência pela aristocracia” (Redlich, Fritz, “Ein Leben für die Forschung”, 1964, *apud* Poettinger, 2018, p. 6).

“É suficiente dizer que [...] toda pesquisa empreendedora é baseada na hipótese, implícita ou explícita da importância na vida econômica e história econômica do *elemento pessoal*, um elemento que economistas clássicos de ontem não perceberam e os teóricos matemáticos de hoje ignoram.” (Redlich, 1957, p. 64, ênfase adicionada).

E assim, o estudo do empreendedorismo foi ignorado por um bom tempo.

3.2. Papel dos intelectuais públicos: Milton Friedman e Ayn Rand

A situação mudou durante a década de 1980, com uma profunda mudança na economia e na teoria econômica. A crise do petróleo na década anterior exauriu o modelo keynesiano de grandes investimentos públicos e o estado de bem-estar social. A teoria econômica passou a favorecer cada vez menos a intervenção estatal na economia (Backhouse, 2009). A eleição dos governos Reagan nos Estados Unidos e Thatcher no Reino Unido também marcou uma mudança nas atitudes populares em relação à política, com um movimento maior na direção de um entendimento mais individualista de nação (Mollon Neto, 2010).

Neste momento, campo foi definitivamente estabelecido como uma disciplina científica. Periódicos e conferências se proliferaram (Ländstrom, 2020). Harwood (1979) argumentou que a opinião pública se tornou favorável aos empreendedores e que os cientistas estavam descobrindo que pequenos empreendedores poderiam ultrapassar companhias estabelecidas em vários aspectos²⁵. Escolas de administração criavam laboratórios de empreendedorismo, na tentativa de descobrir empiricamente as características de um projeto bem-sucedido.

A partir deste ponto, a associação entre empreendedorismo e livre-iniciativa começou a ficar mais próxima, até ficar inseparável da retórica política de mercado livre. Intelectuais públicos também tiveram um papel importante para promover a ideologia de mercado livre e, consequentemente, o empreendedorismo. Nomes como Friedrich Hayek, Milton Friedman, Ayn Rand, Thomas Sowell e Peter Bauer viraram referência. Friedman (1962, p. 13) propagou o individualismo dizer que a economia é uma “coleção de Robinsons Crusoés”. Neris e Fucidji (2021, p. 201) argumentaram que a escolha de palavras foi intencional porque comunica e conecta uma ideia acadêmica (microfundamentos) ao debate público sobre políticas econômicas. E Friedman vicejava no debate público.

Seus trabalhos *Capitalismo e Liberdade* (Friedman, 1962) e *Livre para escolher* (Friedman, Friedman, 1980) introduziram o público às virtudes do mercado livre ao enfatizar a liberdade de iniciativa como um “presente” do liberalismo de mercado livre à sociedade. Burgin (2012) considerou que ele era o profeta da Era Reagan da mesma forma que Keynes foi o profeta da década de 1930. Friedman combinou treinamento acadêmico com um dom de falar para grandes auditórios. Ele tinha uma propensão mordaz no seu discurso. Numa audiência judaica, ele enfatizou que, contrário ao estereótipo dos judeus, “não existe nada de errado em ser avarento” (Vallois, Chassonery-Zaïgouche, 2021).

²⁵ Isso criou uma identificação entre o empreendedor e o dono de um pequeno comércio. Apesar de que suas funções podem se sobrepor, a literatura entende que eles são entidades diferentes (Carland et al, 1984). Apesar de tecnicamente incorreta, essa identificação permitiu ao empreendedorismo se desvincilar da imagem de *robber barons*.

Porém, sua defesa mais importante das virtudes do mercado livre e da livre iniciativa foi “A responsabilidade social da empresa é aumentar seus lucros” (Friedman, 1970). Publicado no *New York Times*, seu título não poderia ser mais direto. Ele defendeu o egoísmo esclarecido dos empreendedores e CEOs contra as demandas populares de que eles levassem em conta problemas sociais. Empreendedores, ao invés disso, devem ser focar em maximizar lucros de longo prazo porque é o melhor que eles podem fazer para a sociedade. Quando eles se envolvem com problemas políticos ou sociais que não despertam o interesse dos seus acionistas, eles só estariam condenando não só os acionistas, mas todo o resto da população a lucros de longo prazo menores e um desenvolvimento menor. O artigo foi publicado há 50 anos e ainda é discutido (Zingales, Kasperkevic, Schechter, 2021)²⁶. *The Economist* (2021) ainda o considera como o pensamento “dominante” e relevante para atualidade. Como já demonstrou Redlich (1953a, p. 171), a ideia de que, se existe uma tendência ao equilíbrio econômico, o empreendedor não precisa “sentir responsabilidades sociais por suas ações”, não é nova, pois está presente desde o século XVIII. Friedman foi capaz de comunicar de forma clara e chamativa à audiência moderna, por isso seu ensaio é tão importante.

Friedman, porém, não foi o escritor mais polêmico a elevar o empreendedor como herói (apesar de que ele nunca usou o termo “herói” em si) e o interesse próprio como virtude. Este título pertence à escritora Ayn Rand. Qualquer um que reconhece seu nome quando mencionado ou ficará feliz ou sentirá asco. Mas, apesar de sua personalidade tempestuosa – ou talvez *por causa* desta – ela influenciou uma geração de empreendedores através de seus escritos.

Sua vida foi tema de algumas biografias e análises (Burns, 2009; Heller, 2009; Duggan, 2019; Kizilov, Nikiforova, 2020) e, de fato, ela alcançou uma condição rara para um escritor: é quase impossível permanecer neutro perante suas ideias. Burns (2009, p. 1) abre sua biografia acadêmica de Rand (aptamente intitulada *A deusa do mercado*) escrevendo que “Rand permanece envolvida em mistério. Em 2008 apenas, as vendas combinadas de suas novelas [nos Estados Unidos] ultrapassaram 800 mil unidades, uma figura impressionante para livros publicados há mais de 50 anos atrás”.

Apesar de ter escrito várias obras de não-ficção expondo sua doutrina do objetivismo – que defende o egoísmo iluminado e lógica sem concessões, denunciando os males do altruísmo e coletivismo – Rand exerceu sua influência por meio de suas obras de ficção. Os heróis de seus livros são porta-vozes para suas ideias e os vilões são caricaturas de seus inimigos e dos que se recusam a ouvi-la.

Ela já era uma figura controversa quando publicou *A nascente* (1943), que conta a história do arquiteto Howard Roark, um homem que se recusou a aquiescer às normas da sociedade. Roark era o tipo ideal de homem para Rand: confiante, não considerava a arrogância uma fraqueza, visionário, romântico, porém capaz de controlar suas emoções e, acima de tudo, produtivo. Ele se rebelou contra um sistema que exigia que ele se submetesse. O livro teve sucesso com donos de pequenos negócios, que se tornariam alguns dos seus fãs mais leais. O grupo lobista *National Small Business Men's Association*, que representava donos de pequenos negócios, deu seu apoio à distribuição de *A nascente* (Burns, 2009, p. 70).

²⁶ Apesar de não ser um artigo publicado em um periódico revisado por pares, ele tinha mais de 23 mil citações no Google Scholar em junho de 2021.

Porém, seu livro mais famoso foi *A revolta de Atlas* (1957)²⁷. De muitas maneiras, ele representa a evolução final do pensamento de Rand. Ela já tinha um público estabelecido de leitores e um círculo íntimo de discípulos que aguardavam ansiosamente a sua publicação. *A revolta de Atlas* segue a perspectiva dos empreendedores Dagny Taggart e Hank Reader que descobrem que a classe produtiva entrou em greve não só contra as regulamentações draconianas do governo americano, mas também por um mundo melhor, de heróis que não devem nada a ninguém. Os grevistas são liderados pelo misterioso John Galt, um homem que alcançou a iluminação racional. Suas jornadas envolvem aprender a se tornarem “Homens”, que estendem a racionalidade para todas as áreas de suas vidas e se recusando a servir aqueles que não merecem.

Tanto *A nascente* quanto *A revolta de Atlas* forneceram um papel ativo, um protagonismo, aos empreendedores. Como Burns (2009, p. 171) colocou, “os empresários encontraram uma campeã” em Rand. Osonjački (2016, p. 82) argumentou que Rand criou “uma direção intelectual” que validaria o capitalismo americano. Ser um empreendedor capitalista era algo glamoroso, uma grande aventura. Enquanto que os vilões proclamavam seu desejo de equalizar a sociedade e acabar com os heróis de uma vez por todas²⁸, apenas os “espíritos heroicos” podem alcançar a Atlântida de John Galt, onde eles podem expressar a si mesmos e trabalhar por algo que vale a pena: o seu próprio interesse²⁹. Nas palavras de Francisco d’Anconia, “o verdadeiro produtor de riqueza, o maior trabalhador, o mais alto tipo de ser humano – o homem que fez a si mesmo – [é] o industrialista americano” (Rand, [1957] 2005, p. 523). Na sua filosofia, o Produtor precisa ser escrito com P maiúsculo, porque eles não eram apenas Grandes Homens, mas “precursores espirituais” (Burns, 2009, p. 192). O Produtor jamais comprometeria seus ideais. Como a linha mais famosa de John Galt no fim do seu discurso, “Eu juro pela minha vida e pelo meu amor por que eu nunca viverei em prol de outro homem e nunca pedirei para que outro homem viva por mim” (Rand, [1957] 2005, p. 1385).

Muitos empreendedores se viram representados na escrita de Rand. Para um pequeno empreendedor, que tem que lidar com desapontamento e pressões de todos os lados, regulamentos estatais, salários que precisam ser pagos, clientes e acionistas irresponsáveis, ao se ver representado por meio de um tipo heróico ideal pode ser motivador. A “utopia da cobiça” de John Galt é uma fantasia escapista. Mesmo que empreendedores não concordem com todos os aspectos de Rand – a filosofia objetivista é jogada para escanteio nas recomendações, que se focam na história de Grandes Homens fazendo Grandes Coisas – eles podem ter sido inspirados por Roark, Galt e aqueles que se tornaram Produtores. Rand recebia dezenas de cartas de leitores que diziam ter sido inspirados pelo seu trabalho (Burns, 2009). A Wikipédia tem até uma página listando as pessoas que foram influenciadas por Ayn Rand, que inclui também seu fundador³⁰. Alonso e Fernández Rodríguez (2019, p. 77) escrevem que seria impossível listar todos os executivos americanos que recomendam algum livro dela. Demonstrando sua influência do romantismo, heróis eram uma parte fundamental de sua estética (Minsaas, 2004).

²⁷ Fiz comentários sobre esse livro em Almeida (2021).

²⁸ James Taggart: “Eu gostaria que nos livrássemos da adoração de heróis! Heróis? Eles não fizeram nada a não ser maldade em toda a história. Eles mantiveram a humanidade numa corrida maluca, sem tempo para respirar, sem descanso, sem alívio, sem segurança” (Rand, [1957] 2005, p. 683).

²⁹ Francisco d’Anconia: “Cada um de nós tem que viajar por aquela estrada com seus próprios pés. Mas é a mesma estrada.” Dagny: “E onde ela leva?” Francisco: “Para Atlântida [...] a cidade perdida onde apenas os espíritos heroicos podem entrar.” (Rand, [1957] 2005, p. 793).

³⁰ https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_people_influenced_by_Ayn_Rand.

3.3. O foco individual na teoria e prática

Apesar dessas representações pictóricas de heróis empreendedores, elas têm em comum o fato de que o empreendedor é um indivíduo. Mark Casson, em um dos tratamentos teóricos mais comprehensivos sobre o empreendedor, escrito inicialmente na década de 1980, argumentou que o empreendedor deve ser definido tanto de um ponto de vista funcional (o que um empreendedor faz) e indicativo (como um empreendedor é reconhecido). O primeiro ponto de vista é mais abstrato e teórico, enquanto que o segundo é mais prático e reconhecível no dia-a-dia. Casson ([1982] 2002, p. 20), então, estabelece o empreendedor como “alguém que se especializa em tomar decisões de julgamento sobre a coordenação de recursos escassos.” É uma definição direta, eco de Redlich (1957), que atribui um papel ativo à pessoa no papel de empreendedor. Este também é um papel que não pode ser compartilhado, porque, mesmo após debate intenso, é uma única pessoa que deve homologar a decisão econômica.

Seja o agente schumpeteriano da destruição criadora, o agente kirzneriano da conciliação entre oferta e demanda, ou o agente daimônico que faz com que o ciclo eterno de produção gire mesmo que custe a si mesmo, o empreendedor sempre esteve associado com uma pessoa motivada. Através dos seus esforços, se bem-sucedido, ele pode vir a se tornar um “Grande Homem”. Portanto, ao “retornar ao lar” com o Graal e compartilhar sua sabedoria, ele se torna um *herói*.

Estudiosos do empreendedorismo preferem não pensar nesses termos. Casson ([1982] 2002, p. 4-5) argumenta que o estereótipo do “empresário aventureiro” prejudica o rigor da pesquisa. Os objetivos do estudo científico do empreendedorismo são mais simples: descobrir o que funciona e reproduzir. A apoteose do empreendedor é algo que pode entrar potencialmente em terreno metafísico. Por outro lado, Casson admite que esse estereótipo também pode ser testado, através de hipóteses sobre o comportamento do empreendedor.

Uma razão para isso pode ser a identificação da figura do empreendedor com a figura do líder. Tanto Schumpeter (Michaelides, Kardasi, 2010) quanto Redlich (1949) trataram os papéis como idênticos. Pois, se é o empreendedor que mobiliza recursos e toma decisões que afetam seus subordinados, então ele de fato está em uma posição de liderança. Como posições de liderança tendem a ser a “face” de uma organização, é ele que receberá a maior quantidade de crédito pela performance de uma organização perante a sociedade.

A posição “heroica” do líder-empreendedor pode ser útil à organização. Uma abordagem de marketing recente é o *storytelling* (Palacios, Terezzi, 2015), que incorpora a ideia de história do produto. Dá-se uma personalidade, uma origem humilde, que pode até mesmo ter influência do monomito, quando uma marca comunica ao consumidor sua qualidade e porque vale a pena consumi-lo. Muitos produtos incorporam a história de suas principais figuras como forma de marketing. Entre os exemplos mais conhecidos está Steve Jobs e a Apple. Seu sucesso em criar um ícone em torno de sua figura possibilitou uma certa apoteose após sua morte. Após citar vários testemunhos de pessoas que foram inspiradas por sua trajetória, Harju e Moisander (2014, p. 52) escrevem, “durante o processo de memorialização, o *status* e a identidade do objeto de devoção dos fãs transforma um CEO celebridade em um líder espiritual, um herói dos nossos tempos.” Assim, diferente da autodestruição, o empreendedor pode se tornar o profeta de uma religião capitalista secular (Deustchmann, 2001; Nelson, 2001).

A economia compartilhada é também um *lócus* do mito do empreendedor, pois os *apps* permitem ao usuário casar a demanda com a oferta no estilo kirzneriano por meio dos algoritmos e preservar a liberdade de escolher como e quando trabalhar. Um dos *slogans* da Uber é “seja seu próprio chefe”. O ritmo frenético do Vale do Silício na Califórnia é tomado como um exemplo a ser seguido – *work hard, play hard* (Audrestch, 2019). Especialmente na pandemia, o empreendedor é visto como aquele que desafia o Abismo ao se dedicar ao seu trabalho (Costa, 2020). Das “Grandes Obras” à economia compartilhada, o empreendedor parece estar em uma jornada heroica, em que o Abismo é algo inevitável. Porém, pode existir um “Abismo inesperado” nessa jornada? A presença de problemas estruturais prejudica essa parte da narrativa.

4. “A MENTIRA DO EMPREENDEDORISMO”

4.1. Justificativa para uma teoria crítica do empreendedorismo

Para um artigo que até então teve um tom relativamente positivo, o título dessa seção parece um choque. Mas estas foram algumas das palavras de ordem proclamadas numa série de protestos de motoristas de *app* em 2020 (Folhapress, 2020; Cannas 2020; Coelho et al, 2021). Eles reivindicavam melhorias nas condições de trabalho e melhores salários. Longe das promessas de autodeterminação propagadas pelas empresas da economia compartilhada, eles se viram tão explorados quanto num emprego convencional de baixa qualidade. Alonso e Fernández Rodríguez (2019, p. 77) lembram que o CEO da Uber, Travis Kalamick, usava a capa original de *A nascente* como foto de perfil nas redes sociais até pouco tempo. Mas os motoristas que trabalham para a Uber e afins não se sentem como Howard Roark ou John Galt; pesquisas em psicologia do trabalho mostraram que eles se sentem piores (Uchôa de Oliveira, 2020; Castro, 2021). Um relatório da consultoria Edelman (2020), usando uma amostra de ambientes de trabalho em 28 países diferentes, argumenta que os índices de confiança estão baixos em relação à ideia de que “trabalhar duro vale a pena” devido ao aumento da desigualdade.

Por que alguém criticaria o empreendedorismo em si? Tal atitude seria esperada de um vilão randiano. Numa página de um *think tank* liberal, um autor pergunta de forma clara e um tanto indignada: “Por que a esquerda odeia o empreendedorismo?” (Viana, 2015). Örtenblad (2021, p. 1) pergunta no primeiro capítulo do seu volume, “como alguém poderia ser contra o empreendedorismo?” Não é uma pergunta diferente de “como alguém poderia ser contra os heróis?”

O fato de que o artigo procurou recuperar o sentido positivo do mito, como algo admirável, inspirador e ubíquo, não contradiz o fato paralelo de que o mito ainda pode ser um instrumento negativo, de opressão e obscurantismo. Não somente isso, mas a insistência em não reconhecer pontos fracos e falhas de uma narrativa podem perpetuar problemas.

Esse é um dos motivos pelo qual Campbell e sua ideia de herói são completamente rejeitados na academia (Walker, 2020). Seus escritos são considerados pouco rigorosos, apoiando-se em ideias ultrapassadas de antropologia, tais como o mito do “bom selvagem”. Sua ideia de conflito entre xamãs e sacerdotes não tem evidência empírica. Sua amostra de mitos está repleta de mitos descontextualizados, mal interpretados, com a justificativa fraca de que houve um problema na manifestação do arquétipo. Ele tratou o judaísmo com desdém e fez afirmações insensíveis a respeito

dos judeus (Segal, 1992)³¹. Seu modelo de monomito é criticado por escritores feministas e pós-coloniais como androcêntrico e orientalista (Nicholson, 2011; Walker, 2020).

Elwood (1999) concorda que a obra de Campbell é fundamentalmente conservadora, enquanto que Morong (s.d.) identifica tendências liberais na sua obra, rejeitando o socialismo, a “máquina” do sistema e afirmando o poder do indivíduo e da livre iniciativa. Campbell, ao contrário, não tinha interesse em política. Para ele, a política é uma série de preocupações temporais e ultimamente mesquinhas, pois ele estava interessado em um conjunto de valores supostamente atemporal das sociedades tradicionais, que transcende a política. Disputas políticas seriam apenas distrações que não beneficiam a sociedade (cf. Elwood, 1999). Talvez a razão pela qual o monomito se tornou tão aceito na cultura popular é por causa de seu *aparente* descolamento da política. Uma história escrita com o modelo pode incorporar temas políticos, mas não é o objetivo principal, que é a jornada do herói. Porém, problemas semelhantes ao do monomito também são observados no discurso empreendedor.

A frase “lado negro do empreendedorismo” foi primeiro usada num artigo de Kets de Vries (1985) para analisar problemas psicológicos do empreendedor, de como a exaustão e as pressões (incluindo a pressão de ser um herói para si mesmo e outros) pode o tornar tóxico para os que estão ao seu redor e a si mesmo. Ele ainda é humano. A expressão foi utilizada para indicar desafios psicológicos, mas a frase foi adotada para representar problemas mais profundos, envolvendo o próprio processo de empreendedorismo (e.g. Montiel Mendéz et al, 2020). Verduyn et al (2017) propuseram estudos críticos de empreendedorismo (*critical entrepreneurship studies*) para estudar os problemas do empreendedorismo e manter o campo aberto a novas ideias que não apenas legitimam as ideias correntes.

Críticas do empreendedorismo já foram observadas no passado. Talmage and Gassert (2020, p. 6) observam que Adam Smith ([1776] 2003, p. 261) fez crítica àqueles que tomam empreendimentos “dispendiosos e incertos que levam à bancarrota a maioria dos que se engajam neles”; Smith tinha em mente as colônias espanholas, cujos empreendedores falharam em produzir desenvolvimento. Charles Mackay (1852) escreveu sobre várias bolhas econômicas que foram fruto de empreendedores com inescrupulosos. E, é claro, o conceito de *robber barons* citado anteriormente.

Essas críticas podem ser apenas casos individuais, mas estudos críticos do empreendedorismo consideram também problemas estruturais. Dos autores citados na seção anterior, Schumpeter via o empreendedor vítima da anomia capitalista, enquanto que Kirzner (1997) apenas admite um erro do empreendedor pode levar a economia a um estado pior, mas eles não consideram problemas estruturais. Friedman acreditava que os benefícios superavam os malefícios, enquanto que é essencialmente um pecado mortal criticar o empreendedor no sistema randiano. Redlich, por outro lado, viu o empreendedor como autodestrutivo por ter acumulado poder demais. Portanto Redlich pode também ser considerado um dos primeiros a fazer um estudo crítico do empreendedorismo no sentido desta seção, em que a destruição ocorre “não por causa de sua fraqueza ou maldade, mas *por causa de suas conquistas materiais* para nossa civilização materialista” (Redlich, 1953b, p. 299, ênfase no original).

³¹Antissemitismo foi uma tendência comum entre autores generalistas. A ideia é de que a religião judaica adotou uma perspectiva linear da história, ao invés da perspectiva cíclica das sociedades tradicionais, negando, na visão deles, o princípio básico da mitologia de que o início está no fim (Campbell, [1949] 1989, p. 264). Na visão deles, foi o judaísmo que introduziu o secularismo no mundo, algo considerado lamentável, na melhor das hipóteses. Eliade, por exemplo, uniu-se à organização fascista Guarda de Ferro na Romênia e serviu como diplomata em Portugal, dizendo que o governo fascista de Salazar é uma “manifestação do amor cristão”. Seu fracasso em condenar o antisemitismo de forma veemente custou sua amizade com o historiador cabalista Gershom Scholem. Escritores da *alt-right* veem em Eliade uma fundação acadêmica para seus preconceitos (Teitelbaum, 2020; Weitzman, 2020).

4.2. Problemas estruturais

De um ponto de vista mais geral, um dos críticos mais importantes do conceito de mitologia em si é Roland Barthes, com seu livro *Mitologias* ([1957] 2001). À exceção de Lévi-Strauss, que foi uma influência em Barthes (Weisman, 2004), os autores citados na seção 2 raramente dialogam com Barthes. A razão é porque Barthes não estava interessado nos mitos como histórias sagradas. Escrevendo de um ponto de vista estruturalista, ele definiu: “o mito é uma fala” (Barthes, [1957] 2001, p. 131). Longe de ser uma história sagrada e ahistórica, o mito é um “roubo de linguagem” (*ibid.*, p. 152), facilmente suprimido pela história. Barthes analisa mitos como sendo histórias construídas por meio de símbolos e tenta entender os mecanismos de dominação por trás delas. Ele também agiu como intelectual público, pois a base de seu estudo estava em várias cenas do cotidiano descritas em 54 de suas colunas de revistas, que compõem a primeira parte do livro (Padilha, 2011, p. 11). Uma das suas análises mais conhecidas foi a da capa da revista *Paris Match* que ele leu enquanto estava no barbeiro (Figura 2).

FIGURA 2
Imagen escaneada da revista *Paris Match*, edição de julho de 1955, referenciada por Barthes.



Fonte: Wikipédia³².

³² https://en.wikipedia.org/wiki/File:Paris_Match_-_child_soldier_cover.jpg

Estou no cabelereiro, dão me um exemplar da *Paris Match*. Na capa, um jovem negro vestindo um uniforme francês faz a saudação militar, com os olhos erguidos, fixos sem dúvida numa prega da bandeira tricolor. Isto é o sentido da imagem. Mas, ingênuo ou não, bem vejo o que ela significa: que a França é um grande Império, que todos os seus filhos, sem distinção de cor, a servem fielmente sob sua bandeira, e que não há melhor resposta para os detratores de um pretenso colonialismo do que a dedicação deste preto servindo seus pretensos opressores. Eis-me pois, uma vez mais, perante um sistema semiológico ampliado: há um significante, formado já ele próprio por um sistema prévio (*um soldado negro faz a saudação militar francesa*); há um significado (aqui uma mistura de “francidade” e de “militaridade”); há enfim uma presença do significado através do significante. (Barthes, [1957] 2001, p. 138, ênfase no original)

Com esse exemplo, Barthes quer argumentar que os mitos escondem uma estrutura de dominação. A revista estava tentando construir o mito da homogeneidade racial entre a república francesa e suas colônias, de que esse deveria ser o futuro ideal da França. É claro que movimentos de independência das colônias começavam a se tornar cada vez mais fortes, mas a metrópole não queria abrir mão delas. O mito da capa queria simbolizar algo ideal, tendo em si uma narrativa, que “deforma” a realidade. “O mito é uma fala definida pela sua intenção [...], muito mais do que pela sua literalidade [...]; e que, no entanto, a intenção está de algum modo petrificada, purificada, eternizada, tornada ausente pela literalidade” (*ibid.*, p. 145).

Assim, se o mito denota uma fala, ele também denota um ato performativo: “é assim que as coisas devem”. Logo, o mito é usado como algo para legitimar a ordem “burguesa” vigente, em que as “normas burguesas são vividas como leis evidentes de uma ordem natural”. No fim, ele cria “o Homem Eterno, nem proletário nem burguês”, que é uma entidade sem preconceitos, pois se apoia em supostas verdades eternas. O mito serve para deformar o senso político desta criação, para dar uma aparência despolitizada. “O mito não nega as coisas [políticas]”, mas “purifica-as, inocenta-as, fundamenta-as em uma natureza e em eternidade, dá-lhes uma clareza, não de explicação, mas de constatação” (*ibid.*, p. 163). Como o mito apenas constata, ele cria a impressão de que é não há muito o que se fazer (o que também estava presente nas sociedades tradicionais). Isso alimenta aquilo que Hirschman (1991) chamou de “tese da futilidade”, utilizada na retórica reacionária para argumentar que transformações sociais são fúteis porque não podem eliminar o problema.

Barthes estava mais interessados nos mitos capitalistas. Ele via esse esquema aplicado no dia-a-dia e buscava formas de se “resistir” aos mitos que legitimam a norma burguesa. Como ele escreveu no posfácio, “não haverá denúncia sem um instrumento de análise fina; só haverá semiologia se esta finalmente se assumir como semioclastia” (Barthes, [1957] 2001, p. 181). No exemplo do *Homem de Ferro*, deve se lembrar que o filme conta com o apoio do exército americano que só permite o uso de seu equipamento após uma comissão avaliar o roteiro, se este retrata o exército de forma aceitável e se

há potencial de recrutamento (Rose, 2009). Existem exemplos mais concretos³³, mas o modelo de Barthes parece ser aplicado para explicar as aparentes contradições do mito.

Em economia, esse mito trata o empreendedor como um agente inherentemente bom ou positivo. Essa é uma das razões pela qual Casson recomenda cuidado com esse tipo de narrativa, pois a pesquisa acadêmica precisa obedecer a um rigor maior. Porém, mesmo assim, pesquisadores científicos não estão imunes a ela, devido ao seu potencial positivo. Apoiando-se em Kirzner, Lewin (2002) argumenta que o empreendedorismo é a fundação de uma economia capitalista decentralizado, fundado na livre-iniciativa. De um ponto de consequencialista, Kirzner prova que o capitalismo é a melhor alternativa possível, não só pelo excedente econômico, mas também pelo potencial de expressão individual. O capitalismo é deformado em algo positivo, que é uma verdade tão clara que está acima de crítica. Diferente de Redlich, o conceito de poder acumulado é completamente ignorado na análise de Kirzner, pois sua narrativa se foca no potencial do empreendedor individual. Isso legitima a narrativa capitalista, mas o impede de analisar mais profundamente problemas dessa ordem.

O mito de que qualquer pessoa pode se tornar um Elon Musk ou um Steve Jobs é propagado como um conto motivador, um conto de fadas³⁴ para adultos e profissionais (Wood, De Paula, 2002; Alfonso, Fernández, Rodríguez, 2019). Tudo o que é necessário é, emprestando um termo de Nietzsche, a sua vontade de poder. Na busca por uma narrativa que se relacione com os potenciais consumidores, empresas criam narrativas irreais. O Facebook, por exemplo, costumava propagar a narrativa de que surgiu humildemente numa garagem, quando na verdade era financiado por investidores que viam o risco de fracasso como insignificante (Avedaño, 2013). A imagem de Bill Gates, que também tem a presença da garagem na fundação da Microsoft, como um empreendedor *nerd* filantropo cai por terra quando se considera suas práticas anticompetitivas, condições ruins de trabalho, elos com criminosos e estratégias ruins que prejudicaram o combate à pandemia (McGoey, 2021). O “mito da garagem” é algo comum em empresas de internet.

O geógrafo Milton Santos ([1979] 2008) aponta também outro problema com essa narrativa. De acordo com seu modelo, existem dois circuitos de economia urbana: de um lado temos o circuito superior, que é o que está conectado com a vanguarda da tecnologia nacional e internacional, com os grandes produtores, que já estão estabelecidos e detêm o controle dos meios de produção; o circuito inferior, por outro lado, associa-se com uma produção de menor escala, possivelmente informal, centrada em uma renda per capita menor. Logo a figura do empreendedor difere para ambos os circuitos. Enquanto que o empreendedor “heroico” pertence ao circuito superior, pois tem acesso à vanguarda tecnológica, uma rede de contatos que permite um financiamento quase ilimitado e as necessidades de subsistência preenchidas, o empreendedor do circuito inferior precisa empreender para sobreviver. Com isso, os obstáculos para um empreendedor do circuito inferior são muito maiores. A mobilidade social não depende apenas da vontade de poder do empreendedor do circuito inferior. afirmar de forma diferente seria o que literatura chama de “voluntarismo mágico”, a ideia de que tudo depende da vontade

³³ “Este dezembro, a esperança está na rebelião”. Esta frase não veio de um líder revolucionário, mas é um *slogan* do filme *Star Wars: Rogue One* (2016). A imagem de Mickey Mouse, o símbolo mais conhecido de uma empresa prestes a monopolizar o mercado de entretenimento e que possui um exército de lobistas, anunciando isso de braços abertos nas redes sociais é, no mínimo, surreal. Se estivesse vivo, Barthes teria muitas coisas a dizer sobre isso.

³⁴ Novamente, não no sentido negativo (Tolkien, [1939] 1948).

e manipulação de símbolos, presente em escritos de autoajuda, cujos autores jamais deixaram o circuito superior (Gunn, Cloud, 2010).

Os modelos usuais de empreendedorismo não consideram essa distinção proposta por Santos, o que pode apontar furos na narrativa do herói empreendedor: no circuito inferior ele é um “herói” porque ele sobrevive, não porque ele cria “grandes obras”, mas porque está sujeito a limitações estruturais (falta de crédito, redes de contato muito pequenas, entre outras) que o empreendedor do circuito superior mal considera. Santos desenvolveu seu modelo para explicar as desigualdades durante o processo de urbanização em países subdesenvolvidos, mas com a tendência secular de aumento da desigualdade (Piketty, 2014), seu modelo se torna relevante para analisar países desenvolvidos.

4.3. Heróis ilimitados? Individualismo, fantasia e fragilidade

A promessa de perseguir sua bem-aventurança é importante na narrativa do trabalho liberador da nova internet e muitos empreendedores a almejam. Até mesmo a paixão pelo trabalho pode ser apropriada e usada como desculpa para explorar e precarizar o trabalho de pessoas altamente especializadas. Isso é particularmente comum em carreiras de computação e arte: se você ama o que faz, você está disposto a aceitar um salário menor para fazer o que você ama, o que facilita condições predatórias de trabalho (Tokumitsu, 2015; Tavares, 2017).

O foco individualista do empreendedor pode ser uma distração do processo real de empreendedorismo. A ideia de que empreendedor é um herói solitário, é uma “conveniência ideológica” (Dodd, Anderson, 2007, p. 342). Reich (1987) argumentou que, devido à nova configuração da estrutura competitiva, o empreendedor individual tem que ter um papel secundário e o verdadeiro motor de inovação é o time “heroico”, porque todos contribuem com algo. Mazzucato (2013) demonstrou que a vasta maioria das inovações de alto risco são fruto de consórcios com grande participação estatal. O governo não pode ir à falência com uma ida à lua³⁵, por exemplo, ao contrário de uma firma privada. Mesmo que uma empresa privada consiga estabelecer um empreendimento nesse sentido, só foi possível por meio do predomínio de investimentos públicos num período anterior, pois o governo detém o poder legal de uma nação e pode ser financiado via impostos. A grande maioria das inovações tecnológicas privadas vieram de redes que envolvem laboratórios públicos.

Segundo Barthes, as narrativas – mitos agora no sentido negativo – do empreendedor procuram legitimar uma visão individualista da economia e, ultimamente, do mundo em si, o que é uma retórica política (Dodd, Anderson, 2007, p. 352). Ela diminui constantemente a contribuição dos trabalhadores assalariados, que se tornam apenas um mero insumo numa função de produção. Eles estão à mercê de um empreendedor.

³⁵ Burns (2009, p. 261-262) relata que Ayn Rand foi criticada por outros liberais por ter celebrado a chegada à lua da missão Apollo 11. Rand viu a chegada à lua como sinal de esperança e do triunfo do gênio humano. Mas isso só foi possível com investimento público.

Isso é claro em *A revolta de Atlas*, onde um empreendedor verdadeiramente esclarecido deve celebrar ser derrotado por um rival e conceder o monopólio ao mais capacitado³⁶. Gerentes que pensam em dar poder aos seus empregados condenam suas firmas a morrerem. A personagem Eddie Willers, braço-direito de Dagny, nunca teve o potencial de se tornar um Produtor. Quando ele tentou ser um, para salvar a firma de Dagny que o enredo exige que seja destruída, ele fracassa. A cena mostra em detalhes excruciantes o abandono de Eddie, enquanto que a cena seguinte muda para a paisagem idílica do vale, ao som do Quinto Concerto de Halley, celebrando o triunfo dos Produtores. Eddie representa o trabalhador que deve aprender uma lição de nunca tentar fazer o trabalho de um Produtor e, por isso, deve morrer com o velho mundo. *A revolta de Atlas* seria um livro frustrante e trágico se Eddie fosse o protagonista, ao invés da fantasia de poder que é com John Galt.

Enfim, a crítica ao heroísmo, ao empreendedorismo e à sua síntese também se relaciona com as características cognitivas das histórias. Narrativas não podem e não devem *apenas* nos inspirar e confortar, *mas também* nos chocar e nos desafiar. Um artigo de boa qualidade com o título “derrubando o mito de...” intenta não somente ser chamativo, mas criticar um aspecto que *deve* ser criticado.

Tomando Rand como exemplo, *A revolta de Atlas* e seus outros livros foram chocantes por causa da sua crítica ao altruísmo. Mas eles podem ter tido o efeito oposto? Os heróis de Rand não são apenas “gente de bem”, honestos e laboriosos, mas moralmente perfeitos, pois não roubam, não se engajam em corrupção ou fraudam seus *stakeholders*. Eles são acima do bem e do mal porque o bem é tão óbvio que qualquer pessoa racional pode o escolher. Por outro lado, alguns dos piores empreendedores na vida real leem seus livros, pensando que são John Galt. Lisa Duggan comenta como Donald Trump é praticamente um vilão randiano. Apesar de Trump considerar livros de Rand importantes em sua formação,

[Ele é] um empresário que recorre ao clientelismo e manipulação do governo, advoga interferência nos assim chamados mercados livres, pratica *bullying* contra grandes empresas para fazer o que ele quer, que não lê. Sua corrupção pública e pessoa reflete as rotinas de suas personagens como traidores e sujos. Trump incentivava o nacionalismo em sua retórica e algumas de suas políticas, e acena para conservadores religiosos – ambas ideologias que Rand odiava (Duggan, 2019, p. 89-90)

Para ser justo, herdeiros intelectuais de Rand também compartilham da mesma conclusão de Duggan (e.g. Biddle, 2016). Mas o foco exagerado no indivíduo ideal permite que problemas éticos sejam ignorados³⁷ com o objetivo de saciar uma fantasia narrativa de que todos os inimigos são terríveis e merecem ser destruídos. A indulgência sem limites é o que dá o mau nome à fantasia, mas não se limita apenas à ficção. Não se pode ler *O poder do mito* sem perceber como Campbell é indulgente

³⁶ Dagny, na utopia de Galt, encontra um dos habitantes do vale. Ele descreve como ele derrubou um concorrente com um produto melhor e ganhou o monopólio do aço no vale e o seu concorrente aceitou graciosamente o resultado. Ele aguarda ansiosamente pelo dia em que Hank Rearden o derrotará, “ele triplicaria a produção de todo o mundo” (Rand, [1957] 2005, p. 925).

³⁷ Por exemplo, pesquisas demonstram que, muitas vezes, um gerente com tendências corruptas é contratado para facilitar engajamento com atividades não éticas (Ling et al, 2021).

consigo mesmo e com seu modelo. Quando ele diz que “não preciso ter fé, tenho experiência” (Campbell, [1988] 1991, p. 226), penso se ele realmente encontrou a “experiência” que tanto almejava.

Na contramão da visão popular, o historiador de quadrinhos Brett Rogers escreveu a crítica mais contundente ao monomito. Ao comentar sobre a história do Homem-Aranha intitulada “A noite em que Gwen Stacy morreu”, ele descreve que o Homem-Aranha não salvou a donzela no final e contribuiu acidentalmente para sua morte. Essa foi uma das histórias mais influentes da indústria. Ele comenta: “não nos lembramos de ‘A noite em que Gwen Stacy morreu’ porque a morte de Gwen nos lembra de nossa própria mortalidade, ‘o destino de todo os homens’, mas porque a história expõe a *fragilidade* de cada fantasia do leitor de *Homem-Aranha*. ” (Rogers, 2011, p. 85, ênfase adicionada)

Até mesmo mitos e narrativas que aparecem representar verdades eternas, podem ser tão incrivelmente frágeis. Assim como modelos econômicos. Robert Lucas, em 2003, proclamou que o “problema dos ciclos econômicos foi resolvido para propósitos práticos” (Lucas, 2003, p. 1). Em contraste, o singular “por que ninguém percebeu?” da rainha Elizabeth II sobre a crise de 2007 (Almeida, Silva, 2020, p. 17) ainda ecoa pelos departamentos de economia.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma das coisas mais fundamentais que esse artigo tentou demonstrar é que mitos também têm um significado positivo e que não importa o quanto a humanidade avance no tempo, eles durarão tanto quanto a humanidade em si, talvez até mesmo a ultrapassem. Por isso, cientistas, economistas inclusive, têm que se preocupar em escrever histórias melhores, narrativas melhores, *mitos melhores* para entender melhor o mundo. Para isso é também necessário adotar uma perspectiva crítica, mas construtiva. A crítica nunca é um fim em si mesma, pois a ela nunca elimina o objeto de crítica. Caso contrário, parafraseando Lauri Honko acima, um vazio será criado e nada vai mudar.

A própria crítica do mito acaba por criar novos mitos. Barthes acreditava que uma esquerda esclarecida não tem o mito como essencial (Barthes, [1957] 2001, p. 165-168). Mas, tanto o subtexto de Barthes quanto a literatura analisada, lançam dúvidas se isso é realmente possível, porque o mito surge independente da vontade de seus comunicadores. Tomemos novamente à sua análise da Figura 2. Ele argumenta que o soldado está saudando a bandeira tricolor, mas, numa segunda olhada, a imagem não mostra nenhuma bandeira. Ela apenas está implicada num “sem dúvida”. Não somente isso, o soldado é um menino, “o pequeno Diouf, *enfant des troupes*”, i.e. um cadete na sua adolescência. Moudileno (2019, p. 65-67) também observa que Barthes usa, no original em francês, a expressão “*soldat nègre*”, que já era uma expressão problemática e preconceituosa para a época, ao invés do termo neutro “*soldat noir*” para se referir ao pequeno Diouf, perpetuando o estereótipo do soldado africano no exército francês. Moudileno usa isso para demonstrar que nem Barthes estava livre da distorção dos mitos – neste caso o mito do colonialismo francês – criando uma celebridade, o pequeno Diouf, no processo. Apesar do ensaio “A ciência e os selvagens” do seu livro *Hereses* (Chesterton, 1905) ser ultrapassado de um ponto de vista antropológico, Chesterton não estava incorreto quando escreveu que os que estudam narrativas “fazem algo mais divino do que estudar lendas; eles as criam.”

Como Örtenblad (2021) escreveu, a crítica do empreendedorismo é uma crítica de discurso, com a intenção final de melhorar as relações sociais ao redor do processo de empreendedorismo. Se Barthes, Santos e Örtenblad estão corretos, *não significa* que Schumpeter, Kirzner e Redlich estão errados e vice-versa. Pelo contrário, a existência de problemas estruturais que a vontade de poder do empreendedor não é o suficiente para garantir sucesso. Por isso políticas públicas de apoio ao empreendedorismo devem também estabelecer redes de segurança social para que, mesmo quando o empreendedor caia, ele possa se levantar novamente. E o “lado negro” deve também ser analisado em sala de aula, para dar uma formação melhor ao aluno (Talmage, Gassert, 2020).

Independentemente disso, se Allison e Goethals (2016) e Johansen e Sørensen (2017) estão corretos, a demanda por heróis realmente tem um caráter que transcende as convenções sociais e econômicas. Como Boer (2011, p. 222) admitiu, a guerra de Barthes e outros pensadores da teoria crítica contra o mito é quixotesca; é melhor usar o mito para funções progressivas. Isso ainda manterá Campbell um autor relevante simplesmente porque ele consegue comunicar esse caráter de maneira simples e replicável. Mesmo que se possa discutir o subtexto do MCU ou sua qualidade³⁸, a trajetória de Tony Stark – de um empreendedor talentoso, bem-sucedido, mas detestável, em um herói que usou suas habilidades tecnológicas e espírito empreendedor para defender o mundo – retrata eventos que todos nós temos que experimentar na vida em um escala “menos épica”. Isso é possível porque “o mito barganha numa dimensão utópica, até escatológica” (Boer, 2011, p. 228) que dá alguma aparência de sentido para a experiência humana.

Na peça *Vida de Galileu*, Bertold Brecht escreve um diálogo entre Andrea Sarti e Galileu Galilei. Andrea, que foi discípulo de Galileu desde criança, esperava que Galileu não recantasse suas ideias científicas perante a Inquisição. Porém, quando a declaração de Galileu é lida, na qual ele recanta suas ideias, Andrea se retira antes que seu mestre o encontre, proclamando em alta voz “Infeliz a terra que não tem heróis!” Após todos se retirarem, Galileu murmura “Não. Infeliz a terra que precisa de heróis.” (Brecht, 1943, p. 153-154). Hoje Galileu é um herói da ciência, mas a peça pergunta se isso deveria ter acontecido em primeiro lugar se a sociedade fosse mais sábia. Na peça, ele só queria continuar suas pesquisas e recantou porque ficou com medo do que a Inquisição faria com ele. Assim também como tais perguntas podem e devem ser feitas à narrativa do herói empreendedor, o que foi um dos objetivos deste artigo. Que tragédia ser um empreendedor. Que honra ser um empreendedor. Mas, acima de tudo, eles são humanos.

³⁸ Isso envolve uma questão sobre a natureza do cinema. O cineasta Martin Scorsese (2019), por exemplo, acredita que o foco em filme de super-heróis faz com que a arte do cinema fique previsível e indulgente, assim perdendo sua vocação artística. De um ponto de vista econômico, a economia só pode dizer que existe uma demanda enorme por filmes de super-herói e a analisar com o método econômico do homem econômico racional; pode até interpretar a alta demanda de um indivíduo por esses filmes como algo que gera bem-estar a ele e que *talvez* seja arte para esse indivíduo, porém não pode julgar se eles são realmente “arte”.

REFERÊNCIAS

- Allen, Robert Loring. *Opening doors: the life and work of Joseph Schumpeter*. London Routledge, vol. 1, 1991.
- Allison, Scott T.; Goethals, George R. Hero worship: the elevation of human spirit. *Journal for the Theory of Social Behavior*, v. 46, n. 2, p. 187-210, 2016
- Allison, Scott T.; Goethals, George R.; Kramer, Rodrerick M. (eds.). *Handbook of heroism and heroic leadership*. New York: Routledge, 2017.
- Almeida, Rafael Galvão de. A revolta de Atlas: comentário sobre o livro de Rand. *A Terra é redonda*, 26 de abril de 2021. Disponível em <https://aterraeredonda.com.br/a-revolta-de-atlas/?doing_wp_cron=1623678138.0465040206909179687500>, acesso: 14/06/2021.
- Almeida, Rafael Galvão de; Silva, Geraldo Edmundo, Jr. Uso dos modelos macroeconômicos nacionais no Brasil em perspectiva histórica e metodológica. *Revista de Economia do Centro-Oeste*, v. 6, n. 1, p. 2-27, 2020.
- Alonso, Luis Enrique; Fernández Rodríguez, Carlos J. Managerialism and fiction, or the fiction of managerialism: from Ayn Rand to novels for executives. *Debats*, v. 4, p. 71-87, 2019.
- Andrade, Débora El-Jaick. Escrita da história e política no século XIX: Thomas Carlyle e o culto aos heróis. *Histórias e Perspectivas*, v. 35, p. 211-246, 2006.
- Ascough, Hannah. Once upon a time: using the hero's journey in development stories. *Canadian Journal of Development Studies/Revue canadienne d'études du développement*, v. 39, n. 4, p. 533-549, 2018.
- Arcand, Charles Gaston, Jr. Fritz Redlich, 1892-1978: the man and the scholar. *American Journal of Economics and Sociology*, v. 40, n. 2, p. 217-221, 1981.
- Arida, Pérssio. A história do pensamento econômico como teoria e retórica, 1984. In: Gala, Paulo; Rego, José M. (eds.) *A história do pensamento econômico como teoria e retórica*. São Paulo: Editora 34, p. 13-44, 2003.
- Audrestch, David B. Have we oversold the Silicon Valley model of entrepreneurship? *Small Business Economics*, DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00272-4>.
- Avedaño, Tom C. A verdade oculta das ‘empresas de garagem’ do Vale do Silício. *El País*, 28 nov. 2014. Disponível em <https://brasil.elpais.com/brasil/2014/11/24/tecnologia/1416831260_738423.html>, acesso: 14/06/2021.
- Backhouse, Roger E. Economics. In: Backhouse, Roger E.; Fontaine, P. (eds.) *The history of social sciences since 1945*. Cambridge: Cambridge University Press, p. 38-70, 2009.
- Barney-Barry, Carol; Hody, Cynthia. Soviet Marxism-Leninism as mythology. *Political Psychology*, v. 15, n. 4, p. 609-630, 1994.
- Barton, David G. Joseph Campbell: an academic skirmish. Paper presented at the meeting of the Southwestern Popular Culture Association, 2013.

- Basu, Kaushik. Methodological individualism. In: Durlauf, Steven N.; Blume, Lawrence (eds.). *The New Palgrave dictionary of economics*. London: Palgrave. DOI: 10.1057/978-1-349-95121-5_2585-1.
- Baumol, William J. Entrepreneurship in economic theory. *American Economic Review*, v. 58, n. 2, p. 64-71, 1968.
- Bettelheim, Bruno. *The uses of enchantment: the meaning and importance of fairy tales*. London: Thames & Hudson, 1976.
- Biddle, Craig. Which Ayn Rand villain is Donald Trump? *The Objective Standard*, 7 de abril de 2016. Disponível em <<http://www.theobjectivestandard.com/2016/04/which-ayn-rand-villain-is-donald-trump/>>, acesso 10/06/2021.
- Brecht, Bertold. 1943. A vida de Galileu. In: Brecht, Bertold. *Teatro completo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, v. 9, p. 51-170, 1991.
- Boer, Roland. The robbery of language? On Roland Barthes and myth. *Culture, Theory and Critique*, v. 52, n. 2/3, p. 213-231, 2011.
- Burgin, Angus. *The great persuasion: reinventing free markets since the depression*. Harvard University Press, 2012.
- Burke, Peter. Overture. The New History: its past and its future. In: Burke, Peter (ed.). *New perspectives on historical writing*. University Park: Pennsylvania University Press, p. 1-24, 2001.
- Burns, Jennifer. *Goddess of the market: Ayn Rand and the American right*. Oxford: Oxford University Press, 2009.
- Campbell, Joseph. *O herói de mil faces*. Tradução de Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix, [1949] 1989.
- Campbell, Joseph. *The flight of the wild gander: explorations in the mythological dimension*. 3rd ed. New York: Joseph Campbell Foundation, [1969] 2018.
- Campbell, Joseph. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena, [1988] 1991.
- Campbell, Joseph. *A Joseph Campbell Companion: Reflections on the Art of Living*. New York: HarperCollins, 1991.
- Campbell, Kenneth D. Mythology as the original framework in the development of leadership principles. *Journal of Leadership Studies*, v. 7, n. 2, p. 48-54, 2013.
- Cannas, Fábio Ramos. Movimentos de resistência do trabalhador überizado. *Temporalis*, v. 20, n. 39, 2021. DOI: 10.22422/temporalis.2020v20n39p132-145.
- Carland, James W.; Hoy, Frank; Boulton, William R.; Carland, Jo Ann. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. *Academy of Management Review*, v. 9, n. 2, p. 354-359, 1984.
- Carlyle, Thomas. *On heroes, hero-worship, and the heroic in history*. 1841. Jim Manis, ed. Hazleton: University of Pennsylvania, 2001.

- Castro, Matheus Fernandes de. A pandemia e os entregadores por aplicativo: algumas considerações sobre a precarização do trabalho. *Revista Espaço Acadêmico*, v. 20, p. 70-80, 2021.
- Casonato, Lucas; Angeli, Eduardo. A history of the trajectory of Kirzner's economic thought toward the consolidation of his theory of entrepreneurship. *Research in the History of Economic Thought and Methodology*, v. 39A, p. 107-131, 2021.
- Casson, Mark. *The entrepreneur: an economic theory*. 2nd ed. Cheltenham: Edward Elgar, [1982] 2002.
- Chesterton, Gilbert Keith. *Heretics*. 1905. Disponível em <<https://www.gutenberg.org/files/470/470-h/470-h.htm>>, acesso 10/06/2021.
- Coelho, Bruna da Penha Mendonça; de Jesus, Ana Beatriz; Sena da Silva, Maria Eugênia. A luta coletiva dos entregadores latino-americanos contra a pandemia do capitalismo—movimentos grevistas em tempos de Covid-19. *Middle Atlantic Review of Latin American Studies*, v. 4, n. 3, p. 31-48, 2021.
- Corey, Gerald. Theory and practice of counseling and psychotherapy. 8th edition. Belmont: Thomas Higher Education, 2009.
- Costa, Henrique. Entre o ‘home office’ e a vida loka: O empreendedorismo popular na pandemia. *DILEMAS: Revista de estudos de conflito e controle social*. 2020. Disponível em <<https://www.reflexpandemia.org/texto-68>>, acesso 03/03/2021.
- Deustchmann, Christoph. Capitalism as religion? An unorthodox analysis of entrepreneurship. *European Journal of Social Theory*, v. 4, n. 4, p. 387-403, 2001.
- Dodd, Sarah D.; Anderson, Alistair R. Mumpsimus and the myth of the individualistic entrepreneur. *International Small Business Journal*, v. 25, n. 4, p. 341-360, 2007.
- Douhan, Robin; Eliasson, Gunnar; Henrekson, Magnus. Israel M. Kirzner: an outstanding Austrian contributor to the economics of entrepreneurship. *Small Business Economics*, v. 29, p. 213-223, 2007.
- Duarte, Luiz Fernando Dias. The circulation of psychoanalytical knowledge and practice in the social sciences. *História, Ciências e Saúde*, v. 24, supl., p. 1-18, 2017.
- Duggan, Lisa. *Mean girl: Ayn Rand and the culture of greed*. Oakland: University of California Press, 2019.
- Edelman. Trust barometer 2020. Disponível em <https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2020-01/2020%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_LIVE.pdf>, acesso 15/06/2021.
- Eliade, Mircea. *Myth and reality*. Translated by William Trask. New York: Harper, 1963.
- Elwood, Robert. *The politics of myth: a study of C. G. Jung, Mircea Eliade, and Joseph Campbell*. New York: SUNY Press, 1999.
- Flaherty, Gloria. The performing artist as the shaman of higher civilization. *MLN*, v. 103, n. 3, p. 519-539, 1988.

- Fredericks, S. C. Lucian's 'True Story' as SF. *Science Fiction Studies*, v. 3, n. 1, 1976. Available at <https://www.depauw.edu/sfs/backissues/8/fredericks8art.htm>
- Fredona, Robert; Reinert, Sophus A. The Harvard Research Center in Entrepreneurial History and the daimonic entrepreneur. *History of Political Economy*, v. 49, n. 2, p. 267-314, 2017.
- Friedman, Milton. *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- Friedman, Milton. The social responsibility of business is to increase its profits. *The New York Times*, Sept. 13, 1970. Disponível em <<https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>>, acesso 08/06/2021.
- Friedman, Milton; Friedman, Rose. *Free to choose: a personal statement*. Houghton Mifflin Harcourt, 1980.
- Folhapress. Acreditaram na mentira do empreendedorismo, diz líder do Entregadores Antifascistas. *Folha de Pernambuco*, 10 de julho de 2020. Disponível em <<https://www.folhape.com.br/economia/acreditaram-na-mentira-do-empreendedorismo-diz-lider-do-entregadores/146706/>>, acesso 06/07/2021.
- Forsyth, Anthony. Playing catch-up but falling short: regulating work in the gig economy in Australia. *King's Law Journal*, v. 31, n. 2, p. 287-300, 2020.
- Gopakumar, K. The entrepreneur in economic thought: a thematic overview. *Journal of Entrepreneurship*, v. 4, n. 1, p. 1-17, 1995.
- Gorman, Daniel, Jr. Revisiting Joseph Campbell's 'Power of Myth'. *Intermountain West Journal of Religious Studies*, v. 5, n. 1, p. 73-88, 2014.
- Grapard, Ulla; Hewitson, Gillian. (eds.) *Robinson Crusoe's economic man: a construction and deconstruction*. London: Routledge, 2011.
- Grebel, Thomas. *Entrepreneurship*. London: Routledge, 2004.
- Groark, Kevin P. Freud among the Boasians: psychoanalytic influence and ambivalence in American anthropology. *Current Anthropology*, v. 60, n. 4, p. 559-588, 2019.
- Gunn, Joshua; Cloud, Dana L. Agentic orientation as magical voluntarism. *Communications theory*, v. 20, p. 50-78, 2010.
- Harju, Anu; Moisander, Johanna. Fans on the threshold: Steve Jobs, the sacred in memorialization and the hero within. In: Campell, Noah; Desmond, John; Fitchett, James; Kavanagh, Donncha; McDonagh, Pierre; O'Driscoll, Aidan; Prothero, Andrea (eds). *Myth and the market*. Dublin: University College, Dublin, p. 51-66, 2014.
- Harpham, Geoffrey Galt. Metahistory's dangerous dream. In: Krakauer, David C.; Gaddis, John; Pomeranz, Kenneth (eds.). *History, Big History and metahistory*. Santa Fe: Santa Fe Institute, p. 83-94, 2017.
- Harwood, Edwin. The entrepreneurial renaissance and its promoters. *Society*, v. 16, p. 27-31, 1979.
- Hébert, Robert F.; Link, Albert N. *A history of entrepreneurship*. London: Routledge, 2009.

- Heller, Anne C. *Ayn Rand and the world she made*. New York: Doubleday, 2009.
- Hexham, I. Book Review: Nietzsche, the Aristocratic Rebel. *KOERS – Bulletin of Christian Scholarship*, v. 85, n. 1. DOI: 10.19108/KOERS.85.1.2492.
- Hirschman, Albert. *The rhetoric of reaction: perversity, futility, jeopardy*. Cambridge: Harvard University Press, 1991.
- Homem de Ferro. Direção de John Favreau. Hollywood: Marvel Studios, 2009. 126 min.
- Honko, Lauri. The problem of defining myth. *Scripta Instituti Donneriani Aboensis*, v. 6, 1972. DOI: 10.30674/scripta.67066.
- Ingrao, Bruna. Models in economics: fables, fictions, and stories. *Annals of the Fondazione Luigi Einaudi*, v. 52, p. 109-132, 2018.
- Jahn, Manfred. Narratology 2.2: a guide to the theory of narrative. Köln: University of Cologne, 2021. Disponível em <<http://www.uni-koeln.de/%7Eame02/pppn.pdf>>, acesso: 03/06/2021.
- Johansen, Christian Garmann; Sørensen, Bent Meier. Traversing the fantasy of the heroic entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, v. 23, n. 2, p. 228-244, 2017.
- Joose, Paul. Becoming a God: Max Weber and the social construction of charisma. *Journal of Classical Sociology*, v. 14, n. 3, p. 266-284, 2014.
- Kets de Vries, Manfred F. R. The dark side of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 1985. Disponível em <<https://hbr.org/1985/11/the-dark-side-of-entrepreneurship>>, acesso 15/06/2021.
- Kirzner, Israel M. Competição e atividade empresarial. Tradução de Ana Maria Sarda. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, [1973] 1986.
- Kirzner, Israel M. Entrepreneurial Discovery and the competitive market process: an Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, v. 35, n. 1, p. 60-85, 1997.
- Kirzner, Israel M. The alert and the creative entrepreneur: a clarification. *Small Business Economics*, v. 32, p. 145-152, 2009.
- Kizilov, Mikhail; Nikiforova, Ludmila. *Ayn Rand*. Moscow: Molodaj Gvardji, 2020.
- Laine, Lauri. *An eternal journey into an endless house: entrepreneurship as a hero-myth of the capitalist West*. Master in Entrepreneurship and Innovation Management (Dissertation). Aalto: Aalto University, 2017.
- Ländstrom, Hans. The evolution of entrepreneurship as a scholarly field. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, v. 16, n. 2, p. 65-243, 2020.
- Lévi-Strauss, Claude. The structural study of myth. *Journal of American Folklore*, v. 68, n. 270, p. 428-444, 1955.
- Lévi-Strauss, Claude. *Myth and meaning*. London: Routledge, 1978.
- Lewin, Peter. Entrepreneurship and the defense of capitalism: an examination of the work of Israel Kirzner. *Journal des Economistes et des Etudes Humaines*, v. 12, n. 2, p. 203-212, 2002.

- Linarelli, John. Did Nietzsche say anything to economists or about economics? *Research in the History of Economic Thought and Methodology*, v. 26A, p. 117-137, 2008.
- Ling L. Harris; Jackson, Scott B.; Owens, Joel; Seybert, Nicholas. Recruiting dark personalities for earnings management. *Journal of Business Ethics*, 2021. DOI: 10.1007/s10551-021-04761-z.
- Losurdo, Domenico. *Nietzsche, the aristocratic rebel*. Leiden: Brill, [2002] 2019.
- Lucas, Robert E., Jr. Macroeconomic priorities. *American Economic Review*, v. 93, n. 1, p. 1-14, 2003.
- Lucian of Samosata. *Lucian's True Story*. Translated by Francis Hickes, 1894. Available at <http://www.gutenberg.org/files/45858/45858-h/45858-h.htm>.
- Maciò, Daniela Donnini. Against ‘English happiness’: Pigou’s ethical quest and Nietzsche. *Annals of the Fondazione Luigi Einaudi*, v. 53, p. 193-212, 2019.
- Mackay, Charles. *Memoirs of extraordinary popular delusions and the madness of crowds*. 1852. Disponível em <<https://www.gutenberg.org/files/24518/24518-h/24518-h.htm>>, acesso 15/06/2021.
- Mahoney, Joseph T.; Nickerson, Jackson. Oliver Williamson: a Hero’s journey. *Journal of Institutional Economics*, p. 1-13, 2021. DOI: 10.1017/S1744137421000151.
- Mandell, Corey. What are your real chances of success? *Script*, Jul. 5 2017. Disponível em <<https://scriptmag.com/features/what-are-your-real-chances-of-success>>, acesso 08/06/2021.
- Masse, W. Bruce; Barber, Elizabeth Wayland; Piccardi, Luigi; Barber, Paul T. Exploring the nature of myth and its role in science. *Geological Society, London, Special Publications*, v. 273, p. 9-28, 2007.
- Marková, Ivana. *The dialogical mind: common sense and ethics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2016.
- Marshall, Alfred. *Principles of economics*. 1890. Disponível em <<https://www.marxists.org/reference/subject/economics/marshall/bk1ch01.htm>>, acesso: 03/06/2021.
- Mazzucato, Mariana. *The entrepreneurial State: debunking public vs. private sector myths*. London: Anthem, 2013.
- McCloskey, Deirdre N. *The rhetoric of economics*. 2nd ed. University of Winsconsin Press, [1986] 1998.
- McGoey, Linsey. Why billionaires like Bill Gates can’t fix the problems they helped create. *New York Times*, May 25, 2021. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2021/05/25/opinion/bill-melinda-gates-foundation.html?action=click&module=Opinion&pgtype=Homepage>>, acesso 14/06/2021.
- Michaelides, Panayotis; Kardasi, Ourania. Schumpeter’s theory of leadership: a brief sketch. *Journal of Philosophical Economics*, v. 2, p. 122-133, 2010.
- Michalopoulos, Stelios; Xue, Melanie Meng. Folklore. *NBER Working Paper Series*, n. 25430. Massachusetts: NBER, 2019.
- Minsaas, Kristi. The poetics of admiration: Ayn Rand and the art of heroic fiction. *Journal of Ayn Rand Studies*, v. 6, n. 1, p. 153-183, 2004.

- Mollon Neto, Roberto. *Reaganation: a nação e o nacionalismo (neo) conservador nos Estados Unidos (1981-1988)*. Dissertação – Mestrado em História. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2010.
- Montiel Mendez, Oscar Javier; Clark, Mark; Calderón Martínez, María Guadalupe. The dark side of entrepreneurship: an exploratory conceptual approach. *Economía Teoría y Práctica*, v. 28, n. 53, p. 71-96, 2020.
- Morgan, Mary. Models, stories and the economic world. *Journal of Economic Methodology*, v. 8, n. 3, p. 361-384, 2001.
- Morong, Cyril. Mythology, Joseph Campbell, and the socioeconomic conflict. *Journal of Socio-Economics*, v. 23, n. 4, p. 363-382, 1994.
- Morong, Cyril. Freedom and mythology: did Joseph Campbell have libertarian tendencies? S. D. Disponível em <<http://cyrilmorong.com/CampbellLibertarian2.doc>>, acesso 09/06/2021.
- Moudileno, Lydie. Barthes's Black soldier: the making of a mythological celebrity. *Yearbook of Comparative Literature*, v. 62, p. 57-72, 2019.
- Murphy, Patrick J.; Jiangwen Liao; Welsch, Harold P. A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, v. 12, n. 1, p. 12-35, 2006.
- Naudé, Wim (ed.). *Entrepreneurship and economic development*. London: Palgrave, 2011.
- Nelson, Robert H. *Economics as religion*. University Park: University of Pennsylvania Press, 2001.
- Neris, Celso Pereira, Jr.; Fucidji, José Ricardo. Economic theory and (ontological) reductionism: some pitfalls in the road of the microfoundations project. *Brazilian Keynesian Review*, v. 6, n. 2, p. 192-214, 2021.
- Nicholson, Sarah. The problem of woman as a hero in the work of Joseph Campbell. *Feminist Theology*, v. 19, n. 2, p. 182-193, 2011.
- Oatley, Keith. The mind's flight simulator. *The Psychologist*, v. 21, n. 12, p. 1030-1032, 2009.
- Örtenblad, Anders (ed.). *Against entrepreneurship: a critical examination*. London: Palgrave, 2021.
- Osonjački, Vedran. Najveća investicija: mit o američkom poduzetništvu. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, 2016.
- Padilha, Conrado Valle de Queiroz. O conceito de “mito” na obra de Roland Barthes: desdobramentos e atualidade. Dissertação – Mestrado em Comunicação e Semiótica. São Paulo: PUC-SP, 2014.
- Palacios, Fernanda; Terenzzo, Martha. *O guia completo do storytelling*. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.
- Pals, Daniel. *Seven theories of religion*. Oxford: Oxford University Press, 1996.
- Paulson, Steve; Gleisler, Marcelo; Freese, Katherine; Tegmark, Max. The unification of physics: the quest for a theory of everything. *Annals of the New York Academy of Sciences*, v. 1361, n. 1, p. 18-35, 2015.
- Piketty, Thomas. *O capital no século XXI*. Tradução de Mônica Baumgarten de Bolle. São Paulo: Intrínseca, 2014.

- Pilotta, Joseph P. The entrepreneur as hero? In: Berdayes, Vincent; Murphy, John W. (eds.). *Neoliberalism, economic radicalism, and the normalization of violence*. Berlin: Springer, p. 37-52, 2016.
- Poettinger, Monika. An actor of change: the entrepreneur of Fritz Redlich. 22nd Annual ESHET Conference 7-9 June 2018. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2018.
- Rand, Ayn. *Atlas shrugged*. New York: Signet, [1957] 2005 (e-book).
- Redlich, Fritz. The business leader in theory and reality. *American Journal of Economics and Sociology*, v. 8, n. 3, p. 223-237, 1949.
- Redlich, Fritz. The business leader as a ‘daimonic’ figure. *American Journal of Economics and Sociology*, v. 12, n. 2, p. 163-178, 1953a.
- Redlich, Fritz. The business leader as a ‘daimonic’ figure, II. *American Journal of Economics and Sociology*, v. 12, n. 3, p. 289-299, 1953b.
- Redlich, Fritz. A program for entrepreneurial research. *Weltwirtschaftliches Archiv*, v. 78, p. 47-66, 1957.
- Reinert, Hugo; Reinert, Erik S. Creative destruction in economics: Nietzsche, Sombart, Schumpeter. In: Backhaus, Jürgen G.; Drechsler, Wolfgang (eds.). *Friedrich Nietzsche (1844-1900): economy and society*. Berlin: Springer, p. 55-86, 2006.
- Rensma, Ritske. *The innateness of myth: a new interpretation of Joseph Campbell's reception of C. G. Jung*. London: Continuum, 2009.
- Repapis, Constantinos. J. M. Keynes, F. A. Hayek and the common reader. *Economic Thought*, v. 3, n. 2, p. 1-20, 2014.
- Robin, Corey. Wealth and the intellectuals: Nietzsche, Hayek, and the Austrian School of Economics. In: Leeson, Robert (ed.). *Hayek: a collaborative biography*. London: Palgrave, v. 5, p. 91-111, 2015.
- Rogers, Brett M. Heroes ~~un~~limited: the theory of the Hero’s Journey and the limitation of the superhero myth. In: Kovacs, George; Marshall, C. W. (eds.). *Classics and comics*. Oxford: Oxford University Press, p. 73-86, 2011.
- Rose, Steve. The US military storm Hollywood. *The Guardian*, 6 de julho de 2009. Disponível em <<https://www.theguardian.com/film/2009/jul/06/us-military-hollywood>>, acesso 18/06/2021.
- Sacco, Pier Luigi. ‘There are more things in heaven and earth...’ A ‘narrative turn’ in economics? *Journal of Cultural Economics*, 2020 (forthcoming). DOI: <https://doi.org/10.1007/s10824-020-09377-1>
- Sandler, Florence; Reecck, Darrell. The masks of Joseph Campbell. *Religion*, v. 11, p. 1-20, 1981.
- Santarelli, Enrico; Pesciarelli, Enzo. The emergence of a vision: the development of Schumpeter’s theory of entrepreneurship. *History of Political Economy*, v. 22, n. 4, p. 677-696, 1990.
- Santos, Milton. *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana*. 2^a ed. São Paulo: EDUSP, [1979] 2004.

- Schumpeter, Joseph Alois. *The theory of economic development*. Translated by Ursula Backhaus, [1911] 2003. In: Backhaus, Jürgen (ed.). *Joseph Alois Schumpeter: entrepreneurship, style and vision*. Dordrecht: Kluwer, p. 61-118, 2003.
- Schumpeter, Joseph Alois. *Teoria do desenvolvimento econômico*. Tradução de Maria Sílvia Possas. São Paulo: Nova Cultural, [1934] 1997.
- Schumpeter, Joseph Alois. *Capitalism, socialism, and democracy*. London: Routledge, [1943] 2003.
- Scorsese, Martin. I said Marvel movies aren't cinema. Let me explain. *New York Times*, Nov. 4, 2019.
- Spinelli, Miguel. O *daimónion* de Sócrates. *Hypnos*, v. 11, n. 16, p. 32-61, 2006.
- Senn, Peter R. The influence of Nietzsche on the history of economic thought. In: Backhaus, Jürgen G.; Drechsler, Wolfgang (eds.). *Friedrich Nietzsche (1844-1900): economy and society*. Berlin: Springer, p. 9-38.
- Segal, Robert A. Joseph Campbell on Jews and Judaism. *Religion*, v. 22, p. 151-170, 1992.
- Segal, Robert A. *Myth analyzed*. London: Routledge, 2021.
- Shiller, Robert. Narrative economics. *American Economic Review*, v. 107, n. 4, p. 976-1004, 2017.
- Shiller, Robert. *Narrative economics: how stories go viral and drive major economic events*. Princeton: Princeton University Press, 2019.
- Shiller, Robert. Animal spirits and viral popular narratives. *Review of Keynesian Economics*, v. 9, n. 1, p. 1-10, 2021.
- Smith, Adam. *Riqueza das nações*. Tradução de Norberto de Paula Lima. São Paulo: Hemus, [1776] 2003.
- Silva, Marco Fraga. New myths of speculative fiction cinema: how mythical thought is returning in the contemporary world. *Ação Midiática*, n. 19, p. 12-34, 2020.
- Söllner, Fritz. The use (and abuse) of Robinson Crusoe in neoclassical economics. *History of Political Economy*, v. 48, n. 1, p. 35-64, 2016.
- Talmage, Craig A.; Gassert, T. Alden. Unsettling entrepreneurship by teaching dark side theories. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 2020. DOI: 10.1177/2515127420910415.
- Tavares, Maria Augusta. Worker, the market is your worst boss. *Critique*, v. 45, n. 1/2, p. 59-80, 2017.
- Teitelbaum, Benjamin R. *Guerra pela eternidade*. Campinas: Editora da Unicamp, 2020.
- Terán-Yépez, Eduardo F.; Guerrero-Mora, Andrea M. Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Espacios*, v. 41, n. 7, p. 7-23, 2020.
- Terjensen, Andrew. Tony Stark and the "Gospel of Wealth". In: White, Mark D. *Iron Man and philosophy: facing the stark reality*. Hoboken: John Wiley, p. 97-114, 2010.
- The Economist*. The political CEO, April 17, 2021. Disponível em <<https://www.economist.com/leaders/2021/04/15/the-political-ceo>>, acesso 09/06/2021.

- Tokumitsu, Miya. *Do what you love and other lies about success and happiness*. New York: Regan Arts, 2015.
- Tolkien, J. R. R. On fairy-stories. 1947 [1939]. In: Flieger, Verlyn; Anderson, Douglas A. (eds.). *Tolkien on fairy-stories*. Bloomington: HarperCollins, p. 27-84, 2008.
- Tutt, Daniel. Nietzsche in his time: the struggle against socratism and socialism. *Historical Materialism*, 2019. Disponível em <<https://www.historicalmaterialism.org/book-review/nietzsche-his-time-struggle-against-socratism-and-socialism>>, acesso 10/06/2021.
- Verduyn, Karen; Dey, Pascal; Tedmason, Deirdre. A critical understanding of entrepreneurship. *Revue de l'Entrepreneuriat*, v. 16, n. 1, p. 37-45, 2017.
- Vogler, Christopher. *A jornada do escritor: estruturas míticas para escritores*. Tradução de Ana Maria Machado. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, [1998] 2006.
- Uchôa de Oliveira, Flávia Manuella. *Somos todos empreendedores? A demanda empreendedora como dispositivo de governo neoliberal*. Doutorado em Psicologia. São Paulo: USP, 2020.
- Vallois, Nicolas; Chassonery-Zaïgouche, Cléo. “There is nothing wrong about being money grubbing!” Milton Friedman’s provocative “Capitalism and the Jews” in context, 1972-88. *History of Political Economy*, v. 53, n. 2, p. 313-345, 2021.
- Viana, Jefferson. Por que a esquerda odeia o empreendedorismo? *Instituto Liberal*. Disponível em <<https://www.institutoliberal.org.br/blog/por-que-a-esquerda-odeia-o-empreendedorismo/>>, acesso 06/07/2021.
- Wadhwani, R. Daniel; Lubinski, Christina. Reinventing entrepreneurial history. *Business History Review*, v. 91, p. 767-799, 2018.
- Walker, Ronald G. *Thoughts on the legacy of Joseph Campbell, feminist reaction, and the study of the myth*. Mimeo. 2020.
- Weisman, Boris. Levi-Strauss, Claude. In: Murray, Christopher John (ed.). *Encyclopedia of Modern French Thought*. London: Routledge, p. 421-427, 2004.
- Weitzman, Mark. “One knows the tree by the fruit that it bears”: Mircea Eliade’s influence on current far-right ideology. *Religions*, v. 11, n. 5, 2019. DOI: 10.3390/rel11050250.
- Whelan, Garvan; O’Gorman, Colm. The Schumpeterian and universal hero myths in stories of Irish entrepreneurs. *Irish Journal of Management*, v. 28, n. 2, p. 79-108, 2007.
- Wood, Thomaz, Jr; De Paula, Ana Paula Paes. Pop-management: contos de paixão, lucro e poder. *Organizações e Sociedade*, v. 9, n. 24, p. 39-51, 2002.
- Zingales, Luigi; Kasperkevic, Jana; Schechter, Asher (eds.). *Milton Friedman 50 years later*. Chicago: ProMarket, 2021.