

CAPÍTULO I

UMA INTRODUÇÃO, UMA EXPOSIÇÃO DE PRINCÍPIOS E UM “UM CONSTATAR PARA EXPLICAR”.

“O que eu vi, sempre, é que toda ação principia mesmo é por uma palavra pensante. Palavra pegante, dada ou guardada, que vai rompendo rumo.”

(Riobaldo em Grande sertão: veredas – J. Guimarães Rosa)

I.1: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES, DE CARÁTER INTRODUTÓRIO

Empreendedorismo, o termo surgiu, por aqui, por duas *veredas*. Uma primeira, para um público mais acadêmico, professores e estudantes universitários, no início dos 80, nos cursos de Administração de Empresas – sendo a primeira experiência através do Professor Ronald Degen, em 1981, na Escola de Administração de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, que criou uma disciplina, “Novos Negócios”, dentro do CEAG, *Curso de Especialização em Administração para Graduados*¹; quando se julgou

¹ – DOLABELA, Fernando, *OFICINA DO EMPREENDEDOR*, Cultura Editores Associados, São Paulo, 1999; PARDINI, Délio Jardim, PAIM, Lúcia Regina Corrêa, *EMPREENDEDORISMO E INTERDISCIPLINARIDADE: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA NO ENSINO DE GRADUAÇÃO*, in Anais do II EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, UEM/UUEL, Londrina/PR, Novembro/2001, pp: 227/240; LIMA, Marcos, DOLABELA, Fernando, *APRENDIZADO DE EMPREENDEDORISMO EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO*

necessário nomear o ramo emergente dos estudos sobre a criação de negócios próprios. Uma outra *vereda*, na segunda metade dos 80, para um outro público que trabalha (técnicos, gestores e políticos) e habita (trabalhadores e produtores autônomos, microempresários de fato e potenciais, desempregados, etc.) uma certa zona denominada de *baixa-renda*, nas três primeiras tentativas de introduzir o Método CEFE (então, *Creation of Enterprises, Formation of Entrepreneurs* – Criação de Empresas, Formação de Empresários) através da cooperação técnica brasileira-alemã em Belo Horizonte, Porto Alegre e Fortaleza; quando também se julgou necessário nomear o ramo emergente de atividades integradas a programas de desenvolvimento urbano e micro-empresarial, subordinados ao PRORENDA (*Programa de Viabilização de Espaços Econômicos para Populações de Baixa Renda*), executadas nas esferas públicas estaduais, a partir de órgãos ligados ao trabalho e à ação social em convênio com a GTZ (*Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit* – Sociedade Alemã de Cooperação Técnica)².

Vê-se aí a sombra do inglês (*afrancesado*), a palavra *entrepreneurship*. Trata-se de palavra – empreendedorismo – ainda não dicionarizada (nem no *aurélio*, nem no *houaiss*), portanto, ainda “virgem” e à mercê da horda de *antropófagos* que por aqui habita: “*desde Sardinha, há muito estranja a se comer!*” (como disse Caetano Veloso certa vez).

É por essas duas *veredas* que começa nossa *travessia*. Nada mais *pegante* e *rompedor*.

O presente trabalho, fruto de uma longa *travessia* de estudos e constatações empíricas baseadas nas experiências do dia-a-dia em trabalhos – no sentido de capacitar e “organizar” – junto a uma parcela de pequenos produtores, comerciantes e prestadores de serviços localizados notadamente em periferias e favelas de cidades e no campo desse imenso Brasil pleno de diversidades, pretende contribuir, modestamente, com elementos que

SUPERIOR NO BRASIL, in Anais do II ENEMPRE – Encontro Nacional de Empreendedorismo, ENE/UFSC e CNPq, Florianópolis – SC, Outubro/2000; DEGEN Ronald J., *O EMPREENDEDOR – FUNDAMENTOS DA INICIATIVA EMPRESARIAL*, McGraw-Hill, São Paulo, 1989.

² – GOMES, Rosemary, MELLO, Ricardo, SILVEIRA, Caio Márcio, *METODOLOGIAS DE CAPACITAÇÃO, CEFE – GESPAR – CAPACITAÇÃO MASSIVA*, publicado pela FASE, NAPP e FINEP, Rio de Janeiro, 1997.

conformem um metamodelo empreendedor popular brasileiro. Nossos esforços de pesquisa se dedicaram então, a decifrar, decodificar e interpretar esse tipo de “microempresário-de-si-próprio”. E, ao definir e interpretar esse empreendedor popular buscaremos contribuir também para a discussão sobre uma certa tipologia de empreendedor brasileiro: *o virador*.

A literatura especializada, notadamente estrangeira (e a *nossa*, por aqui, por influência daquela), por exemplo, aborda com freqüência e profundidade o tema utilizando as terminologias “artesão” e “oportunista” entre os vários tipos de empreendedor³. Por aqui, é freqüente o uso de tais tipologias, mas sem a devida contextualização. Aqui o “artesão” tem outras especificidades sócio-históricas e culturais diferentemente daquelas percebidas no caso do artesão do hemisfério norte e que referencia aquela literatura⁴. E sobre o “oportunista”, não ouse chamar alguém disso por aqui, soa mal, é quase até *nome-de-mãe*⁵.

Visto isso, tentaremos então contribuir com especificidades que contextualizem o nosso *virador* – que tanto pode ser um artesão, um camelô, um dono de uma *bodega* qualquer, um autônomo, um desempregado ou um assalariado sem carteira, enfim, aquele que “se vira”⁶ – que difere, por

³ – FILION, Louis Jacques, *EMPREENDEDORISMO: EMPREENDEDORES E PROPRIETÁRIOS GERENTES DE PEQUENOS NEGÓCIOS*, Revista de Administração de Empresas, São Paulo, V. 34, n. 2, pp: 05/28, Abril/Junho 1999; URIARTE, Luiz Ricardo, DALMAU, Marcos Baptista Lopes, BARCIA, Ricardo Miranda *et al.*, *EMPRESÁRIO OU EMPREENDEDOR?*, Anais do I EGEPE – Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, UEM/UUEL, Maringá-PR, pp: 71/80, Outubro/2000.

⁴ – SOUZA NETO, Bezamat, *CONTRIBUIÇÃO E ELEMENTOS PARA UM METAMODELO EMPREENDEDOR: O CASO DO ARTESÃO BRASILEIRO*, in Anais do II ENEMPRES, op. cit.; SOUZA NETO, Bezamat, *BUSCANDO CONHECER ESSA MODERNIDADE ATRAVÉS DA HISTÓRIA DO ARTESANATO: O CASO DA PRODUÇÃO DO CARRO DE BOIS*, Tese de Mestrado, COPPE/UFRJ, Março de 1995.

⁵ – SOUZA NETO, Bezamat, *GENEALOGIA E ESPECIFICIDADES ACERCA DE UM TIPO DE EMPREENDEDOR POPULAR: O ARTESÃO BRASILEIRO*, Anais do II EGEPE, op. cit., pp: 106/116.

⁶ – LESSA, Carlos, *AUTO-ESTIMA E DESENVOLVIMENTO SOCIAL*, Editora Garamond, Rio de Janeiro, 2000.

razões sócio-histórica e cultural, dos clássicos tipos – conforme o modelo taxionômico do pensamento empreendedor – do hemisfério norte.

Caminharemos no sentido de que nenhuma tipologia é suficientemente completa a ponto de cobrir todos os tipos de empreendedores. Cada caso pode ser considerado único. Entretanto, elas provêm uma base para a compreensão dos pontos de apoio, bem como dos valores e do pensamento dos empreendedores, e as linhas para a compreensão da consistência comportamental geral desses atores, na medida em que devemos contextualizar o ambiente o qual aquele está inserido.

Ao levantarmos tais especificidades, veremos também o quanto está embaçado o debate acadêmico por aqui acerca do tema Empreendedorismo, nota-se uma grande lacuna. Reina, no nosso entendimento, uma certa adoção acrítica de modelos estrangeiros e em cuja aceitação (inconscientemente, às vezes), *não antropofágica* e não relativizada, perde-se muito. Não existe por aqui, ainda, uma preocupação epistemológica no sentido de uma *teoria empreendedora à brasileira* ancorada em nossos valores (mas quais?, de antemão). E constata-se, infelizmente, o dito de um certo poeta de que: “*o Brasil não conhece o Brasil*”⁷.

Por exemplo, e de forma ainda introdutória (como dito), Max Weber ao escrever “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo”⁸ não fazia uma apologia dos povos sob a esfera religiosa protestante, nem preconizava um “mero bom senso comercial” daqueles. Ele se interessava – e “esta é a essência do problema” – em “uma ética peculiar”, através da conformação de um *ethos*⁹ que deu vida ao tal *espírito do capitalismo moderno*.¹⁰ Toda sua

⁷ – Não sei se Tom Jobim, Francis Hime ou outro arguto e tão sensível observador.

⁸ – WEBER, Max, *A ÉTICA PROTESTANTE E O ESPÍRITO DO CAPITALISMO*, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1989.

⁹ – “O termo *ethos* é uma transliteração dos dois vocábulos grego *ethos* (com eta inicial) e *ethos* (com épsilon inicial). (...) A primeira acepção de *ethos* (com eta inicial) designa a morada do homem. O homem habita sobre a terra acolhendo-se ao recesso seguro do *ethos*. Este sentido de lugar de estada permanente e habitual, de um abrigo protetor, constitui a raiz semântica que dá origem à significação do *ethos* como costume, esquema praxeológico durável, estilo de vida e ação (...). A segunda acepção de *ethos* (com épsilon inicial) diz respeito ao comportamento que resulta de um constante repetir-se dos mesmos atos. (...) O *ethos* nesse caso, denota uma constância no agir que se

obra foi marcada, apesar da multiplicidade de interesses, por uma questão fundamental: a tentativa de estabelecer a especificidade do racionalismo ocidental. E, para ele, no caso do racionalismo ocidental, esse quadro de referência é o princípio da **dominação do mundo**, quando todas as dimensões do pensamento e da ação humana vão obedecer ao critério da **instrumentalidade**.¹¹

Ao agir, em sua busca, de forma comparativa e notadamente a partir das esferas religiosas, para Weber, é o protestantismo ascético que atualiza e radicaliza uma forma de consciência, nas suas dimensões cognitiva e moral, no contexto do racionalismo ocidental. Essa atualização se refere ao princípio do controle racional do mundo à medida que este é **desencantado**. E *a ética protestante e o espírito do capitalismo* reflete, de forma precisa, o esforço de percepção da gênese dessa revolução de consciência, a qual equivaleria à maior transformação da história humana e desencadeadora de todas as grandes conquistas do Ocidente.¹²

Como ele agiu de forma comparativa – e é isso que dá significação e validade universal ao Ocidente quando este é comparado a outros racionalismos culturais –, daí, uma certa presunção de superioridade do protestante sobre, por exemplo, nós “outros” ibero-americanos (*nosotros!*), que alguns de seus vários interpretadores e herdeiros, por aqui, equivocadamente pleiteiam, é digna de lástima.

Os trabalhos científicos elaborados pelos pensadores do campo de estudo do Empreendedorismo, pelo menos os que tenho visto até agora,

contrapõe ao impulso do desejo (órexis). Essa constância do ethos como disposição permanente é a manifestação e como que o vinco profundo do ethos como costume, seu fortalecimento e o relevo dado às suas peculiaridades. O modo de agir (trópos) do indivíduo, expressão da sua personalidade ética, deverá traduzir, finalmente, a articulação entre ethos como caráter e o ethos como hábito.” in VAZ, Henrique C. de Lima, ESCRITOS DE FILOSOFIA II. ÉTICA E CULTURA, Editora Loyola, São Paulo, 1993, pp: 13/14.

¹⁰ – WEBER, Max, op. cit., p. 31.

¹¹ – SOUZA, Jessé, *A ÉTICA PROTESTANTE E A IDEOLOGIA DO ATRASO BRASILEIRO*, in SOUZA, Jessé (Org.), *O MALANDRO E O PROTESTANTE. A TESE WEBERIANA E A SINGULARIDADE CULTURAL BRASILEIRA*, Editora UNB, Brasília, 1999, pp: 17/54.

¹² – Ibid.

citam Weber sem aprofundar a questão (quando muito, o colocam como um dos “fundadores” ou “influenciadores” da corrente comportamentalista) e não percebem a dimensão da *ferramenta de análise* criada por ele. Aí entra-se numa comparação pobre e negativista: nós – ibéricos, católicos –, filhos do “outro” Ocidente, somos **atrasados** em relação ao *nosso-grande-irmão-do-norte*, USA, protestante, capitalista, democrático, eficientes e moderno.

A repercussão por aqui (que veremos a frente, e com os devidos detalhes), na mídia especializada, sobre o resultado do GEM-2002, *Global Entrepreneurship Monitor*, pesquisa de âmbito multinacional e de longo prazo, coordenada pelo *Babson College* e a *London School of Business* (em 2002, 37 países pesquisados, quase 2/3 da população do mundo e algo em torno de 92% do PIB mundial) – Brasil, 1º Lugar em **empreendedorismo por necessidade**, *Necessity-Based Entrepreneurial Activity by Country*, e 16º colocado em **empreendedorismo por oportunidade**, *Opportunity-Based Entrepreneurial Activity by Country* – foi sintomática. Houve um “constrangimento” generalizado: **realmente somos atrasados!**

Por essas e outras, em nossa *travessia* se pretende buscar especificidades acerca de um certo “jeitinho brasileiro” – embora o uso do diminutivo *inho*, para alguns, empreste uma certa valoração negativa, para nós, como nos ensinou Guimarães Rosa (que abusou do uso de diminutivos dos mais variados e inesperados tipos¹³), o *inho* denota e empresta afetividade à *travessia*. E é a partir dessa afetividade que nos recusamos a vislumbrar o “jeitinho brasileiro” como “folclore” ou simples “sobrevivência cultural”, destinado a desaparecer, como que por encanto, com a emergência de um suposto desenvolvimento econômico ou evolução histórica. Trata-se na verdade, da conformação de um *ethos* peculiar que propiciou nossa engenhosidade social, nossa forma de agir e de pensar, tanto nos aspectos de natureza subjetiva e de natureza externa, mundo social e econômico. Um

¹³ – MARTINS, Nilce Sant’ Anna, *O LÉXICO DE GUIMARÃES ROSA*, Editora da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001; COUTINHO, Eduardo F., *GUIMARÃES ROSA: UM ALQUIMISTA DA PALAVRA*, no Prefácio de *JOÃO GUIMARÃES ROSA – FICÇÃO COMPLETA*, Editora Nova Aguilar, Rio de Janeiro, 1994, Volume I, pp: 11/24; LISBOA, Henriqueta, *O MOTIVO INFANTIL NA OBRA DE GUIMARÃES ROSA, JOÃO GUIMARÃES ROSA – FICÇÃO COMPLETA*, Volume I, op. cit., pp: 133/141.

certo *espírito do empreendedorismo de um brasileiro*, daquele que “se vira”, principalmente, por necessidade.

E assim sendo, pretendemos nessa *travessia* portanto, **relativizar nossas especificidades e articular nossas diferenças** ao expor, a partir de uma revisão bibliográfica acrescida de doses de experimentos vivenciados, uma “matriz global” de uma teoria empreendedora que por aqui chegou e alimenta as nossas elites pensantes, e cuja essência e ação se dá de fora para dentro e de cima para baixo. Em contraposição com uma outra, uma “matriz local” de uma *nova* teoria empreendedora, enraizada em *terra brasilis* (e/ou *antropofagizada* daquela – num revisitar o nosso “tupi or not tupi”), e cuja essência e ação se dá de dentro para fora e de baixo para cima. Esta, no nosso entendimento, plena de esperança. Aquela, carregada de resignação e de preconceitos.

Como um contorno do presente trabalho, nos inspiramos também no dito de Antônio Cândido que ao iniciar o artigo “O Homem dos Aessos”¹⁴, dá-nos o seguinte aviso:

“Na extraordinária obra-prima Grande Sertão: veredas há de tudo para quem souber ler, e nela tudo é forte, belo, impecavelmente realizado. Cada um poderá abordá-la a seu gosto, conforme o seu ofício; mas em cada aspecto aparecerá o traço fundamental do autor, a absoluta confiança na liberdade de inventar.”¹⁵

Mais a frente, Antônio Cândido comparando Guimarães Rosa com Euclides da Cunha num paralelo entre “Grande sertão: veredas” e “Os sertões”, busca similitudes e as encontra nos três elementos estruturais que apoiam a composição: **a terra, o homem, a luta.**

“Uma obsessiva presença física no meio; uma sociedade cuja pauta e destino dependem dele; como resultado, o conflito entre os homens.”¹⁶

¹⁴ – CÂNDIDO, Antônio, *O HOMEM DOS AVESSOS*, in *JOÃO GUIMARÃES ROSA – FICÇÃO COMPLETA*, Volume I, op. cit., 78/92.

¹⁵ – Ibid., p.78.

¹⁶ – Ibid., p. 79.

Mas a analogia pára por aí, pois a atitude *euclideana*, segundo Cândido, é de uma marcha lógica e sucessiva do “*constatar para explicar*”, enquanto a de Guimarães Rosa é a de “*inventar para sugerir*”.

É, pois, nesse sentido que queremos, pretensiosamente, nortear nossa dissertação. Iniciamos, seguindo os ditames acadêmicos, com um “constatar para explicar” e, nos permitiremos encerrar com “um inventar para sugerir”. Mas também nos permitiremos que durante a *travessia*, uma trança com as quatro possibilidades – **constatar; explicar; inventar; e sugerir** – emersa, não necessariamente nessa ordem, ora aqui e ora acolá, ressaltando uma e/ou outra, de formas a permitir, pretensiosamente (mais uma vez!), a ressonância na imaginação e na sensibilidade.

E como a *travessia* busca “traduzir” em termos cognitivos o que é apreendido afetivamente, vai requerer, certamente, um esforço sistemático, do ponto de vista intelectual, para ser traduzível numa linguagem aproximadamente científica que abra espaços a discussões menos impressionistas.

E, nesse sentido, tenho plena consciência de que não é preciso nenhuma fundamentação acadêmica para afirmar que esse empreendimento é uma aventura ambiciosa, não só pela novidade que lhe é intrínseca, mas também pelo tamanho e a complexidade da tarefa: um grande e doloroso esforço de incorporação mental do mundo imediatamente dado como experiência. Tenho a curiosidade intelectual de investigar e trazer respostas aos questionamentos propostos e a ousadia de “inventar” meu próprio caminho. Nesse processo, sirvo-me e sinto-me, prazerosamente, parte de certo tipo de produção intelectual brasileira que, tradicionalmente, fez do entendimento do Brasil um de seus principais temas.

E aqui também um humilde convite a subir e a descer, a descer e a subir, morros, ruas e vielas, grotas e veredas, por esse *brasil-sertões-gerais*, e nesse:

“o convite a sentir as areias doces de uma certa praia sob nossos pés nus. A encontrar uma certa 'terra brasilis' onde sopra um hálito morno e doce de paixão. Apesar dos desterrados de nossos tempos. Dos Herodes de nossos tempos.”¹⁷

¹⁷ – BARTHOLO JR., Roberto S. no prefácio de *ENGRENAGENS DA FANTASIA: ENGENHARIA, ARTE E CONVIVÊNCIA*, de SOUZA, Hamilton Moss de, Ed. Bazar das Ilusões, Rio de Janeiro, 1989.

I.2: UMA PRIMEIRA ABORDAGEM SOBRE O TEMA, A PARTIR “DELES”¹⁸

Diante do que trata a literatura sobre o tema, em linhas gerais, parece ser possível perceber que o Empreendedorismo fora reconhecido como um elemento fundamental para a viabilização e a condução de empreendimentos e, em última instância, do processo de desenvolvimento do capitalismo – com o surgimento da economia de mercado, com as mudanças sociais e comportamentais decorrentes, e com o lucro sendo aceito como a origem do mercado de trabalho.¹⁹ Não obstante, o valor facultado ao empreendedorismo surge no bojo do paradigma liberal do século XIX e com a Revolução Industrial – marcos, a partir dos quais, vários teóricos, estudiosos e pesquisadores aprofundam questões alusivas à determinação de seu perfil, bem como, características de sua atuação²⁰.

Em inglês se utiliza o vocábulo francês “entrepreneur”²¹ para denominar os novos empresários e as pessoas que se estabelecem por conta própria, aos empreendedores. O termo *entrepreneur* também designa o indivíduo que tem o mérito de lançar-se no mercado em busca de novas oportunidades de negócio e, para tanto, esse personagem, continuamente,

¹⁸ – O possessivo “deles” aqui simboliza o que é dito na tal “literatura especializada” e não tem, em absoluto, nenhum juízo de valor. Nossa posição é de neutralidade, por enquanto, e de mero observador/relator e queremos, de antemão, começar a conformar, ainda que de forma introdutória, a tal “matriz global”. O que será dito é comumente encontrado na vasta literatura especializada e o que se pretende é apresentar uma “plataforma” para se adentrar ao *mundo* do Empreendedorismo.

¹⁹ – PASTRO, Ivete Inês, *ENTREPRENEUR: HABILIDADE DE CRIAR E INOVAR*, in Anais do II EGEPE, op. cit., pp: 128/141; BLATT, Cleide R., OKAMOTO, Vânia M. R., *GESTOR EMPREENDEDOR E INOVADOR*, in Anais do II ENEMPRES, op. cit.

²⁰ – LEITE, Emanuel, *O FENÔMENO DO EMPREENDEDORISMO CRIANDO RIQUEZAS*, Editora Bagaço, Recife, 2000; PASTRO, Ivete Inês, op. cit.; BLATT, Cleide R., OKAMOTO, Vânia M. R., op. cit.

²¹ – Algumas palavras-chave usadas no vocabulário moderno das ciências gerenciais, curiosamente, vêm da língua francesa. Por exemplo, o termo *manager* (gerente) vem do francês antigo *ménager*, que significava cuidar bem da casa ou organizar cuidadosamente.[in FILION, Louis Jacques, op. cit.]

encontra-se disposto a assumir riscos, com a permanente inclinação à criação e inovação.²²

Na época atual, a globalização, suas mazelas e o seu evidente impacto sobre os negócios, não deixam dúvidas quanto a valorização do empreendedor – o *entrepreneur* –, uma vez que é difícil, diante desse contexto, manter a independência política e econômica, bem como, não participar de atividades voltadas intensamente à inovação, para fins exclusivos de enfrentamento das constantes mudanças no que tange ao cenário mundial dos negócios.²³

Para que haja uma melhor compreensão, vê-se a seguir algumas definições sucintas, bem como, variações de visões sobre o termo *entrepreneur*, a partir de uma perspectiva histórica.

O uso mais antigo do termo *entrepreneur* se registra no século XII, para definir “*aquele que incentivava brigas*”²⁴. Na história militar francesa, no século XVII, fazia referência a pessoas que se comprometiam em conduzir expedições militares²⁵. Mas atribui-se a um irlandês do século XVIII chamado Richard Cantillon (1697-1734), o primeiro uso do termo *entrepreneur* no contexto empresarial, para referir-se a alguém que compra bens e serviços a certos preços com vistas de vendê-los a preços incertos no futuro. Em outras palavras, correndo um risco não assegurado. Cantillon era um banqueiro que, hoje, poderia ser descrito como um capitalista de risco. Era um homem em busca de oportunidades de negócios, preocupado com o gerenciamento inteligente de negócios e a obtenção de rendimentos otimizados para o capital investido. Era um nobre que vivia de rendas e que buscava oportunidades de negócios. Viajou pelo mundo e era capaz de analisar uma operação identificando nela aqueles elementos que já eram lucrativos e os

²² – KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, *BREVE HISTÓRIA DA FUNÇÃO EMPRESARIAL*, artigo disponível, em português, no site www.gtz.de/cefe

²³ – PASTRO, Ivete Inês, op. cit.; LEITE, Emanuel, op. cit.

²⁴ – VÉRIN, H., *ENTREPRENEURS, ENTREPRISES, HISTOIRE D'UNE IDÉE*, Presses Universitaires de France, Paris, 1982, p. 31; FILION, Louis Jacques, op. cit., p. 18; GREATTI, Ligia, SENHORINI, Vilma Meurer, *EMPREENDEDEDORISMO – UMA VISÃO COMPORTAMENTALISTA*, Anais do I EGEPE, op. cit., pp: 22/34; BLATT, Cleide R., OKAMOTO, Vânia M. R., op. cit.

²⁵ – KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, op. cit.; VÉRIN, H., op. cit.; FILION, Louis Jacques, op. cit., p. 18; GREATTI, Ligia, SENHORINI, Vilma Meurer, op. cit.

que poderiam vir a ser mais ainda. Investiu, por exemplo, em plantações de chá na Índia, até em operações de comércio no vale do Mississipi. Seu manuscrito, que relatava, em detalhes, suas viagens e seus negócios, “*Essai sur la nature du commerce en général*”, foi publicado postumamente, com correções do editor, vinte anos depois de ser amplamente distribuído em Paris e Londres. Para ele, basicamente, o *entrepreneur* era uma pessoa que aproveitava as oportunidades com a perspectiva de obter lucros, assumindo os riscos inerentes.²⁶

Na visão do economista escocês Adam Smith (1723-1790), nessa mesma época, ao *entrepreneur* atribui-se também o papel de “criador de riquezas”.²⁷

Depois, Jean-Baptiste Say (1768-1832), em 1803, descreveu a função do *entrepreneur* em termos mais amplos ao fazer a distinção entre empreendedores e capitalistas e entre os lucros de cada um. E ao fazê-lo, Say associou os empreendedores à inovação e além de vê-los como os agentes da mudança, também considerava o desenvolvimento econômico como resultado da criação de novos empreendimentos. Era um grande admirador de Adam Smith (cujas ideias levou para a França) e da Revolução Industrial (tentou estabelecer um corpo teórico que possibilitaria a chegada da revolução industrial na França). E, suas obras preocuparam-se, sobremaneira, com os impactos da criação e distribuição de riquezas na sociedade. Ele próprio era um *entrepreneur* e foi o primeiro a definir as fronteiras do que é ser um empreendedor na concepção moderna do termo. Say foi o primeiro a lançar os alicerces desse campo de estudo e pode-se considerá-lo o “pai” do empreendedorismo.²⁸

Contudo, as principais concepções sobre o empreendedor foram desenvolvidas pelo economista Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), considerado na literatura como quem melhor analisa o empreendedor e sua

²⁶ – OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças, *ESTRATÉGIA EMPRESARIAL: UMA ABORDAGEM EMPREENDEDORA*, Editora Atlas, São Paulo, 1994; FILION, Louis Jacques, op. cit.; KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, op. cit.

²⁷ – LEITE, Emanuel, op. cit.; PASTRO, Ivete Inês, op. cit.; BLATT, Cleide R., OKAMOTO, Vânia M. R., op. cit.

²⁸ – SCHUMPETER, Joseph A., *HISTORY OF ECONOMICS ANALYSIS*, George Allen & Unwin, London, 1967; FILION, Louis Jacques, op. cit.; KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, op. cit.; DOLABELA, Fernando, op. cit.

inserção na economia capitalista. Para ele, o entrepreneur é alguém que faz novas combinações de elementos, introduzindo novos produtos e/ou processos, identificando novos mercados de consumo ou fontes de suprimento, criando novos tipos de organização. E essa definição é, segundo vários autores, ainda hoje, com poucas variações, a que parece melhor aplicar-se ao referido termo.²⁹

Mas como não é fácil introduzir elementos de racionalidade dentro do complexo comportamento dos empreendedores e como também muitos pesquisadores e estudiosos, principalmente do ramo da economia, se recusavam em aceitar modelos não quantificáveis, isso acabou por levar o universo do empreendedorismo a voltar-se para os comportamentalistas – psicólogos e psicanalistas, sociólogos e outros especialistas do comportamento humano –, na busca de um conhecimento mais aprofundado do comportamento do entrepreneur.³⁰

Um dos primeiros autores desse grupo a mostrar interesse pelo entrepreneur foi Max Weber (1864-1920)³¹. Em sua clássica obra “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo” ele identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento dos empreendedores. Para Weber, o principal fator motivador para quem se estabelecia por conta própria era a crença religiosa ou o trabalho ético protestante que **estabelecia normas de conduta que punham freio à extravagância, ao consumo ostensivo e à indolência**. O resultado era uma maior produtividade, uma diminuição das despesas e aumento da economia, todos fatores vitais para o crescimento econômico. Ele via os empreendedores como inovadores, pessoas independentes cujo papel de liderança nos negócios inferia uma fonte de autoridade formal. Em suma, e o mais importante, Max Weber, conectando à ética da alta produtividade, a poupança e a desmotivação do consumo dispendioso com o sucesso

²⁹ – OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças, op. cit.; FILION, Louis Jacques, op. cit.; DOLABELA, Fernando, op. cit., p. 50; BYGRAVE, William D., *THE ENTREPRENEURIAL PROCESS*, in BYGRAVE, William D. (ed.), *THE PORTABLE MBA IN ENTREPRENEURSHIP*, John Wiley & Sons, Inc, 1998, pp:1/2.

³⁰ – KIRCHHOFF, Bruce A., *ENTREPRENEURSHIP ECONOMICS*, in BYGRAVE, William D. (ed.), *THE PORTABLE MBA IN ENTREPRENEURSHIP*, op. cit., pp: 446/448; DOLABELA, Fernando, op. cit.; FILION, Louis Jacques, op. cit.

³¹ – FILION, Louis Jacques, op. cit., p. 8.

econômico pôde articular uma forte defesa do impacto da cultura no crescimento das atividades empresariais.³²

Entretanto, o autor que realmente deu início à contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo foi, sem dúvida, o psicólogo e professor da Harvard University, David C. McClelland. A obra de McClelland revela uma tentativa arrojada de um psicólogo behaviourist, versado nos métodos das ciências do comportamento, de isolar fatores psicológicos e culturais, e demonstrar, por métodos rigorosamente quantitativos, que esses fatores são, de modo geral, importantes para o desenvolvimento econômico.³³

Ele constatou, através de suas inúmeras pesquisas com sua equipe de colaboradores em várias partes do mundo, a influência dos valores de determinadas sociedades e de determinadas culturas, inclusive os valores ligados à religião, sobre as atitudes de indivíduos empreendedores e percebeu nestes, um certo padrão de excelência internalizado.³⁴

É ressaltado também que McClelland foi “inspirado” pela obra de Max Weber – “A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo” –, e que, sendo assim, concordava também com a “tese” de Weber com relação a certos valores religiosos mantidos pela ética protestante como consequência de um crescimento do capitalismo moderno através da expansão das atividades empresariais.³⁵

³² – FILION, Louis Jacques, op. cit.; KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, *COMPREENDER A FUNÇÃO EMPRESARIAL E COMO FOMENTÁ-LA*, artigo disponibilizado, em português, no site www.gtz.de/cefe; DOLABELA, Fernando, op. cit. p.48.

³³ – McCLELLAND, David, *ENTREPRENEURSHIP AND ACHIEVEMENT MOTIVATION: APPROACHES TO THE SCIENCE OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT*, Editions P. Lengyel, / UNESCO, Paris, 1971.

³⁴ – KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, *COMPREENDER A FUNÇÃO EMPRESARIAL E COMO FOMENTÁ-LA*, op. cit.

³⁵ – LEITE, Emanuel, O FENÔMENO DO EMPREENDEDORISMO CRIANDO RIQUEZAS, op. cit.. Inclusive, com relação a citada obra de Max Weber, o autor ressalta que: “Weber propôs a tese de que a Reforma Protestante produziria uma verdadeira revolução, infundindo um espírito mais vigoroso em trabalhadores e empreendedores, que teria levado ao capitalismo industrial moderno.” [p. 70]. E esse mesmo argumento é repetido em VASCONCELOS, I. E., ALMEIDA, Y. M. B.,

Em sua clássica obra “The Achieving Society”³⁶, McClelland se propunha a estabelecer uma relação entre o progresso econômico e a existência de uma cultura da “necessidade generalizada de realização” que ele definiu como:

“o desejo de fazer algo por fazê-lo, mais que com fins de poder, amor, reconhecimento ou se desejar, lucro.”³⁷

E, para “traduzir” esse *padrão de excelência internalizado*, essa novidade – “necessidade de realização” – ele usou, de forma original, o termo *achieving* que significa “conquistar algo com esforço próprio; realizar algo difícil; façanha; feito”.³⁸

Aprofundando a questão a partir dos resultados obtidos em suas pesquisas, o dado significativo é que McClelland criou bases e orientações para sessões de treinamento para motivar o êxito e a realização em executivos, cuja finalidade era melhorar tal característica “psicológica” e torná-la aplicável em situações empresariais. Nesse sentido, ele foi o pioneiro na capacitação para comportamentos mais empreendedores de adultos.³⁹

E, diferentemente dos economistas, para os comportamentalistas – notadamente os psicólogos – um empreendedor não precisa estar

SANTOS, M. J., UMA REFLEXÃO SOBRE O PERFIL EMPREENDEDOR DO ENGENHEIRO NO BRASIL, in Anais do II ENEMPRE, op. cit.. No nosso entendimento, e como veremos a frente, esse “argumento” é equivocado.

³⁶ – McCLELLAND, David, THE ACHIEVING SOCIETY, Princeton, Van Nostrand, New Jersey, 1961.

³⁷ – McCLELLAND, David, THE ACHIEVING SOCIETY, op. cit., p. 38; KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, COMPREENDER A FUNÇÃO EMPRESARIAL E COMO FOMENTÁ-LA, op. cit.

³⁸ – Em nossa linguagem coloquial ou, no dizer de Guimarães Rosa, numa linguagem-de-dia-de-semana, “achieving” seria facilmente traduzido, no nosso entendimento, e com todo respeito, por *tesão*.

³⁹ – KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, COMPREENDER A FUNÇÃO EMPRESARIAL E COMO FOMENTÁ-LA, op. cit.; GREATTI, Ligia, SENHORINI, Vilma Meurer, op. cit.; SHEFKY, Lloyd E., ENTREPRENEURS ARE MADE NOT BORN, McGraw-Hill, New York, 1994.

necessariamente ligado à atividade empresarial. Ele pode também estar relacionado ao mundo social de maneira geral.⁴⁰

Para Louis Jacques Filion, professor canadense e um dos mais conceituados pensadores sobre o tema na atualidade, diferentemente do “dirigente-operador”⁴¹, que se encontra na maior parte do tempo ocupado com tarefas rotineiras, preocupado com questões mais concretas, acreditando ser o planejamento e as análises das tendências de mercado pura teoria, o “dirigente-empendedor” apresenta um modelo de gestão pautado no planejamento, na análise do contexto, visando detectar oportunidades de negócios para realizá-las⁴².

Para Filion,

“Um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”.⁴³

E a ação empreendedora, para ele, deverá estar sustentada no que ele chama de “visão”:

“Visão é definida como uma projeção: uma imagem, projetada no futuro, do lugar que o empreendedor deseja que seu produto venha a ocupar no mercado. É, também, uma imagem do tipo da empresa necessária

⁴⁰ – PASTRO, Ivete Inês, op. cit.; BLATT, Cleide R., OKAMOTO, Vânia M. R., op. cit.

⁴¹ – Diz-se do dono ou sócio da empresa, do empreendimento, bem como de seu gestor.

⁴² – Filion define as seguintes etapas do processo de gestão do empreendedor: visionar, arquitetar, animar, verificar, aprender. Já as etapas do processo de gestão do dirigente-operador são: ajustar, verificar, alocar, designar, cumprir, escolher. Para maior aprofundamento ver FILION, Louis Jacques, *DIFERENÇAS ENTRE SISTEMAS GERENCIAIS DE EMPREENDEDORES E OPERADORES DE PEQUENOS NEGÓCIOS*, Revista de Administração de Empresas, São Paulo, V. 39, n. 4, Outubro/Dezembro 1999, pp. 6-20.

⁴³ – FILION, Louis Jacques, *EMPREENDEADORISMO: EMPREENDEDORES E PROPRIETÁRIOS-GERENTES DE PEQUENOS NEGÓCIOS*, op. cit., p. 19.

para alcançar esse objetivo. Em suma, visão refere-se a onde o empreendedor deseja conduzir seu empreendimento.”⁴⁴

E, na perspectiva de Filion, a imaginação é obviamente necessária para que se tenha visões. O termo visão denota habilidade em definir e alcançar objetivos. E ele ressalta que visão é algo mais “racional” que sonho e remete sua reflexão teórica para um “confronto” ao assinalar tal diferença, a partir de bases “mais racionais”, com uma outra, mais brasileira – “*é empreendedor, em qualquer área, alguém que sonha e busca transformar seu sonho em realidade.*”⁴⁵ –, a qual veremos depois:

“A diferença entre um sonho e uma visão é o fato de a visão ser uma forma realista e alcançável de sonho – em outras palavras, uma imagem desejada de uma situação futura.”⁴⁶

Peter Drucker, define o *entrepreneur* como alguém que consegue resultados, e não necessariamente alguém que manipula recursos disponíveis utilizando-se de certas práticas. Todavia, na identificação de um empreendedor com relação ao seu perfil, ele apresenta três traços importantes: a criatividade, a insatisfação com o *status quo* e a determinação pessoal.⁴⁷

E para William Bygrave, sua definição, mesmo sendo deficiente em descrição e detalhe, é talvez, a mais simples e elegante:

⁴⁴ – FILION, Louis Jacques, VISÃO E RELAÇÕES: ELEMENTOS PARA UM METAMODELO EMPREENDEDOR, Revista de Administração de Empresas – RAE, V. 33, n. 6, pp: 50/61, Nov/Dez 1991, p.52.

⁴⁵ – DOLABELA, Fernando, PEDAGOGIA EMPREENDEDORA – ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO BÁSICA, Belo Horizonte, 2003, p. 35 [no prelo].

⁴⁶ – FILION, Louis Jacques, EMPREENDEDORISMO: EMPREENDEDORES E PROPRIETÁRIOS-GERENTES DE PEQUENOS NEGÓCIOS, op. cit., p. 19.

⁴⁷ – DRUCKER, Peter F., INOVAÇÃO E ESPÍRITO EMPREENDEDOR: PRÁTICA E PRINCÍPIOS, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1993; PASTRO, Ivete Inês, op. cit.; OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças, op. cit.; BLATT, Cleide R., OKAMOTO, Vânia M. R., op. cit.

“An entrepreneur is someone who perceives an opportunity and creates an organization to pursue it.”⁴⁸

Segundo Gifford Pinchot, devido à “revolução empreendedor”, algumas grandes empresas perderão, num futuro próximo, quase todos os seus melhores gerentes. Logo, sem perceber, a empresa estará servida por “mortos-vivos”. Ele adverte que a necessidade de buscar uma forma de motivar os executivos e funcionários é a questão estratégica mais importante dos tempos atuais.⁴⁹

Daí, um novo termo – *intrapreneur*⁵⁰ – é introduzido na literatura para designar uma pessoa que tem espírito empreendedor, mas ao invés de montar um negócio próprio para viabilizar suas ideias, usa a estrutura da empresa onde trabalha.⁵¹

E em função da explosão de informações disponibilizadas hoje por meios vários, as empresas estão encorajadas a abandonarem os sistemas hierárquicos, em favor de sistemas nos quais os inovadores agem em pé de igualdade com os que formam um sistema de apoio. Esse novo método é denominado “desenvolvimento do intraempreendedorismo”, e ele interage diretamente sobre aqueles que assumem a responsabilidade pela criação e inovações de qualquer espécie dentro de uma organização, através do

⁴⁸ – BYGRAVE, William D., THE ENTREPRENEURIAL PROCESS, in BYGRAVE, William D. (ed.), op. cit., p. 2. [Um empreendedor é alguém que percebe uma oportunidade e cria uma organização para lutar por ela.]; KOLSHORN, Rainer, TOMECKO, Jim, COMPREENDER A FUNÇÃO EMPRESARIAL E COMO FOMENTÁ-LA, op. cit.; DOLABELA, Fernando, OFICINA DO EMPREENDEDOR, op. cit.

⁴⁹ – PINCHOT, Gifford, INTRAPRENEURING: POR QUE VOCÊ NÃO PRECISA DEIXAR A EMPRESA PARA TORNAR-SE UM EMPREENDEDOR, Editora Harbra, São Paulo, 1985; PEZZI, Marcelo R., FARIAS, Giovana A., BARCIA, Ricardo M., INTRAEMPREENDEDOR E EMPREGABILIDADE: ASPECTOS COMUNS ENTRE AMBOS, in Anais do II ENEMPRE, op. cit.; BLATT, Cleide R., INTRAPRENEURISMO: UMA FERRAMENTA PRÁTICA À MUDANÇA E À INOVAÇÃO TECNOLÓGICA ORGANIZACIONAL, in Anais do II ENEMPRE, op. cit.

⁵⁰ – empreendedor interno, aqui é traduzido como **intraempreendedor**.

⁵¹ – PINCHOT, Gifford, op. cit.; LEITE, Emanuel, op. cit.; BRINGHENTI, Cassiano, DA RÉ, Castorina Baron Zimmer, FRIEDLAENDER, Gilda Maria Souza et al., CARACTERÍSTICAS DO INTRAEMPREENDEDOR, in Anais do II ENEMPRE, op. cit.;

incentivo sistemático àqueles funcionários que, voluntariamente, se enquadram no perfil. O *intrapreneur* pode não ser o criador ou o inventor, mas será sempre aquele que, dentro da organização, concebe como transformar uma ideia em uma realidade lucrativa ou exitosa.⁵²

Ressalta-se também que os fatores inerentes ao *intraempreendedorismo* podem ser adotados em qualquer tipo de organização, independente de seu tamanho. Acredita-se que, mesmo com as limitações normais de toda e qualquer empresa, o *dirigente-empendedor* precisa estar ciente da confiança que precisa ter em seus colaboradores para poder atingir o sucesso que esse novo “método” propicia.⁵³

Pode-se constatar através da literatura uma busca por distinguir o empreendedor entre os seus semelhantes. Não é a posse do capital e nem mesmo a simples gestão de uma organização que irá defini-lo. Variáveis como “inovação”, “risco” e “decisão” tendem a permear a ação do empreendedor, que também é reconhecido pelo resultado alcançado. Ter a posse dos melhores meios para alcançar os fins desejados e a consecução dos objetivos propostos tendem a delinear a imagem do empreendedor no seu sentido mais estrito.

Essa perspectiva impulsiona vários autores no sentido de conhecer, ressaltar e analisar as características comportamentais e as razões que levam o empreendedor a empreender.

Pesquisas realizadas nas últimas décadas buscam conhecer e/ou confirmar algumas características apresentadas pela literatura clássica, bem como criar tipologias de empreendedores – embora muitas delas na verdade apresentam taxinomias de empresários e/ou gerentes que não seriam necessariamente reconhecidos como empreendedor.⁵⁴

⁵² – PINCHOT, Gifford, op. cit.; PASTRO, Ivete Inês, op. cit.; BLATT, Cleide R., OKAMOTO, Vânia M. R., op. cit.; CAGNIN, C. H., ABREU, A. F. de, O PAPEL DO INTRAEMPREENDEDOR NA IMPLANTAÇÃO DE UM SISTEMA DE GESTÃO AMBIENTAL, in Anais do II ENEMPRESA, op. cit.

⁵³ – PASTRO, Ivete Inês, op. cit.; PEZZI, Marcelo R., FARIAS, Giovana A., BARCIA, Ricardo M., op. cit.

⁵⁴ – VERSIANI, Ângela França, GASPAR, Renata de Magalhães, *DIFERENÇAS E SIMILARIDADES ENTRE MICRO, PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS DO SEGMENTO DE CONFECÇÃO NA REGIÃO METROPOLITANA DE BELO HORIZONTE*, in NABUCO, Maria Regina, CARVALHO NETO, Antônio, (orgs.),

Tais estudos e pesquisas, via de regra, privilegiam variáveis de análise, como: influências antecedentes (meio familiar, meio social, educação e experiência anterior), o tipo de organização “incubadora” (de onde veio o empreendedor) e percepção quanto à influência de fatores ambientais gerais para o sucesso do empreendimento, expectativas sobre o próprio trabalho, origens étnicas e sociais do empresário, gênero e crença religiosa, dentre outras. E no que tange aos traços psicológicos, tais estudos consideram os seguintes fatores: necessidade de realização, *locus* de controle, propensão ao risco, tolerância à ambiguidade, etc.⁵⁵

É ressaltado também que os estudos e as pesquisas que buscam características pessoais do empreendedor são especialmente úteis e estimulantes quando usados como parte de estudos de caso na área de empreendedorismo e possibilitam que as análises dos elementos de consistência sejam levadas bem mais adiante. Isso é extremamente valioso em um campo com tão grande variedade de casos. E a maioria dos autores contemporâneos que desenvolvem tais estudos e pesquisas sobre o empreendedorismo, concorda que existem algumas características que são peculiares às pessoas empreendedoras.⁵⁶

Existem várias tipologias e com vários e os mais diferentes tipos de empreendedor, vários. E, de forma geral, os tipos de empreendedor mais citados na literatura são os seguintes⁵⁷:

Empreendedor artesão: o indivíduo que é essencialmente um técnico e escolhe (ou é obrigado a) instalar um negócio para praticar seu ofício.

RELAÇÕES DE TRABALHO CONTEMPORÂNEAS, Instituto de Relações do Trabalho – IRT, PUC Minas, Belo Horizonte, 1999, pp: 237/285; DOLABELA, Fernando, *OFICINA DO EMPREENDEDOR*, op. cit.

⁵⁵ – VERSIANI, Ângela França, GASPAR, Renata de Magalhães, op. cit.; FILION, Louis Jacques, op. cit.

⁵⁶ – FILION, Louis Jacques, op. cit.; DOLABELA, Fernando, *OFICINA DO EMPREENDEDOR*, op. cit.

⁵⁷ – YOUNG, Robert, *FORMAÇÃO ENTREPRENEURIAL E CONSOLIDAÇÃO DE DESEMPENHO EMPRESARIAL*, no Relatório Final de Pesquisa apresentado à USAID, 1990; URIARTE, Luiz Ricardo, DALMAU, Marcos Baptista Lopes *et al.*, op. cit.; URIARTE, Luiz Ricardo, LAPOLLI, Édís Mafra, BARCIA, Ricardo Miranda *et al.*, *CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS NECESSÁRIAS PARA SOBREVIVÊNCIA NO MUNDO DOS NEGÓCIOS*, in Anais do II ENEMPRES, op. cit.

Empreendedor oportunista: o indivíduo que enfoca o crescimento e o ato de criar uma nova atividade econômica e que monta, compra e faz crescer empresas em resposta a uma oportunidade observada.

Empreendedor tecnológico: o indivíduo associado ao desenvolvimento ou comercialização de um novo produto ou um processo inovador e que monta uma empresa para introduzir essas melhorias tecnológicas e obter lucro.

Empreendedor por estilo de vida: o indivíduo autônomo ou que começa um negócio por causa da liberdade, independência ou outros benefícios de seu estilo de vida que esse tipo de empresa torna possíveis.

E, apesar dessa concepção não ser unânime, na literatura especializada há uma concordância geral entre os teóricos do assunto, quanto a um ponto: a capacidade de assumir riscos constitui a principal característica do empreendedor e este possui uma posição de centralidade no desenvolvimento das economias nacionais. O empreendedor reage à mudança, vista como inevitável e sadia, de forma a transformá-la em oportunidade. A principal tarefa da prática empreendedora na sociedade e, especialmente, na economia é a de fazer coisas diferentes, buscando a inovação em diversas esferas sociais.⁵⁸

Entretanto, ressalta-se também que não se deve dar a esses perfis, importância exagerada e que tentar encontrar traços sociais ou psicológicos nos empreendedores é apenas embarcar num mito – não existe um “perfil clínico” do empreendedor⁵⁹. Ainda, a maior parte desses traços é inútil, quando não perigosamente enganosos na medida em que serão sempre

⁵⁸ – SCHUMPETER, Joseph A., TEORIA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO. UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE LUCROS, CAPITAL, CRÉDITO, JURO, E O CICLO ECONÔMICO, Editora Nova Cultural, Série Os Economistas, São Paulo, 1997; DOLABELA, Fernando, PEDAGOGIA EMPREENDEDORA – ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO BÁSICA, op. cit.; DOLABELA, Fernando, OFICINA DO EMPREENDEDOR, op. cit.; VERSIANI, Ângela França, GASPARI, Renata de Magalhães, op. cit.; PASTRO, Ivete Inês, op. cit.

⁵⁹ – FARRELL, Larry C., ENTREPRENEURSHIP – FUNDAMENTOS DAS ORGANIZAÇÕES EMPREENDEDORAS: TÉCNICAS QUE AS TORNAM COMPETITIVAS, Editora Atlas, São Paulo, 1993.

estáticos demais, limitados demais, para conter toda a gama de variáveis e suas manifestações que o papel realmente encerra.⁶⁰

É importante assinalar também que, no que diz respeito ao termo e/ou função do *entrepreneur*, embora muitas vezes a maioria dos conceitos, estudos e pesquisas efetuadas sobre empreendedores refiram-se a área de negócios, hoje, isso deve ser vislumbrado em todos os ramos da atividade humana como as artes, o esporte, a política, a música, dentre outras, e ele habita e age (ou deveria agir) em todos os setores da sociedade.⁶¹

⁶⁰ – OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças, op. cit.; PASTRO, Ivete Inês, op. cit.; BLATT, Cleide R., OKAMOTO, Vânia M. R., op. cit.

⁶¹ – DOLABELA, Fernando, *PEDAGOGIA EMPREENDEDORA – ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO BÁSICA*, op. cit.; DOLABELA, Fernando, *OFICINA DO EMPREENDEDOR*, op. cit.; DRUCKER, Peter F., *INOVAÇÃO E ESPÍRITO EMPREENDEDOR: PRÁTICA E PRINCÍPIOS*, op. cit.; DRUCKER, Peter F., *ADMINISTRAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS – PRINCÍPIOS E PRÁTICAS*, Livraria Pioneira Editora, São Paulo, 1997; OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças, op. cit.; VIEIRA, Renata de Martins Faria, GAUTHIER, Fernando Alvaro Ostuni, *INTRODUÇÃO AO EMPREENDEDORISMO SOCIAL*, in Anais do II ENEMPRES, op. cit.; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Souza, RESENDE, Grazielle Andrade, *DESVENDANDO O TERCEIRO SETOR: TRABALHO E GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS*, in NABUCO, Maria Regina, CARVALHO NETO, Antônio, (orgs.), *RELAÇÕES DE TRABALHO CONTEMPORÂNEAS*, op. cit., pp: 237/285; DOLABELA, Fernando, *MANUAL DO CURSO DE EMPREENDEDORISMO PARA O TERCEIRO SETOR*, Agência de Educação para o Desenvolvimento – AED, Brasília, 2001; DOLABELA, Fernando, *MANUAL DO CURSO DE EMPREENDEDORISMO PARA O GOVERNO*, Agência de Educação para o Desenvolvimento – AED, Brasília, 2001; DE PAULA, J., BASTOS, L. C., FRANZONI, A. M. B., *EMPREENDEDOR NO ECOTURISMO*, in Anais do II ENEMPRES, op. cit.; URLARTE, L. R., BARAÚNA, Alessandra, CAMIOTTI, Luciane *et al.*, *EMPREENDEDORISMO ECOLÓGICO: SOLUÇÕES EMPREENDEDORAS PARA O LIXO*, in Anais do II ENEMPRES, op. cit.; TAVARES, Paulo Victor, ABREU, A. F. de, *EMPREENDEMENTOS TURÍSTICOS VIRTUAIS*, in Anais do II ENEMPRES, op. cit.; MICHELS, Glycon, POTIGUASSÚ, P. de Vasconcellos, PASQUALLI, Rita de Cássia *et al.*, *QUALIDADE EM SERVIÇOS DE SAÚDE – UMA INICIATIVA EMPREENDEDORA*, in Anais do II ENEMPRES, op. cit.; FARHAT, Eleide Margareth Pereira, BUENO, Raphael Nunes, MICHELS, Glycon *et al.*, *GESTÃO NOS SERVIÇOS*

Por fim, com a recente, e crescente, importância dada ao empreendedorismo, é interessante notar que seu desenvolvimento enquanto disciplina não seguiu padrão semelhante ao de outras. Professores e pesquisadores filiados às mais diversas disciplinas – e cada um usando cultura, lógica e metodologia estabelecidas em graus variados em seus próprios campos de estudo – começaram a se interessar e a aprender sobre empreendedorismo. A maneira como se apresenta, com uma série de definições tão diferenciadas, de acordo com a origem de quem as faz, denota um caráter singular em relação às outras disciplinas. Tal diversidade explica esse fato, embora pareça uma certa aura de confusão no ar. Contudo o reverso também pode ser verdade; observa-se que as definições feitas por especialistas de um mesmo campo de estudo apresentam um consenso surpreendente. Por exemplo, os economistas enxergam os empreendedores como inovadores e vetores de desenvolvimento econômico. Os comportamentalistas concedem aos empreendedores as características de criatividade, persistência, internalidade (capacidade de controlar o ambiente) e liderança. Engenheiros de produção vêem os empreendedores como bons distribuidores e coordenadores de recursos. Os especialistas em finanças definem os empreendedores como pessoas capazes de calcular e medir riscos. Os de marketing os enxergam como pessoas diferenciadas que identificam oportunidades e com foco no consumidor. Para o pessoal de gerenciamento, os empreendedores são organizadores competentes e desembaraçados.⁶²

E ressaltamos também que, em função da singularidade apresentada, Filion sugere inclusive que na próxima década o empreendedorismo, enquanto campo de estudos, será um dos principais pontos de aglutinação das ciências humanas.⁶³

DE SAÚDE, in Anais do II ENEMPRE, op. cit.; BARBOSA, Clarice Gonzaga, BERGO, Heliane Maria, MARTINS, Janae G. et al., *A TECNOLOGIA NUMA PROPOSTA MULTIDISCIPLINAR DE ODONTOEDUCAÇÃO*, in Anais do II ENEMPRE, op. cit.; CAGNIN, C. H., ABREU, A. F. de, op. cit.

⁶² – FILION, Louis Jacques, EMPREENDEDORISMO: EMPREENDEDORES E PROPRIETÁRIOS-GERENTES DE PEQUENOS NEGÓCIOS, op. cit.; DOLABELA, Fernando, OFICINA DO EMPREENDEDOR, op. cit.

⁶³ – FILION, Louis Jacques, O EMPREENDEDORISMO COMO TEMA DE ESTUDOS SUPERIORES, CNI – IEL Nacional, Brasília, Maio/1999; FILION, Louis Jacques,

Com esse preâmbulo, como dito, uma primeira abordagem sobre o tema, a partir “deles”, ainda que superficial e panorâmico, esperamos ter colocado a tona os principais elementos e considerações, ressaltando seu caráter eminentemente transdisciplinar, que emergem da literatura sobre empreendedorismo. Mais a frente, tentaremos aprofundar a questão a partir de algumas das várias correntes e perspectivas elaboradas “por lá” que, sobremaneira, têm influenciado “por cá” nossos pensadores.

I. 3: ALGUMAS RÁPIDAS CONSTATAÇÕES, A PARTIR DO NOSSO COTIDIANO

Maria da Glória Silva Pacheco, 44 anos, negra, educadora e mãe de cinco filhos. Há quinze anos, ela percebeu, com indignação, que para suas duas filhas pequenas brincarem com bonecas não restava outra alternativa que comprar *barbies* ou outras bonecas brancas e/ou louras. Maria da Glória já militava em movimentos negros e populares, e tinha plena consciência de que presentear suas filhas com as bonecas disponíveis no mercado estaria reproduzindo aquela situação de preconceito e racismo velado, tão comum em nossa cultura. Ela, que era filha única e foi criada cercada de *vós* e *tias*, conscientes de sua situação de raça e gênero, no então pacato município de Nova Iguaçu, Rio de Janeiro, cresceu num ambiente que valorizava os ofícios manuais e caseiros. Na sua criação, como em várias outras localidades desse imenso Brasil, quando menina, aprendeu com aquelas mesmas *tias*, a confeccionar suas próprias bonecas, “*de meia-calça*” (que tinha uma tonalidade mais parda por causa do *nylon* de então), e cabelo *sarará*, além de costurar suas próprias roupas, “*bem coloridas*” no dizer dela. Cresceu assim consciente e orgulhosa de sua condição. Mas quando teve de criar suas próprias filhas, por falta de tempo em função do trabalho como professora de Educação Física, não pôde repassar para elas aquele ofício de fazerem as próprias bonecas e roupas, os tempos eram outros. Na Nova Iguaçu urbana do final da década de oitenta já não cabia tais “anacronismos”, a batalha pelo (baixo) salário não deixava tempo. Até que um dia sua filha mais nova perguntou a ela “*por que todas as bonecas são brancas e louras?*”. Segundo Maria da Glória, nesse momento “*a ficha levou um tombo*” e caiu fundo em sua consciência de educadora, mulher e negra. O quê fazer então?

Arrumou um tempo e foi ao “Sobrado das Bonecas”, loja tradicional que existia no centro do Rio de Janeiro, e comprou duas bonecas “comuns e daquelas antigas e morenas” e pintou-as de preto. Deu um enorme trabalho mas foi com prazer que presenteou suas filhas. Foi um sucesso, as vizinhas e os parentes também queriam. Arrumou um dinheiro emprestado com um tio, voltou ao “Sobrado das Bonecas” e comprou mais dez. Pintou-as, fez novas roupas, “*mais coloridas*”, a partir de retalhos e vendeu-as. Com o dinheiro arrecadado, pagou ao tio e ainda deu para comprar mais cinco bonecas. Pintou-as novamente e vendeu-as na escola em que trabalhava para colegas e mães de alunas negras. De repente, percebeu que poderia viver daquilo além de, o mais importante, demonstrar a sua indignação para com a situação da criança negra. Percebeu também que pintar uma a uma além de trabalhoso, a tinta “*em contato com o material da boneca tinha um prazo de validade muito curto*” e, em pouco tempo, as bonecas começavam a “*enbranquiçar*”. Mais uma vez, o quê fazer? Recorreu então ao marido, César, que era oficial mecânico na Refinaria de Duque de Caxias. Ele tinha também um primo que era químico e trabalhavam juntos na mesma refinaria. Após muito trabalho de pesquisa e muito experimento conseguiram moldar, a partir de resina de petróleo cozido, o corpo de uma boneca, igualzinha às outras, só que negra, *retinta*. A coisa foi num crescendo. Em seguida ela largou a escola, ele saiu num PDV e se mudaram para uma casa maior em Piratininga, município de Niterói, onde construíram um segundo andar em que colocaram as “máquinas” (construídas e adaptadas por César) para confeccionar as bonecas. Hoje, seus três filhos, homens, trabalham com o casal, ela tem uma rede de costureiras, terceirizadas, para confeccionar as roupas, com motivos “*bem afro*” (ela ressalta!), produzem uma média de 200 bonecas por mês e que são vendidas, todas, a 25 reais cada, em feiras e eventos com conteúdos étnicos e raciais em todo o país.

Estação da Luz, bairro pobre e miserável da periferia de Itaobim, Minas Gerais, à beira da BR-116 (antiga Rio – Bahia), e às margens do Rio Jequitinhonha. Um grupo de 20 pessoas, todas evangélicas e desempregadas, viviam de catar taboa nas margens do Jequitinhonha e confeccionar esteiras que vendiam “*prum moço do Espírito Santo*” por 80 centavos (centavos!) a dúzia (a dúzia!). Uma técnica do Programa Comunidade Solidária, componente “Artesanato Solidário”, Luciana Vale, passava sempre por ali a caminho de Santana do Araçuaí, onde desenvolvia um trabalho com a grande ceramista “Dona Isabel” que repassava seu ofício e dom para crianças e

adolescentes. Um dia furou um pneu de seu carro perto da Estação da Luz e ela viu aquele grupo saindo da lama do rio com fardos de taboa na cabeça. Conversou com eles e ficou espantada com os valores de cada esteira: “*assim eles jamais sairiam daquela condição de miséria*”, me disse ela depois. Na volta, a caminho de Brasília, passou por Belo Horizonte e aproveitou para visitar o “Mãos de Minas”⁶⁴, para saber se não haveria ali alguma possibilidade de um trabalho junto daquele grupo de Itaobim. Ela foi encaminhada ao Instituto Centro CAPE⁶⁵, parceiro do “Mãos de Minas” e responsável pela capacitação dos artesãos. Após as demandas burocráticas e institucionais, em novembro de 2001, fui contratado para “organizar” aquele grupo de artesãos. Na minha primeira viagem, fiquei impressionado com a vontade, e a motivação do grupo em mudar aquela realidade miserável. Como o treinamento “roubava-lhes” o tempo para a sobrevivência, combinei então com a Prefeitura local – *petista* – a cessão de cestas básicas para cada participante de pelo menos 40 horas de capacitação. Era a forma encontrada para eles se dedicarem aos trabalhos sem se preocupar, em tese, com a sobrevivência. Iniciamos o grupo com 22 participantes e começamos a trabalhar a organização do coletivo, uma vez que a Prefeitura iria doar para a futura associação, devidamente formalizada, um terreno onde seria construído um barracão de produção além de exposição e venda, a beira da BR. Mas isso tudo tinha prazo, e esse prazo era curto (a princípio achava inclusive que seria impossível atingirmos tamanho objetivo). Nos freqüentes contatos com o grupo fomos nos conhecendo melhor e fui observando que algo os movia: a fé (às vezes até exagerada, repetindo, eram evangélicos) e a necessidade. Eram pontuais e não perdiam uma sessão de treinamento (diferentemente de outros grupos de outras localidades com os quais já havia trabalhado). Tinham um líder, um jovem de 22 anos, Antônio Paulo Pereira da Silva, o *Paulinho*, que anteriormente fora tentar a vida como servente de pedreiro em Belo Horizonte e quase *caiu no crime*. Com esse comportamento fui percebendo o que eles me comunicavam (por vias indiretas): que a “salvação” deles estava naquele barracão e no aprimoramento daquele ofício de trançagem com a taboa. Trouxemos um “Mestre” cesteiro de Araçuaí, *Chico do Pote*, que em pouco tempo ensinou a eles novas técnicas e novos produtos com a taboa. Em março de 2002, três

⁶⁴ – Vide www.maosdeminas.org.br

⁶⁵ – Vide www.centrocape.org.br

meses após o início dos trabalhos, fizemos a Assembleia de Instalação da “Associação dos Artesãos e Produtores Caseiros da Estação da Luz”, a *ARTELUZ*, com o *Paulinho* como Presidente. Foi emocionante. Em seguida seus produtos: vasos e cachepôs, porta-revistas, luminárias, bancos e mesas, cestos, bolsas e sacolas, extremamente originais e belos já estavam expostos na loja do “Mãos de Minas” em Belo Horizonte. Participaram de uma feira cultural sobre o Vale do Jequitinhonha na UFMG e, em Abril foram parar na “Gift Fair”, feira anual para lojistas realizada em São Paulo. Hoje, ocupam e gerenciam o barracão doado pela Prefeitura e construído, em parte, com recursos próprios, e, já exportam.

Tem também aquele autônomo prestador de serviços, um “faz-tudo”, misto de marceneiro, bombeiro hidráulico, gasista, pintor e pedreiro de pequenos reparos, Sr. Rafael, lá da favela da Rocinha, na cidade do Rio de Janeiro, que em uma sessão de treinamento demonstrou com simplicidade sua “estratégia” de contato com seus clientes: ele, que não tinha endereço fixo, adotou o celular de cartão, mas ficava parado, na calçada, perto de um telefone público, esperando receber a chamada; quando tinha de responder, usava o cartão do *orelhão*, era muito mais barato, e uma economia fundamental nas ligações e, o mais importante, não perdia clientes, caso não pudesse ou estivesse ocupado, dali repassava as *empreitas* para outros colegas que também usavam do celular como forma de contato. Uma verdadeira rede.

Ou aquele misto de artesão (um excelente *santeiro* e entalhador de madeira), pedreiro, agricultor, domador de cavalos, caseiro, jardineiro, vendedor de lotes, terrenos e casas nas “horas vagas”, e ainda *especialista* em furar poços, cisternas e fossas em tempos de clima seco (“*a época ideal*”, ele explica), como o Geraldo *do Argeu*, lá de Tiradentes, Minas Gerais, e que, nos finais de semana, ainda arruma um bico, sempre que possível, como garçom em festas e recepções e, muitas vezes, por lá mesmo encontra os clientes para suas múltiplas habilidades. Uma simples estratégia de marketing.

Ou, ainda, aquele flanelinha, em fato inusitado contado pelo Professor Carlos Lessa, que criou uma empresa móvel de flanelinhas com uma criatividade que beira a genialidade e cujo “esquema de atuação da empresa” é explicado de forma bem simples quando o Professor indo a uma recepção de um casamento depara com o mesmo grupo pela segunda vez (semanas antes havia encontrado ele em outro local quando ia dar uma aula inaugural),

e espantado e perplexo, não resistiu à pergunta: “Como é isso? Você lá, você aqui?”, e ele, o “empresário”, respondeu: “Nós temos um grupo. Vemos nos jornais onde vão ocorrer aulas inaugurais, casamentos importantes, eventos especiais, estreias... Vamos para esses lugares porque sabemos que ali vai haver muitos carros e ninguém organizando. Então, nós organizamos tudo direitinho”⁶⁶. Sem comentários.

Saindo um pouco da realidade e entrando na ficção⁶⁷, o recente filme “Cidade de Deus”, de Fernando Meirelles (e baseado no livro homônimo de Paulo Lins), com toda sua beleza contundente mostra-nos uma realidade visceral e medonha. Incrível como, à medida que o filme avança, o que se desenha na tela é uma parábola fiel do mundo dos negócios, em toda sua selvageria. Refiro-me, sim, ao mundo dos negócios legais. Lá pela metade do filme, quando as rajadas de balas perdidas já perfuraram qualquer boa intenção do espectador, o narrador, o personagem *Buscapé*, em *off*, diz que, se o tráfico de drogas não fosse crime, o bandido *Zé Pequeno* seria “o homem de visão” daquele ano. A gente ri. Depois de rir, a gente se toca: a anedota faz um sentido profundo. Aquilo era mais uma bala perdida.

Zé Pequeno é um homem sem coração. Mata por amor ao ofício de matar. É um *killer* – e aqui a palavra *killer*, lança uma ponte entre a Cidade de Deus e as cidades dos negociantes legalizados. Muitos dos grandes executivos que hoje correm o mundo conduzindo conglomerados maiores que nações inteiras, muitos deles se orgulham de ser chamados *killers* (por exemplo, Jack Welch, ex-*big boss* da *GE*, é considerado um dos grandes *killers* da atualidade, como pouco tempo atrás, era Lee Iacocca, da *Chrysler*, e eles vendem e venderam livros, que relatam suas trajetórias, aos borbotões). Demitem dez mil funcionários de uma canetada só. São frios feito máquinas de calcular na hora de “enxugar a folha”. São os *killers*. Como *Zé Pequeno*. Mas nisso, *Zé Pequeno* é imbatível. Despacha os subordinados chatos com um disparo traiçoeiro como quem acerta o pernilongo distraído com a palma da mão. Brinca de tiro-ao-alvo nos reféns amarrados na cozinha do motel, como um chefe de seção que se espreguiça na cadeira e atira papel amassado ao cesto, quando dá o fim do expediente. *Zé Pequeno* fuzila o desafeto enquanto ri, e isso desde criança.

⁶⁶ – LESSA, Carlos, op. cit., pp. 66/67.

⁶⁷ – A partir do artigo *CIDADE DE DEUS (E DO MERCADO)*, de Eugênio Bucci, *Jornal do Brasil*, Caderno B, 05/Setembro/02, p. B8.

Mas não é por saber matar que *Zé Pequeno* seria eleito o homem de visão. É porque, já adulto, aos 18 anos, sabe ampliar os seus negócios sobre as ruínas dos concorrentes (detalhe: não sem antes passar num pai-de-santo e, num beco escuro, fazer um “pacto” com um *Exu* disponível). Tomando as *bocas-de-fumo*, uma a uma, e eliminando, literalmente, os concorrentes, um a um, ele assume praticamente o monopólio das drogas em Cidade de Deus. Dita o preço da mercadoria, emprega os trabalhadores disponíveis sem que ninguém dispute mão-de-obra com ele. Impõe e regula todas as fases do “plano de carreira” do tráfico. *Zé Pequeno* seria enfim o “homem de visão” por ter sabido dizimar os rivais, absorvendo suas clientelas.

Veja um desses livros de *business* que hoje infestam os *bookstores* dos *shopping centers*. Eles falam em alvo, falam em logística, falam de tática, em guerra de guerrilha, em surpreender o inimigo; falam de equipes como quem fala de tropa, de pelotão, falam em moral de vitória, em disciplina, em cerrar fileiras, em matar ou morrer. São esses livros que endeusam os *killers*. Pelas metáforas de que eles se servem, a gente vê que o mundo dos negócios é a sublimação da guerra, mas uma sublimação que potencializa a ideia de guerra. Nesse mundo sublimado, a guerra corre solta, sangrenta, pérfida. Apenas um pouquinho disfarçada, e até banalizada, encobrendo por vezes a dura realidade. *Zé Pequeno*, cru e bruto, surge aí como o ideal inconfessável do executivo (*ou do empreendedor de sucesso!*, como gostariam alguns...). Entretanto a parábola se completa com *Bené* – amigo de infância, sócio e comparsa de *Zé Pequeno* –, mas antípoda do *killer*. *Bené*, com seu jeitão *legal* e *sangue-bom*, alia ao “negócio” a prática de “agradar” a clientela, (*foco no cliente*), doa cerveja e drogas para a rapaziada, ajuda aos moradores, frequenta todas as rodas e *bocas* da Cidade de Deus (*cria redes*) e proíbe pequenos furtos por lá. E chega ao cúmulo de, na festa de sua despedida daquela vida de crime (sério, ele resolve abandonar tudo por amor, amor a uma *cocotinha*), ele consegue reunir todo mundo. Dos evangélicos, passando pela turma dos *blacks*, dos *cocotas*, além dos chefes de outras *bocas* da localidade, todo mundo! Mas ele não consegue seu intento, o *killer* surge em cena e provoca, de forma indireta, a eliminação do amigo e sócio (mas isso são outros quinhentos: não queremos *entregar* o filme).

Que bom que o nosso argumento percorreu o caminho da ficção. Mas que ela é real, ah isso ela é. Na ótica das teorias do *business* e nos manuais de empreendedorismo, pessoas como a Maria da Glória, que montou um negócio a partir da indignação de sua condição de gênero e de raça; ou, pessoas como aquelas da Estação da Luz, que montaram seu negócio a partir

da necessidade (mesmo ainda que movidas pela fé); aqueles autônomos prestadores de serviço como o Rafael da Rocinha e o Geraldo de Tiradentes, além do flanelinha genial, jamais integrariam como um *case* exemplar na literatura técnica e naqueles manuais que tratam do mundo real dos negócios. Lá somente *supermen* ou, quando muito, algumas *superwomans*. Os nossos, da Estação da Luz, a Maria da Glória, a turma da Rocinha, de Tiradentes, e outros muitos, muitos outros, que habitam e insistem em produzir, de forma criativa, por aqui mesmo, em nossos *quintais*, não passam de *sobreviventes* e como tal, não merecem o olhar dito acadêmico. Na ótica deles, daqueles manuais, e por serem meros sobreviventes, além de serem também “incapazes” do ponto de vista gerencial (por não “aplicarem” as regras e os métodos contidos nos ditos manuais), eles não se encaixam dentro dos padrões das PECs – *Personal Entrepreneurship Characteristics* (“características pessoais empreendedoras”), nem, o principal, constituíram grandes fortunas. Agora, o mais irônico é que como de repente, e a partir de uma obra de ficção, desnuda-se uma certa hipocrisia e *Zé Pequeno* (+ *Bené*), *ipsis literis*, incorpora um típico executivo *killer*: seria até eleito, caso não vivesse tanto no ilícito, um *homem-de-visão-do-ano*. Mas voltemos à realidade dessa nossa *travessia* que, de parábola, não pretende nada ter.

I.4: ALGUMAS EXPLICAÇÕES, DE CARÁTER INTRODUTÓRIO TAMBÉM

A abordagem inicial sobre o tema mais aquelas poucas constatações visíveis em nosso dia-dia, de alguma forma, marcam o rumo de nossos questionamentos. Principalmente quando percebemos que na época atual, aos empreendedores tem sido atribuído um papel e uma importância de certa relevância pois eles incrementam a dinâmica da função empresarial, seja em pequenos, médios ou grandes negócios/empreendimentos ou através do auto-emprego, proporcionando um crescimento e um desenvolvimento econômico nunca dantes visto. Do início da teoria econômica, com Adam Smith, até recentemente, alguns economistas explicavam o desenvolvimento das nações como resultado de três variáveis: mão-de-obra barata, matéria-prima abundante e capital disponível para investimentos. Hoje, sabe-se que existem pelo menos duas outras variáveis: a tecnologia e o “empreendedorismo”.

E atualmente, por exemplo, aqui no Brasil, o empreendedorismo tem sido um “remédio” para qualquer mal. Tais movimentações partem de setores tanto governamentais quanto não governamentais, além das universidades,

dando continuidade às duas *veredas* com que iniciamos nossa *travessia*. E o cerne metodológico de tais ações, em sua maioria, é o treinamento e a capacitação para comportamentos mais empreendedores. Mas de onde elas trazem o referencial teórico para essa “educação empreendedora”? Quais as “características pessoais empreendedoras” com que elas trabalham? E por aí vai...

Daí, o nosso grande questionamento, qual lugar ocupam aqueles criadores de “perplexidades produtivas” – que causam tantos arrepios e dificuldades analíticas para as ciências sociais e para os manuais de empreendedorismo e de gerenciamento de negócios – dentro de tais “ações calcadas no empreendedorismo”? Eles que, efetivamente, sobrevivem com criatividade, desenvolvem suas aptidões, reprocessam, recriam, assimilam e recombina, de forma extremamente genial e engenhosa, tudo o que conhecem, e assim, produzem cultura praticando a mais fina e irônica *antropofagia*. Quem são eles, de onde vieram, como se *formaram*, e, será que deles poderemos apreender, e aprender principalmente, alguma coisa? Tentaremos então, dar as respostas.

O que percebemos é que esse enorme contingente de anônimos produtores que habita um certo subterrâneo econômico, a despeito de todos os ditames dos manuais da moderna *business administration* e das elites “herodianizadas”⁶⁸, são uma possibilidade concreta e real, e verdadeiros vetores de um desenvolvimento mais humano e sustentável. Eles formam um coletivo dinâmico de agentes, mas aqui, “agentes”, na concepção de Amartya Sen, “na forma mais antiga e grandiosa”:

“...de alguém que age e ocasiona mudança e cujas realizações podem ser julgadas de acordo com seus próprios valores e objetivos, independentemente de as avaliarmos ou não segundo algum critério externo.”⁶⁹

⁶⁸ – de Herodes, aquele que vivia com os pés na Palestina e a cabeça em Roma, in BARTHOLO JR, Roberto dos Santos, *EUROPA E OS OUTROS*, in *A DOR DE FAUSTO – ENSAIOS*, Editora Revan, Rio de Janeiro, 1992, pp: 17/26; e por exemplo, são aqueles que, principalmente, se sentiram “constrangidos” com o resultado do GEM 2002.

⁶⁹ – SEN, Amartya, *DESENVOLVIMENTO COMO LIBERDADE*, Editora Companhia das Letras, São Paulo, 2000, p. 33.

Aquela nossa elite *herodianizada*, teima e insiste, a partir de uma visão parcial do problema, e as vezes de forma inevitável e inconsciente, a criar uma nova escolástica onde tudo se ajusta por analogia. De certo modo percebemos também que essa situação poderia ser explicada em função de que aquilo que entendemos por modernidade, em nosso contexto periférico, sempre se apresentou como uma realidade encontrada pronta, “lá fora”, e logo, por esse motivo, serviu de paradigma para nossos intelectuais. O que significa dizer que, para estes a modernidade aparece como um modelo a ser alcançado, a partir do momento em que os obstáculos do atraso forem removidos ou, no máximo, adaptados. E aí, o nosso caráter *macunaímico*, a indolência, ou a irreverência e a astúcia do malandro, ou ainda a tristeza do sertanejo e do *Jeca Tatu*, por exemplo, constituem, efetivamente, características do atraso. E como tal, devem ser removidas, ou eliminadas, pois constituem barreiras para a “modernidade”. É incrível a memória dessa mesma elite, ela se esquece que mesmo com nossa raiz ibérica – mais lusitana, diga-se de passagem (Sérgio Buarque de Holanda, por exemplo, dentre várias outras coisas, nos ensinou que: “*uma digna ociosidade sempre pareceu mais nobilitante a um bom português ou a um espanhol que a luta insana pelo pão de cada dia*”⁷⁰) –, “**o brasileiro é antes de tudo um forte**”. Ele resiste e insiste. Para o brasileiro, no geral, o que constatamos, a vitória é a **sobrevivência** e não a dominação do mundo ao redor pela imposição da própria vontade apoiada no raciocínio lógico e no cálculo. Sobrevivência a partir de uma atitude de resistência passiva daquele que sobrevive.

Mas a nossa elite *herodianizada* duvida da nossa capacidade de moldar a realidade de acordo com a nossa própria visão de mundo, com determinação e esforço. Para ela, não somos brasileiroamente aptos a um esforço consciente, determinado, lento e cumulativo, tal como em contraste o são os povos desenvolvidos, que tiveram na reforma protestante o evento inaugural da modernidade contemporânea, e instaurador de uma concepção de trabalho compatível com a atitude *empreendedora*. Eis aí o *Outro* que nos impingem. Basta ter olhos para ver o olhar de insignificância e desprezo que essa elite lança sobre as *marias-da-glória*, a turma dos *itaobins*, os *rafaels* das *rocinhas*, os *geraldos* dos *tiradentes*, os *flanelinhas* do

⁷⁰ – HOLANDA, Sérgio Buarque de, *RAÍZES DO BRASIL*, Livraria José Olympio Editora, Rio de Janeiro, 1988, p. 81.

Professor Lessa, e quejandos. **Eles são sobreviventes.** Quando muito essa elite se assusta ao *cair-na-real* com as *balas-perdidas* dos *zé-pequenos-da-vida*.

Hans Freyer⁷¹ explica-nos que, na época atual, resistência assume um sentido físico-moral e, portanto, de qualquer forma, real. Se o encosto da cadeira não oferecesse qualquer resistência, eu não poderia me apoiar nele. Para Freyer, a possibilidade de apoiar-se em alguma coisa se identifica com a resistência a que ela se opõe. E portanto, não se trata de uma resistência oposta, de fora para dentro, mas, antes, de resistência que constitui membro integrante essencial de tudo aquilo que se mantém, viva ou vigore: enfim, **sobreviva.**

“A vida, em todos os seus graus, desde as células mais simples, é um processo estruturalmente relacionado, e uma estrutura que se concretiza dentro de um processo; neste sentido ativo é também resistência à sua própria destruição. A vida não possui nenhum impulso de autoconservação: ela é este impulso.”⁷²

Roberto Bartholo⁷³, ao nos enxergar a partir da “Europa e os Outros”, explica-nos também que o processo civilizatório europeu ocidental (que é a matriz de um certo “pensamento teórico-desenvolvimentista” que nutre aquela mesma elite *herodianizada*) transcorre em regiões de mútua delimitação de unidades de ação. Essa fronteira é apreendida através de conceitos binários de pretensão universal. Pares conceituais como heleno/bárbaro e cristão/pagão caracterizam a forma de experiência essencial desse processo, que, se bem que tenha sofrido ao longo do tempo metamorfoses em sua efetividade, manteve sempre inalterada a semântica de sua estrutura de argumentos.

⁷¹ – FREYER, Hans, *TEORIA DA ÉPOCA ATUAL*, Zahar Editores, Rio de Janeiro, 1965.

⁷² – Ibid., p. 135.

⁷³ – BARTHOLO JR, Roberto dos Santos, *EUROPA E OS OUTROS*, in *A DOR DE FAUSTO – ENSAIOS*, op. cit.

O conceito de “bárbaro”⁷⁴, segundo Bartholo, contém simultaneamente uma delimitação e uma determinação negativa do “estrangeiro”: os “bárbaros” são inferiores, porque são “covardes”, “desprovidos de arte”, “cruéis”, “incultos”, etc. Essa subvalorização dos bárbaros é acompanhada de uma supervalorização da qualidade dos helenos. Um dualismo assimétrico de subvalorização para fora e supervalorização para dentro que reduz o bárbaro, dentro da *polis*, a tornar-se unicamente, um escravo. A determinação negativa dos bárbaros serve no entanto fundamentalmente para uma delimitação espacial, e não para a dissolução da barbárie. O bárbaro é um estrangeiro que pode ter o seu próprio espaço. Fora desse espaço, ou seja, dentro da *polis*, o bárbaro não pode existir. Ele pode apenas tornar-se escravo.

Continuando, Bartholo acrescenta que essa forma de experiência é profundamente alterada pela Cristandade. A mensagem de Cristo é universal. Na fé em Cristo não se é nem heleno nem bárbaro, mas apenas e unicamente cristão. O novo par conceitual cristão/pagão concederá ao estrangeiro apenas uma identidade provisória, pois é um estrangeiro que é colocado diante da alternativa absoluta: conversão ou danação. Com isso a relação com o “Outro” ganha uma dinâmica espaço-temporal inteiramente desconhecida pela Antiguidade. Cada homem é um cristão em potencial.

Bartholo complementa que na concepção de mundo da modernidade, o cientificismo e o tecnocratismo são partes constitutivas indissolúveis, e que representam, também, um necessário fundamento de legitimidade para aquele “pensamento teórico-desenvolvimentista”. E é dessa forma que os “Outros” poderão se constituir simultaneamente em objeto de conhecimento, de experimentação e de controle para as chamadas “teorias do desenvolvimento”.

“Temos aqui sempre diante de nós uns ‘Outros’ cuja alteridade nunca é deixada em paz, e sim sistematicamente desrespeitada, destituída,

⁷⁴ – É interessante acrescentar aqui a explicação para o termo “bárbaro”, a partir de Leopoldo Zea, in *DISCURSO DESDE LA MARGINALIZACIÓN Y LA BARBÁRIE*, apud WERNECK, Jurema Pinto, *CONHECIMENTO, PODER E GÊNERO: O DESAFIO DAS YALODÊS*, Tese de Mestrado, COPPE/UFRJ, Março de 2000, p. 59: “Bárbaros; bárbaro, palavra onomatopéica que em latim traduz-se como ‘balbus’, isto é, o que balbucia, tatamudeia: Bar-ba, balbus ... bárbaros”.

negada, ou transformada em artigo de consumo para a predação turística. O ‘bárbaro’ e o ‘pagão’ metamorfoseiam-se no ‘selvagem’ e no ‘nativo’, no ‘subdesenvolvido’. Ao longo de suas metamorfoses a semântica assimétrica da subvalorização ‘para fora’ e da supervalorização ‘para dentro’ apreende e define sempre o ‘Outro’ como um ser carente de desenvolvimento”⁷⁵

Um breve parêntese, talvez esteja aqui uma pista para a causa do tamanho *constrangimento* percebido com relação aos resultados do GEM 2002. A contemporaneidade brasileira criou um novo par conceitual, **oportunidade/necessidade**, que remete àqueles ditos anteriormente na “explicação” de Bartholo. E, esse “novo” par conceitual guarda as mesmas especificidades daqueles outros ditos anteriormente – um dualismo assimétrico de subvalorização para fora e supervalorização para dentro. A subvalorização, para fora, da **necessidade** é acompanhada da supervalorização, para dentro, da **oportunidade**. O bárbaro e o pagão se metamorfoseiam no necessitado e este, obviamente, é um ser carente de desenvolvimento. E é interessante ressaltar também como o GEM 2002 jogou luzes no cenário – “Mais luz, mais sombras?”⁷⁶. Para a nossa elite *herodianizada*, envergonhada e constrangida, o GEM 2002, certamente, *atirou no que viu e acertou no que não viu*. E isso é inadmissível, não é racional, não tem lógica (aliás, atirar e acertar no que não viu é algo muito próximo de uma *balapérdida*). E, por enquanto, fechamos esse parêntese.

E ainda, dentro dessa linha de raciocínio exposta por Roberto Bartholo surge em cena Hassan Zaoual⁷⁷, um autor marroquino (portanto, como nós “outros”: *nosotros!*) que propõe o surgimento de um novo “*homo situs*” para contrapor ao homem-racional, econômico, etc. e tal que nos impigem, como forma de desconstruir o paradigma do mercado como “*centro nervoso da globalização*” na medida em que aquele *homem-econômico* é uma das categorias mais essenciais do discurso globalizante e o *homo situs* é, logo, um homem comunicando-se com seu meio.

⁷⁵ – BARTHOLO JR, Roberto dos Santos, *EUROPA E OS OUTROS*, op. cit., p. 22.

⁷⁶ – Frase atribuída a Karl Marx, in BERMAN, Marshall, *TUDO QUE É SÓLIDO DESMANCHA NO AR*, Editora Companhia das Letras, São Paulo, 1988, p. 235.

⁷⁷ – ZAOUAL, Hassan, *GLOBALIZAÇÃO E DIVERSIDADE CULTURAL*, Editora Cortez, São Paulo, 2003.

Para Zaoual:

“Os homens nunca reagem de maneira idêntica em todos os lugares. Suas racionalidades se constroem socialmente in situ. Pelo menos parcialmente, são rebeldes ao modelo científico da racionalidade padrão da economia ortodoxa. Essas racionalidades situadas são diversas, compósitas, flexíveis, complexas e abertas. Nesse contexto, o homem concreto deve ser tomado em consideração por meio de um conceito flexível. Aí está o alcance do conceito de homo situs que integra e supera o homo oeconomicus, sobre o qual tem sido construída a ideologia econômica oficial.”⁷⁸

Por essas e outras, que a nossa pesquisa, nossa *travessia*, tomou como fundamento, enquanto “método”, um *estar-com-o-outro*. O mais próximo possível e ainda, além das fronteiras de um *participativo*. Pura e simplesmente. Utilizamos então, e abusamos, do “diálogo livre” como forma de obter os dados relevantes que norteassem nossos passos. Diálogo livre, entendido aqui como observação participante, presente em todas as etapas da *empreita*, da pesquisa⁷⁹. Não há momento na convivência entre pesquisador e pesquisado que seja destituído de valor para conhecimento do “outro”. No princípio utilizamos do gravador como ferramenta da memória mas, muitas das vezes, percebemos que na conversa informal, longe do gravador, o “outro” se soltava mais e aí revelava aspectos decisivos para a compreensão de sua experiência social. A fala descontraída apresenta o cotidiano na organização dos afazeres diários e na transmissão dos saberes comuns, e nessa conversa se revelam as relações que dão forma à vida em sociedade. Abandonamos o gravador.

⁷⁸ – Ibid., p. 22. Mais a frente ele acrescenta que o conceito de sítio é “flexível”. Pode aplicar-se em múltiplas escalas e organizações: um bairro, uma cidade, uma região, qualquer localidade, uma tribo, uma etnia, um país, uma cultura, uma civilização, uma profissão, um ofício, uma empresa ou organização qualquer.

⁷⁹ – GOMES, Núbia Pereira de Magalhães, PEREIRA, Edimilson de Almeida, *MUNDO ENCAIXADO. SIGNIFICAÇÃO DA CULTURA POPULAR*, Mazza Edições / UFJF, Juiz de Fora, 1992.

“A rede de relações entretecidas entre a pessoa e a comunidade nem sempre registra à primeira vista o seu significado mais importante. É preciso deixar que as pessoas e as comunidades falem, explicando elas mesmas as regras de seu universo social. A reflexão teórica do pesquisador se constrói no diálogo com o saber popular, ampliando os horizontes de compreensão da realidade social.”⁸⁰

Assim, foi buscado um *encontro*, pelas vielas, veredas e grotas da vida. E esse “encontro”, em sua preocupação de não *issificar* a relação e seus resultados, teve também como balizamento a obra de Martin Buber, “Eu e Tu”⁸¹, que para melhor compreensão, abaixo, o “resumo”, extremamente objetivo, de Roberto Bartholo:

“O fundamento de ‘Eu e Tu’, a obra principal de Martin Buber, não são conceitos abstratos, é a própria experiência existencial se revelando. Não se trata de uma obra de metafísica ou de teologia sistemática. Nela encontramos uma fenomenologia da palavra e uma ontologia da relação que fundamenta uma antropologia e uma ética do inter-humano.

Buber diferencia duas atitudes fundamentais do homem diante do mundo, traduzíveis pelas duas ‘Grundworte’ (palavras-fundantes): Eu-Tu e Eu-Isso, cada uma expressando um modo de existir. O par Eu-Tu manifesta o encontro de parceiros na reciprocidade e na mútua confirmação, e o par Eu-Isso, a objetivação, a requisição utilitária. Cada dualidade é uma totalidade em que os ‘eus’ não são idênticos, mas expressam diferentes possibilidades existenciais: a relação ontológica Eu-Tu e a experiência objetivante Eu-Isso.

A ‘Grundworte’ Eu-Tu é o suporte da vida dialógica, na qual o eu é uma pessoa. No Eu-Isso, o eu é um sujeito que se defronta com um objeto. Nesse encontro dialógico, o Eu e o Tu estão presentes frente a frente, em reciprocidade e simultaneidade. No relacionamento Eu-Isso, a presença do Isso para o Eu não se dá na alteridade. Somente no Eu-Tu o Eu está presente como pessoa e o Tu como o outro.

⁸⁰ – Ibid., p. 6.

⁸¹ – BUBER, Martin, *EU E TU*, Introdução, Tradução e Notas por Newton Aquiles Von Zuben, 2ª Edição Revista, Editora Moraes, São Paulo.

O 'mundo do isso' é indispensável para a vida humana. Sem ele, seria inviabilizada a possibilidade de se assegurar a continuidade da vida humana, suprindo as necessidades vitais por meio de toda uma variada gama de atividades técnicas, econômicas, institucionais, jurídicas etc. Mas o mundo do Isso não se basta como fundamento ontológico do inter-humano.

A relação Eu-Isso não é nunca, em si, um mal. Mas o mal pode residir na escravidão humana a essa atitude, apagando da face do homem a resposta responsável, a disponibilidade para o encontro com o outro, e dissolvendo no anonimato a personalidade da condição humana. O homem precisa do 'mundo do Isso' para viver, mas quem vive somente na relação Eu-Isso se desumaniza.

O Isso pode ser qualquer ente tomado como objeto de experimentação, conhecimento ou uso de um Eu. E o Tu não se limita à esfera do inter-humano apenas. Diz respeito a todo o âmbito do interpessoal, que não se restringe apenas a relações com pessoas 'humanas', mas com entes que são suportes da presença de uma irreduzível alteridade, perante a qual me confronto face a face, em condição de vulnerabilidade. Alteridade e vulnerabilidade são o selo das relações do tipo Eu-Tu.

Eu-Tu e Eu-Isso são dois modos de existência. Sobre eles o homem é reiteradamente chamado a escolher, em liberdade e responsabilidade, ao longo de sua vida. Essa decisão do Eu não é uma pseudocriação do outro: é o Tu que sempre se antecipa como 'oferta' na situação dialógica. Cabe ao Eu a decisão de ir a seu encontro, acolhendo-o em sua irreduzível e inefável alteridade, que sempre ultrapassa as possibilidades da objetivação e das descrições conceituais."⁸²

É interessante assinalar também que, em Buber, a autenticidade do eu é referida à **relação**: eu sou autêntico quando consinto a presença desta alteridade. Pois,

A vida não decola precisamente quando eu jogo comigo mesmo este misterioso jogo de xadrez, mas sim quando me **encontro** colocado na

⁸² – BARTHOLO JR., Roberto dos Santos, *VOCÊ E EU*, Editora Garamond, Rio de Janeiro, 2001, pp: 78/80.

presença de um ser com o qual não acordei nenhuma regra do jogo e com o qual tampouco poderia acordar.⁸³

E, se o eixo de referência do pensamento hegemônico da modernidade ocidental é o sujeito, que pode tomar tanto a forma individualista quanto a coletivista radical, a concepção dialógica de Buber muda essa referência das certezas do sujeito para a vida em relação, que tem como princípio a alteridade, a responsabilidade e a reciprocidade, presentes na ideia de uma “comunidade orgânica”. Ou seja, a concepção dialógica *buberiana* implica na sua prática a possibilidade de realização de uma comunidade “genuína” e aponta para a formulação de uma “antropologia do inter-humano”.⁸⁴

Entretanto, cabe salientar que o “inter-humano” *buberiano* não exclui a forma relacional da sociedade industrial moderna, mas abre a possibilidade de um “tenso” caminhar lado a lado, como uma terceira possibilidade ante as alternativas do individualismo e do coletivismo.⁸⁵

Prosseguindo, a convivência com esses “Outros” sob a *forma buberiana*, sem dúvida, foi que alimentou nossa curiosidade, propiciando essa *travessia*, com o surgimento de uma série de questões que, conforme Boaventura de Souza Santos⁸⁶, *apud* Laura Duarte,

“começam sempre por se manifestar como perplexidades produtivas’ e irão se converter, por certo, em desafios produtivos.”⁸⁷

Nossa *travessia*, portanto, deu-se na busca de um encontro que estabelecesse algo além da relação meramente especulativa com o Outro, o

⁸³ – BUBER, Martin, *QUE ES EL HOMBRE?*, Fondo de Cultura, México, 1985, p. 90. [grifo nosso]

⁸⁴ – BUBER, Martin, *DO DIÁLOGO E DO DIALÓGICO*, Editora Perspectiva, São Paulo, 1982; BUBER, Martin, *SOBRE COMUNIDADE*, Editora Perspectiva, São Paulo, 1987.

⁸⁵ – Para um aprofundamento: AYRES, Andreia Ribeiro, *O INTER-HUMANO E O MUNDO DO ISSO. MARTIN BUBER E AS POSSIBILIDADES DE PADRÕES RELACIONAIS COMUNITÁRIOS NA SOCIEDADE INDUSTRIAL MODERNA*, Tese de Mestrado, COPPE/UFRJ, Fevereiro/1999.

⁸⁶ – SANTOS, Boaventura de Souza, *PELA MÃO DE ALICE; O SOCIAL E O POLÍTICO NA PÓS-MODERNIDADE*, Afrontamento, Porto, 1994.

⁸⁷ – DUARTE, Laura M. G., na Introdução de LESSA, Carlos, op. cit., p. 16.

objeto de estudo (o número de amigos e amigas, companheiros de xícaras, copos e de prosas, por aí..., atesta). Simplesmente isso.

E o princípio que norteia essa *travessia*, além de estar embutido em todas as palavras que antecedem, principalmente nos ditos de Martin Buber, é agora acrescido também pelas palavras de Wilhem von Humboldt, *apud* Roberto Bartholo, quem nos diz que:

“Agir eticamente, fazendo do mundo o material de seu dever, é para Humboldt o fim último da formação universitária, estruturada segundo o objetivo de visar ‘... metamorfosear tanto mundo quanto possível na própria pessoa (...) pela vinculação do nosso eu com o mundo para as mais gerais, provocantes e livres inter-relações’.”⁸⁸

Por outro lado, que fique claro também que quando anteriormente tentamos explicar algumas constatações a partir da matriz europeia ocidental de um certo pensamento teórico-desenvolvimentista, nos engajamos e nos colocamos nas trincheiras abertas por Amartya Sen em “Desenvolvimento como Liberdade” (que aliás, e *antropofagicamente*, tem sido o mote de nossa experiência prática enquanto *facilitador* de posturas mais empreendedoras e gerenciais de “agentes” por aí):

“De fato, a condição de agente dos indivíduos é, em última análise, central para lidar com essas privações. Por outro lado, a condição de agente de cada um é inescapavelmente restrita e limitada pelas oportunidades sociais, políticas e econômicas de que dispomos. Existe uma acentuada complementaridade entre a condição de agente individual e as disposições sociais: é importante o reconhecimento simultâneo da centralidade da liberdade individual e da força das influências sociais sobre o grau e o alcance da liberdade individual. Para combater os problemas que enfrentamos, temos de considerar a liberdade individual um comprometimento social. (...)”

⁸⁸ – BARTHOLO JR., O TERRITÓRIO DA UNIVERSIDADE – A CONTEMPORANEIDADE DE WILHELM VON HUMBOLDT, in A DOR DE FAUSTO – ENSAIOS, pp: 27/40, op. cit., p. 37. [grifos nosso]

A expansão da liberdade é vista, por essa abordagem, como o principal fim e o principal meio do desenvolvimento. O desenvolvimento consiste na eliminação de privações de liberdade que limitam as escolhas e as oportunidades das pessoas de exercer ponderadamente sua condição de agente.”⁸⁹

Diante do que trata a literatura sobre o tema (a partir “deles”), o Empreendedorismo fora reconhecido como um elemento fundamental para a viabilização e a condução de empreendimentos e, em última instância, do processo de desenvolvimento do capitalismo. Polanyi enfatiza que com o surgimento da economia de mercado, com as mudanças sociais e comportamentais decorrentes, “*a sociedade humana torna-se um acessório do sistema econômico*”⁹⁰. Ainda segundo Polanyi, apesar de trabalho, terra e dinheiro serem trocados no mercado, eles não são mercadorias.

“O ponto crucial é o seguinte: trabalho, terra e dinheiro são elementos essenciais da indústria. Eles também têm que ser organizados em mercados e, de fato, esses mercados formam uma parte absolutamente vital do sistema econômico. Todavia, o trabalho, a terra e o dinheiro obviamente não são mercadorias. O postulado de que tudo que é comprado e vendido tem que ser produzido para a venda é enfaticamente irreal no que diz respeito a eles. Em outras palavras, de acordo com a definição empírica de uma mercadoria, eles não são mercadorias. Trabalho é apenas um outro nome para a atividade humana que acompanha a própria vida que, por sua vez, não é produzida para venda mas por razões inteiramente diversas, e essa atividade não pode ser destacada do resto da vida, não pode ser armazenada ou mobilizada. Terra é apenas outro nome para a natureza, que não é produzida pelo homem. Finalmente, o dinheiro é apenas um símbolo de poder de compra e, como regra, ele não é produzido mas adquire vida através do mecanismo dos bancos e das finanças estatais.

⁸⁹ – SEN, Amartya, op. cit., p. 10. [grifos nosso]

⁹⁰ – POLANYI, Karl, *A GRANDE TRANSFORMAÇÃO. AS ORIGENS DE NOSSA ÉPOCA*, Editora Campus, Rio de Janeiro, 1988, p. 87.

Nenhum deles é produzido para a venda. A descrição do trabalho, da terra e do dinheiro como mercadorias é inteiramente fictícia.”⁹¹

Enfatizamos também que considerado o comportamento empreendedor, enquanto uma atitude, uma forma de ser, ela passa a extrapolar o âmbito empresarial e desliza para todas as atividades humanas. Ou seja, a forma empreendedora de ser tem a ver com o estilo de vida, visão de mundo, reação diante às ambiguidades e incertezas, protagonismo, inovação, capacidade de produzir mudanças em si mesmo e no meio ambiente, meios e formas de se buscar a auto-realização.⁹²

Esta visão mais ampla do empreendedorismo, e somente ela, abre portas para se falar de meios e formas de se lidar com a própria sobrevivência, além da sobrevivência do meio que circunda o empreendedor.

Não se trata, portanto, quando se pensa em capacitar possíveis “agentes” no sentido de “tornar as iniciativas aperfeiçoadas”, como diria Sen, de vincular o empreendedorismo exclusivamente à atividade de criação de empresas ou a geração de auto-emprego. Não se propõe a orientação ou a indução para uma determinada atividade, ação, profissão, trabalho. Fala-se em **ser empreendedor**. Simplesmente isto.

Alertamos também que as características e comportamentos do empreendedor que emergem, de maneira genérica, da literatura especializada e/ou sustentadas através de inúmeras pesquisas, despertam alguns mitos em torno do empreendedor. Desejo de conquistar, necessidade de realização, necessidade de colocar ideias em prática, disposição para assumir riscos, inteligência, liderança, alegria de exercitar, energia e engenhosidade, disposição para o trabalho, dentre outras qualidades que levam à imagem do “grande homem”, dotado de características que o tornam personagem peculiar dentre os demais atores da sociedade. E, na maioria das vezes, remete para o estereótipo do “self-made man”.

Acreditamos que essa visão de homem capaz de uma construção quase solitária, possuidora de uma verdadeira apologia do “eu”, desprovida, portanto, de uma dimensão mais coletiva, possa ser considerada um mito, já que transporta o empreendedor para o reino do fabuloso e, até mesmo do

⁹¹ – POLANYI, Karl, *A GRANDE TRANSFORMAÇÃO. AS ORIGENS DE NOSSA ÉPOCA*, op. cit., pp:84/85. Ressaltamos que na atualidade tanto o conhecimento, a informação e a tecnologia foram acrescidos às análises com base nesse autor como também *mercadorias fictícias*.

⁹² – DOLABELA, Fernando, *PEDAGOGIA EMPREENDEDORA – ENSINO DE EMPREENDEDORISMO NA EDUCAÇÃO BÁSICA*, op. cit.

irreal. Narrativas que ressaltam trajetórias de empresários de sucesso, tão comuns nas capas expostas em nossas bancas de jornais, contribuem, certamente, para sustentar essa perspectiva, criando um imaginário de poder e de sucesso vinculado ao empreendedor. Na perspectiva meramente econômica, que vincula o empreendedor ao processo empresarial, percebe-se a tendência de sustentar a sua imagem a partir da racionalidade econômica, possibilitando a construção de uma outra faceta desse mito, ou seja, o empreendedor como indivíduo que se pauta apenas e somente dentro dos parâmetros da lógica racional. Ele não “sente”, não sonha, não é “cordial”.

O empreendedor seria, então, aquele que tem condições de reconhecer e de deter os melhores meios e/ou condições capazes de produzir a maximização dos lucros, desconsiderando, portanto, a dimensão limitada da racionalidade humana. Essa figura central para o desenvolvimento da economia não só alcança a maximização dos lucros, detendo os meios mais adequados, como também tem a capacidade assertiva de determinação dos fins a perseguir.

As figuras do “grande homem”, do *self-made man*, do “homem racional” tendem a ser exacerbadas pela literatura de negócios, privilegiando, assim, uma visão romântica do empreendedor. Essa visão tende a ser construída devido à simplificação das análises e estudos dos empreendedores, desconsiderando aspectos que poderiam situá-los fora da perspectiva mitificadora. Suas dificuldades, suas características, que poderiam ser reconhecidas enquanto negativas, mesmo que por vezes consideradas e apontadas como impeditivos para uma boa gestão empresarial, tendem a ser subvalorizadas (ou desvalorizadas), prevalecendo a supremacia de suas características capazes de os tornarem um tipo especial de pessoa. E, para desmitificar esse “grande homem”, dotado de atitudes totalmente planejadas e calculadas, enfim racionais, precisamos antes entender o **porquê** de tudo isso ao *situá-lo*.

Por fim, iniciamos nossa travessia a partir de duas *veredas* e ali, introdutoriamente, apresentamos a *ferramenta weberiana* e discorreremos sobre o tema “empreendedorismo”. Foram expostos alguns princípios, constatamos e nos espantamos com o cotidiano, e contornamos nossa ousadia. Em seguida, Bartholo/Zaoual deram-nos “pistas” que certamente têm a ver com o que nos aponta Weber. Agora, dando prosseguimento, vamos *correr trecho, romper rumbo, buscar sentidos*.

E nessa *travessia*, essa será a nossa próxima *vereda*.