

A Mediação Sociocultural na Ação Empreendedora: Por um Plano de Vida que Anteceda o Plano de Negócios.

Autoria: Paulo Henrique Mendonça Rodrigues, Flávia Regina Czarneski Vieira

RESUMO

O presente artigo apresenta uma pesquisa que aplica os conceitos da fenomenologia enquanto método para a compreensão do seu objeto de estudo _ a ação empreendedora _ e para a formulação de um modelo de mediação que pressupõe a existência de um plano de vida antecedente ao Plano de Negócios. Os altos índices de empreendedorismo no Brasil, que não se caracteriza majoritariamente pela oportunidade, mas pela necessidade de as pessoas se inserirem no mercado de trabalho, somado ao fato de que movimenta substancialmente a economia do País, reforça a importância do tema que é aqui explorado em seu nascedouro. E conclui que o desenvolvimento econômico, embora importante para a sociedade, não é a causa deste fenômeno, mas uma de suas conseqüências. Portanto, um modelo que contribua para uma continuada mediação entre as ações potencialmente empreendedoras das pessoas e seus planos de vida, buscando a organização e a tomada de consciência destas ações, certamente permitirá a evolução desta plataforma estratégica para o alcance de níveis econômicos mais promissores e reflexos sociais mais significativos.

1. INTRODUÇÃO

No Brasil das últimas três décadas, observou-se uma desenfreada reestruturação dos antigos modelos empresariais. A construção empresarial pela composição de quadros de empregados fixos, baseada nas funções da organização, vem dando lugar às parcerias e quadros mínimos (mais enxutos). Caminhando junto com a desregulamentação dos mercados, tornados cada vez mais globais na década de 80, as teorias da Qualidade Total e, em seguida, a Reengenharia, definiram um cenário que começava a impor flexibilidade e agilidade para um processo de mudanças cada vez mais acelerado.

A década de 90 se caracterizou por uma política governamental de estagnação vinculada ao combate à inflação como necessidade primária. Consequentemente, viu-se um país de desempregados, ao mesmo tempo que situava-se entre os cinco países com maior nível de empreendedorismo no mundo, nos dois anos em que participou do estudo Global Entrepreneurship Monitorⁱ, tendo 13,5 a cada 100 adultos da PEAⁱⁱ como empreendedores, iniciadores de "novos negócios". No ano de 2000, o Brasil chegou a ocupar o primeiro lugar. O mesmo estudo também apresenta vários outros indicadores, que serão revisitados quando da análise dos dados desta pesquisa, servindo de base para a discussão e correlação finais deste artigo.

Desta forma, a ação empreendedora constitui-se em tema inevitável a qualquer debate que inclua o desenvolvimento econômico, pois aponta para uma solução na criação de novos postos de trabalho. Um trecho da Pesquisa Mensal de Empregos (PME)ⁱⁱⁱ, realizada pelo IBGE nas estimativas de outubro de 2003, merece aqui um destaque:

Outra forma de inserção no mercado de trabalho são as pessoas que trabalham explorando o seu próprio empreendimento, sozinhas ou com sócios, sem terem empregados e contando, ou não, com a ajuda de trabalhador não remunerado membro da unidade domiciliar, os denominados "trabalhadores por conta própria". O número de pessoas nesta categoria de posição na ocupação vinha apresentando crescimento contínuo e, sem dúvida, foi a que mais absorveu mão-de-obra nos últimos meses, entretanto, em outubro apresentou queda, 0,8% . Já na comparação anual, embora tenha registrado variação inferior a apresentada na comparação de

setembro de 2003 com setembro de 2002, que chegou a 11,1%, apresentou variação positiva, 6,5% (PME, 2003, grifo nosso).

No entanto, a se considerar uma possível contextualização deste tema em relação ao modelo econômico vigente no Brasil, necessita-se de um espaço de pesquisa e de divulgação ainda não contemplados de maneira a atender e, principalmente, para entender tamanha diversidade de atividades com características e peculiaridades regionais tão distintas.

Segundo divulgado pelo IBGE (2002), como resultado da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, o percentual de pessoas trabalhando na atividade agrícola, em relação ao número total de trabalhadores de cada região, variou de 36,5% no Nordeste a 10,6% no Sudeste. As regiões Sudeste e Centro-Oeste, concentraram respectivamente, 46,4% e 45% de pessoas ocupadas no setor de serviços, contra apenas 35,6% no Sul e 32,7% no Nordeste. A participação de trabalhadores na indústria foi maior para as regiões Sudeste e Sul, com a média de 17%, enquanto o Nordeste ficou com 9% e o Centro-Oeste com 10,8%. A mesma fonte informa que a Região Norte não foi considerada na pesquisa.

A relevância dos estudos em empreendedorismo extrapolam os limites de sua importância econômica, qualquer que seja o país em que ocorra. Nos Estados Unidos a força empreendedora estabeleceu milhares de novas empresas e novos postos de trabalho; jovens empresas geraram 90% dos empregos nos últimos vinte anos, 95% das inovações radicais e 50% das inovações tecnológicas desde a Segunda Guerra Mundial. No Brasil, o número é de 98,7% de empregos atribuídos às pequenas empresas, as quais criaram 96% dos postos de trabalhos nos últimos cinco anos (BOM ANGELO, 2003, p.34). Ainda que confirmem sua importância macroeconômica, tais dados apontam para um reflexo no núcleo familiar tão impressionante quanto merecedor de cuidados, dada a elevada mortalidade das pequenas empresas, dentre as quais mais de 73% não completam o quarto aniversário (BOM ANGELO, 2003, p.40).

A leitura do último relatório internacional do GEM (2002 Executive Report) reforça a importância de um estudo com uma abordagem fenomenológica, conforme declaração do líder da Equipe de Coordenação do GEM, prefaciando o citado relatório:

Ainda que muitos reconhecidos economistas já tenham, por mais de um século, sustentado que o empreendedorismo seja uma das mais importantes forças dinâmicas no cenário econômico, as causas e os impactos deste **fenômeno** ainda se encontram muito pouco conhecidos (REYNOLDS, 2002, tradução e grifo nossos).

Estas evidências, que fomentaram no pesquisador o pressuposto de uma interdependência predominante entre a ação empreendedora e a sociedade pós-industrial, introduz também a pergunta que dá sentido à pesquisa apresentada no presente artigo: *quer seja para realizar um sonho ou por julgar necessário à sua sobrevivência, ou ainda, para acumular riquezas, de que forma as pessoas que pretendem iniciar o próprio negócio, ou já o fizeram, percebem a mediação do ambiente sociocultural e familiar no processo de organização de suas idéias e atitudes e integram a esta ação empreendedora o seu plano de vida ?*

Portanto, este artigo tem como objetivo central colaborar com a percepção do processo sociocultural de formação da ação empreendedora pelo qual as pessoas organizam seus sonhos, atitudes ou necessidades de empreender, o que será buscado por meio da compreensão do fenômeno em estudo e de uma ação mediadora que pressupõe um plano de vida anterior ao plano de negócios.

A seguir, listam-se os objetivos intermediários desta pesquisa, sobre os quais repousam tanto a seleção do referencial teórico quanto a construção da entrevista e da análise final:

- a) Distinguir os aspectos sociais, culturais e das redes de relacionamentos que podem interferir na ação empreendedora;

- b) Compreender possíveis relações de interdependência entre as pessoas em seus ideais ou necessidades empreendedoras e seus respectivos contextos familiares;
- c) Entender de que forma os empreendedores, em ação ou em potencial, buscam adequar seus negócios a um possível plano de vida;
- d) Aplicar o modelo de entrevista mediadora proposto a um dos respondentes.

2. METODOLOGIA

A presente investigação organiza-se sob a forma de um estudo de campo qualitativo (pesquisa qualitativa). Por uma análise mais ampla, trata-se de uma pesquisa não-experimental, pois não há seleção e tratamento de variáveis para a testagem de hipóteses.

As informações traduzidas em números aqui apresentadas não chegam a constituir parte relevante do trabalho, que assume uma postura interacionista simbólica, conforme os ensinamentos desenvolvidos pelo Departamento de Sociologia e Antropologia da Universidade de Chicago (MEAD, 1934 e BLUMER, 1969 *apud* MOREIRA, 2002, p. 47). Tal postura vem ao encontro do objetivo central deste trabalho, entendendo que o comportamento empreendedor a ser estudado far-se-á percebido pelo pesquisador por meio da forma como as próprias pessoas enxergam o seu cotidiano e como conduzem suas atividades em contato com outras.

A despeito das diferentes correntes de abordagem do movimento filosófico da Fenomenologia, considerou-se o método fenomenológico como a vertente da pesquisa qualitativa mais adequada ao tipo de investigação proposta. Segundo o pensamento de Edmund Husserl (1859-1938), iniciador da fenomenologia como descrição dos fenômenos da consciência, na obra intitulada *Investigações Lógicas*, “a Fenomenologia era uma forma totalmente nova de fazer filosofia, deixando de lado especulações metafísicas e abstratas e entrando em contato com as próprias coisas, dando destaque à experiência vivida” (HUSSERL *apud* MOREIRA, 2002, p.62).

Creusa Capalbo, Doutora em Filosofia, prefaciando Anésia de Souza Carvalho, na obra *Metodologia da Entrevista*, comenta:

[...] a fenomenologia se preocupa ainda em mostrar como se dá a constituição de sentido pelo sujeito, ou seja, no dizer de Merleau-Ponty, como o sentido se faz pelo e para o homem no entrecruzamento de suas experiências mediatizadas pelo corpo próprio, pela coexistência com os outros homens, pela ação que empreende na práxis histórico-social-política, pelos sentimentos e afetos que vivencia, incluindo-se nestes a sexualidade etc. (CAPALBO in CARVALHO, 1991, p.7)

Carvalho (1991, p.12) explica que o pensamento fenomenológico é não-causal, cujo quadro de referência não é a explicação, mas a compreensão. E continua:

Falando de perspectiva compreensiva, resta-nos, entretanto, esclarecer o que estaríamos entendendo aqui por “compreensão”. A elaboração precisa da noção de compreensão deve-se a Dilthey, para quem ‘compreensão não é explicação’. A explicação, segundo Dilthey, diz respeito a fatos e causas, ao passo que a compreensão refere-se a vivências e sentidos [...] (CARVALHO, 1991, p.14).

As limitações do método talvez repousem na unilateralidade da análise, restrita ao pesquisador em trabalho isolado, o que se soma à natural impossibilidade de precisão na coleta e classificação de dados que dizem respeito ao processo de construção das atitudes das pessoas. Por isto, o método fenomenológico se confirma, mesmo restrito, uma vez que se propõe a retratar o fenômeno sem omitir a forma como foi observado.

Com a pretensão de minimizar tais limitações, o referencial teórico e os dados da pesquisa são apresentados explicitando-se os elementos que compõem a argumentação central deste trabalho. Com estas ferramentas, entende-se facilitar a identificação da contribuição desta

pesquisa, tornando sua conclusão um ato colaborativo com os leitores e permitindo uma extrapolação analítica para novos estudos do tema.

Não houve necessidade de um capítulo específico para a definição de termos uma vez que o campo semântico daqueles aqui utilizados pertence ao senso comum, além de que o empreendedorismo já conta com vasto tratamento junto à comunidade científica e até mesmo no campo profissional. Entretanto, revela-se oportuno apenas esclarecer que o uso da expressão “ação empreendedora”, neste trabalho, restringe-se a referenciar um comportamento impessoal enquanto objeto de estudo, que será analisado a partir de cada respondente (empreendedores de fato ou em potencial), os quais colaboram com suas vivências para a compreensão do fenômeno, mediados pelo pesquisador.

As técnicas de coleta de dados usadas foram a entrevista semi-estruturada, por meio de questionários e contatos diretos com os entrevistados, e a história de vida do tipo tópica, ou seja, que focaliza o contexto específico da vida dos sujeitos, em vista dos objetivos propostos (MOREIRA, 2002, p. 56). A técnica de *brainstorming* foi aplicada a apenas um dos entrevistados, buscando contribuir com um modelo de mediação para a questão do plano de vida que anteceda o Plano de Negócios.

Mais adiante, na apresentação da pesquisa, ter-se-á a impressão de tratar-se de um estudo de múltiplos casos, uma vez que cada pessoa entrevistada fala de sua própria experiência (casos isolados). No entanto, para a metodologia aqui definida, relembra-se que o fenômeno é a “ação empreendedora” e as experiências individuais relatadas nas entrevistas são colaborações distintas da observação deste mesmo fenômeno. Os entrevistados explicitam o fenômeno por um processo natural de relato do seu vivido.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

O estudo em apresentação neste artigo estrutura-se em um referencial teórico que aborda as questões sociais da ação empreendedora, privilegiando a construção do conhecimento acerca da possível realidade empreendedora no Brasil. Não se pode continuar neste propósito, antes mesmo da ação exploratória sobre os “empreendedores respondentes”, sem que se deixe bem nítido o viés de percepção por meio do qual se pretende observar.

Portanto, um referencial teórico foi considerado para dar sentido aos objetivos intermediários, anteriormente citados, conforme será apresentado.

3.1- Um novo paradigma da ação empreendedora e a mediação sociocultural

Inicialmente, é interessante a citação em que Fernando Dolabela analisa os “Significados de uma Educação Empreendedora”:

[...] o emprego (forma de relação dependente) e o *know-how* (conteúdo), que constituíram o paradigma das relações de trabalho nos últimos dois séculos, são substituídos na era da velocidade e da informação em tempo real por um outro modelo _ o da **capacidade de gerar novos conhecimentos e identificar oportunidades** (conteúdos), em uma relação de interdependência (autonomia relativa), sob a forma empreendedora. (Dolabela, 2003, p.23, grifo nosso)

Outra importante citação, esta destacada por Bom Angelo, de Peter Drucker, revela que “o surgimento da economia empreendedora é um evento tanto cultural e psicológico quanto econômico ou tecnológico” (DRUCKER *apud* BOM ANGELO, 2003, p.34).

Portanto, são novos valores e novos parâmetros que começam a ser percebidos na ação empreendedora (gerar novos conhecimentos e identificar oportunidades), muito além da visão schumpeteriana dos “*homens de negócio que inovam de forma absoluta e original*” (SCHUMPETER, 1982 *apud* CRAMER; LIMA e BRITO, 2002), juntamente com a necessidade de sobrevivência (o emprego como forma de relação dependente). Externamente^{iv}, é o próprio Estado que enxerga no empreendedorismo a solução para um

requerimento da empregabilidade, reformulando estratégias de incentivo à ação empreendedora.

O que passa a ser analisado, por estas evidências, é a inter-relação do empreendedorismo com toda forma de organização social de um país, visto que a iniciativa empreendedora, ou sua omissão, externaliza traços de um contexto mediado por percepções, preconceitos, negações, além de um complexo processo de ação reflexiva entre os interesses e necessidades individuais e a organização sócio-econômica instituída. Dolabela (2001) expressa claramente este entendimento, quando escreve:

Ser empreendedor não é somente uma questão de acúmulo de conhecimento, mas a introjeção de valores, atitudes, comportamentos, formas de percepção do mundo e de si mesmo voltados para atividades em que o risco, a capacidade de inovar, perseverar e de conviver com a incerteza são elementos indispensáveis. (DOLABELA, 2001, p.44)

Amar Bhidé, professor da escola de pós-graduação em administração de empresas da Columbia University, em entrevista à Revista HSM Management (mar-abr, 2001, p.78) afirma que quem assume o maior risco dos novos negócios são os consumidores, que são os que acabam financiando o empreendimento. E conclui: “Embora a irracionalidade seja uma condição fundamental para que um empreendimento prospere, não é o fundador que age irracionalmente; são as **pessoas que ele utiliza para fazer com que o negócio funcione**”. (BHIDÉ, 2001, p.78, grifo nosso)

Novamente duas questões já ensaiadas voltam à tona com esta citação: a mediação social da ação empreendedora, nas “pessoas que ele utiliza” e a ética, porque se entende no outro os reflexos de nossas atitudes (irracionalis ou não). E uma terceira questão é sutilmente introduzida: a presença e importância das redes de relacionamento, que são utilizadas para “fazer com que o negócio funcione”.

Outra importante consideração é caracterizada ainda por Dolabela (2001, p.103) ao relembrar que nossa cultura empresta um sentido negativo ao significado de empresário. O senso comum é de que a atividade empresarial se sustenta em uma proteção governamental e em atitudes ilícitas, reproduzindo a imoralidade onde sempre há domínio dos mais fortes sobre os mais fracos. Neste artigo, tal pressuposto vem ao encontro de evidências que aparecem no estudo de campo junto aos respondentes escolhidos, fazendo parte da análise da interação sociocultural proposta.

3.2- Motivos para empreender e a mediação familiar

A estruturação do caminho a percorrer pelo pesquisador, confirmando a importância do tema como é aqui abordado, além da observação curiosa de ocorrências no seu cotidiano, surgiu também da leitura do artigo Social Networks and Entrepreneurship, de Greve e Salaff (2003), que desafiam: “*we want to learn more about how women and men develop and use their networks and the composition of networks of those with different family backgrounds*”^v (GREVE e SALAFF, 2003, p.17).

Embora esta pesquisa não pretenda entrar na discussão das diferenças entre o empreendedorismo ocorrendo com o homem ou com a mulher, aproveita-se o questionamento proposto no artigo, conforme citado, quanto à utilização das redes de relacionamentos e, principalmente, na diferenciação da composição de origens familiares dos empreendedores.

O relatório mais recente do GEM revelou que cerca de dois terços da população pesquisada entre os países envolvidos no consórcio de estudo são empreendedores por oportunidade, contra o terço restante motivado pela necessidade. E acrescenta que estes “empreendedores por necessidade” são predominantes em países em desenvolvimento. A julgar pelo Brasil, cujas condições de desenvolvimento não se enquadram no primeiro caso, seu alto índice de empreendedorismo se confirma na questão da necessidade.

O mesmo relatório divulga dados sobre *Atividade Empreendedora Total e Empreendimentos Familiares*, após uma pesquisa realizada em apenas dez países, escolhidos

entre aqueles possuidores de destaques em suas regiões de localização e grandes diferenças no nível de desenvolvimento, que foram: Austrália, Brasil, Hungria, Israel, Nova Zelândia, Singapura, Espanha, Suécia, Reino Unido e Estados Unidos. O Brasil fica em segundo lugar, com 50% de empresas familiares entre o total da atividade empreendedora, perdendo para a Nova Zelândia, com 51%, sendo que o terceiro colocado é Singapura, distante com o percentual de 38%. Vale ressaltar que a população estimada de pessoas entre 18 e 64 anos, no Brasil, é de aproximadamente 106 milhões, contra apenas 4 milhões da Nova Zelândia. Estados Unidos e Reino Unido ficaram com 32% e 26%, aproximadamente (GEM, 2002, p.35).

Portanto, as constatações extraídas anteriormente permitem inferir que o empreendedorismo no Brasil caracteriza-se por empresas familiares, motivadas pela necessidade. Ainda que aparentemente possa parecer uma conclusão determinista e rotuladora, é importante que se analise que a predominância desta motivação para empreender não exclui a existência das mesmas potencialidades e atividades do empreendedorismo por oportunidade.

Cramer, Lima e Brito (2002), em artigo intitulado *As Representações Sociais da Ação Empreendedora*, afirmam:

Constata-se que uma parcela expressiva das PME's é de empresas familiares. Elas correspondem, e continuam a corresponder mesmo com a globalização, a uma porcentagem muito grande do total das empresas no Brasil. Dessa forma, procede a necessidade de aprofundar o nosso conhecimento sobre as peculiaridades desse tipo de empresa (CRAMER, LIMA e BRITO, 2002, p.1).

Estas constatações confirmam a importância da direção de investigação do presente trabalho.

3.3- Um plano de vida anterior ao plano de negócios

O referencial aqui escolhido pretende dar sentido à proposição de um modelo de mediação que permita a contribuição central desta pesquisa, qual seja a concepção de que se faz necessário antepor um plano de vida ao plano de negócios. Nesta fase não cabe uma abordagem explicativa a respeito de plano de vida e de plano de negócios, pois nem mesmo esta última, embora constitua-se em conhecimento técnico no “mundo dos negócios”, não tem aqui este tratamento, assumindo um sentido genérico que o senso comum alcança com facilidade. Refere-se ao estágio em que a pessoa reúne idéias, intenções e um mínimo de planejamento de ações que possam gerar um Plano de Negócios. Os ensinamentos de Berger e Luckman (1974 *apud* CRAMER, LIMA e BRITO, 2002, p.2), referindo-se ao conhecimento do senso comum como principal fonte da ação humana na sociedade, tornam-se suficientes também para que aceitemos uma possível tomada de consciência pelo homem partindo de suas vivências.

Merleau-Ponty (1971), na obra “Fenomenologia da Percepção” confirma:

A própria noção de liberdade exige que nossa decisão penetre no futuro, que algo tenha sido feito por ela, que o instante seguinte se beneficie do precedente e, sem ser necessitada, seja pelo menos solicitada por ele. Se a liberdade é de fazer, é preciso que o que ela faz não seja desfeito na mesma hora por uma liberdade nova (MERLEAU-PONTY, 1971, p.440).

Duas conclusões desta citação devem ser destacadas. A primeira é o próprio conceito de decisão, de sua utilidade enquanto responsável pelo “instante seguinte”, num sentido do processo “causa-efeito” inerente ao fazer humano. A segunda é significado excludente de determinadas ações (ou idéias), expressas pela “liberdade nova” que não deve desfazer o que outra já fez, apontando para o entendimento da coerência e de um mínimo de racionalidade na organização do pensamento livre.

Desta forma, a tomada de consciência e a organização do pensamento, ambos inerentes à natureza livre do homem, são efeitos de um processo de construção e compreensão de senso comum, mas só fazendo sentido na vida em sociedade, uma vez que os próprios conceitos de liberdade e de senso comum não pertencem à unidade, mas ao agrupamento.

Constitui-se em equívoco equiparar o mediador deste modelo com o facilitador no trabalho de grupos colaborativos, ainda que alguns aspectos sejam semelhantes. O fator que os distingue substancialmente é a concepção fenomenológica da mediação, que observa e compreende, no intuito de tornar-se um meio para o fenômeno se expressar. A facilitação previne-se com ferramentas e técnicas, e embora também pressuponha uma neutralidade, esta não ocorre a despeito da presença, mas na ausência de uma humanidade que é indispensável ao processo de mediação. E novamente encontra-se apoio em Dilthey^{vi}, quando postula que “a riqueza da nossa experiência permite-nos imaginar, por uma espécie de transposição, uma experiência análoga exterior a nós e compreendê-la[...]”, o que justifica uma aproximação com o sentido da compreensão do fenômeno na ação humana. Dilthey não exigia uma neutralidade, mas uma parcialidade prudente, permitindo ao outro a possibilidade, ainda que minimamente, de se expressar através de seus próprios vestígios.

Portanto, o modelo aqui proposto não pretende instrumentalizar nenhum processo, mas simplesmente apresenta-se sob a forma aplicada, podendo ser internalizado pelo senso comum da comunidade com interesse no assunto.

O mediador é responsável por estruturar perguntas e reflexões, alicerçado nos conhecimentos que já possui na área específica, mas sempre cuidadoso com o não determinismo ou interferência na conclusão do entrevistado. Não se pressupõe aqui a neutralidade incontestável para que tal modelo de entrevista tenha validade, o que seria utópico. Pelo contrário, ela deve ser buscada a cada instante do diálogo, mas sem o afastamento que venha destituir o encontro da indispensável intersubjetividade. Estudos em Psicologia e a experiência de trabalho com pessoas podem compor um preparo razoável deste mediador.

4. APRESENTAÇÃO DA PESQUISA E ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo relata a pesquisa junto à amostra selecionada, esclarecendo a coleta dos dados, apresenta os resultados, analisa-os e expõe um modelo de mediação proposto pelo próprio pesquisador para confrontar o plano de vida com a ação empreendedora, aplicando-o a um dos respondentes.

4.1- Coleta de dados

Conforme já definido na metodologia, a coleta de dados se deu através de entrevistas semi-estruturadas, em uma amostra de quatro respondentes. A escolha destes obedece a um critério que visa à facilidade de entendimento de suas respectivas histórias de vida (tópica), além de promover maior confiabilidade das respostas, obtidas pela intenção que os entrevistados têm de colaborar. Desta forma, o pesquisador optou por selecionar pessoas entre a sua rede de relacionamentos, de contato relativamente próximo, que puderam concluir, após uma abordagem prévia, por tratar-se de uma contribuição mútua entre eles e a comunidade científica, representada pelo trabalho em curso. Enquanto esta se beneficia no aprofundamento do tema, aqueles recebem um retorno sob a forma de análise para sua reflexão e aperfeiçoamento profissional e pessoal.

As entrevistas ocorreram obedecendo o seguinte planejamento:

- 1ª etapa: o pesquisador apresentou o objetivo, relevância e abrangência do trabalho e solicitou o agendamento para uma primeira abordagem;
- 2ª etapa: dia da primeira abordagem: apresentou apenas a parte I do formulário de entrevista, esclarecendo as solicitações ali constantes para o preenchimento individualizado (as

perguntas do tópico II não foram ainda divulgadas); agendou uma segunda abordagem para realizar as perguntas;

3ª etapa: o pesquisador analisou as condições familiares e sociais de cada respondente, adequando o conteúdo e a seqüência das perguntas, em vista das peculiaridades de cada um;

4ª etapa: realizou uma entrevista gravada, partindo do replanejamento das perguntas constantes no tópico II.

5ª etapa: selecionou o respondente que seria convidado a submeter-se à aplicação do modelo de mediação para um plano de vida antecedente ao plano de negócios.

6ª etapa: aplicação do *brainstorming* ao respondente escolhido e procedeu à análise.

É importante ressaltar que a pesquisa de campo (da 1ª à 4ª etapa) não pretende, e nem poderia, isolar e controlar variáveis, mas apenas observar os fatos tal como ocorrem espontaneamente, permitindo o estabelecimento de relações constantes entre determinadas condições (variáveis independentes) e determinados eventos (variáveis dependentes) (RUIZ, 1996, p.50).

Naturalmente que uma ação exploratória mais aprofundada faz parte do conhecimento de como se processa o empreendedorismo em cada respondente, o que se buscou através dos dados fornecidos na parte I do formulário de entrevista, somados às perguntas iniciais constantes na parte II e da tomada da história de vida tópica.

4.2- Apresentação dos resultados e análise dos dados (ênfase na proposição do modelo de mediação que privilegia um plano de vida – 5ª e 6ª etapas)

Os dados coletados são de tratamento cuidadoso e merecedores de distintas e inúmeras apreciações. Na proposta desta pesquisa, estes dados são observados sob a ótica de compreensão do fenômeno da ação empreendedora, ou mesmo da não ação empreendedora, mas entendendo que um plano de vida deve anteceder o plano de negócios.

O que se fez foi a aplicação de uma entrevista com o uso do *brainstorming* mediado pelo pesquisador. Foi escolhido o respondente aqui registado com o nome de ISAAC, que durante a abordagem apresentou-se indeciso diante da necessidade de lançar-se profissionalmente, portando algumas idéias para empreender com a sua formação em nível superior de Terapia Ocupacional. Percebe-se, na fala de ISAAC, criatividade e motivação para o trabalho na área escolhida, mas sem qualquer conhecimento acerca das implicações de se constituir uma nova empresa.

O *brainstorming* é aplicado por meio de perguntas abertas, feitas pelo pesquisador ao ISAAC, seguidas de perguntas secundárias a cada resposta pouco elucidativa, através de interrogações ou advertências, como segue: “*mas de que forma ?*”, “*em que momento você faria isto ?*”, “*considere todas as possibilidades !*”, “*você não parece claro nesta explicação, será que está certo disso ?*”, “*o que exatamente você deseja realizar com esta alternativa ?*”, “*de que forma e quando estas idéias começaram a aparecer ?*”, “*quais os pontos favoráveis e desfavoráveis que você aponta para estas alternativas ?*”, “*com quem você conta para dar início a um projeto como este ?*”, “*o que você já conhece deste assunto ?*”, “*qual a dimensão das possíveis conseqüências para a sua vida ?*” etc.

Tal inventário de questionamentos colaborou para que ISAAC percebesse em que alternativas ele ainda não detinha todas as informações necessárias ou não estavam alinhadas com o seu perfil pessoal e o seu plano ou estilo de vida. O mais importante era que ele pudesse concluir sobre suas próprias potencialidades e fraquezas caso viesse optar por qualquer dos insipientes “planos de negócios” que tinha em mente.

É interessante notar que ISAAC conta com algumas pessoas que acreditam em seu potencial, com interesse em seu sucesso e com alguma condição de investimento, pois, como ele mesmo relatou, sempre recebe elogios pela grande facilidade no contato com pessoas, principalmente idosos e crianças (competência indispensável para o empreendedor e para o

terapeuta ocupacional), além de uma habilidade artesanal incomum. ISAAC trabalhou durante a infância e parte da adolescência com seu pai, um sapateiro de uma pequena cidade no interior do estado do Rio de Janeiro, aprendendo a consertar e fabricar calçados, bolsas e outros objetos correlatos.

A mediação com ISAAC foi assim estruturada:

1º) Inventário dos planos (idéias) de ISAAC:

Pergunta: *qual (is) é (são) sua(s) idéia(s) de negócio ?*

(A) “Fazer estágio no Hospital Lourenço Jorge, com os especialistas em reabilitação funcional de mãos, para futuramente abrir um consultório com ênfase nesta especialidade”;

(B) “Estudar para um concurso público na minha área”;

(C) “Procurar emprego em uma clínica particular”;

(D) “Abrir um centro de reabilitação para crianças oferecendo o serviço de equoterapia”.

Procedimento: ISAAC falou livremente, apontando para diversas possibilidades, tendo sido possível que o mediador organizasse as idéias nas quatro alternativas descritas acima, com o uso da fala do próprio ISAAC;

Análise: ISAAC ainda não está convicto de conduzir seu próprio negócio; a mediação deve permitir-lhe uma análise sobre isto.

2º) Inventário dos aspectos favoráveis e desfavoráveis de cada alternativa:

Pergunta: *o que você atribui como aspectos favoráveis e desfavoráveis para a cada opção, de (A) a (D) ? Vamos listar cada um ? Iniciemos.*

Procedimento: usaram-se as perguntas secundárias, no sentido de fazê-lo refletir e evitar omissões que pudessem obscurecer verdadeiras causas e efeitos para as hipóteses que ele mesmo levantava; um inventário dos aspectos favoráveis e desfavoráveis foram listados (estão apresentados no apêndice B deste artigo);

Análise: foi possível compreender a visão que ISAAC possui acerca do que pode ser causa ou consequência de determinada ação; por vezes apresentou idéias confusas; dentre os aspectos listados, destaca-se o fato de que surgiram algumas condições que ele mesmo impunha a todo instante, sem antes ter percebido que faziam parte de seus planos, expressas da seguinte forma:

a) não há aspecto desfavorável algum nas alternativas (A) e (C) , a menos pela baixa ou nenhuma remuneração; porém, condicionou estas opções à viabilidade de tempo para dar continuidade a um projeto de negócio próprio;

b) entre os aspectos favoráveis das alternativas (C) e (D), listou o fato de poder continuar dando atenção ao seu sobrinho portador de paralisia cerebral, ou mesmo levá-lo com ele para o local de trabalho.

Portanto, conclui-se que fazem parte do plano de vida de ISAAC o não distanciamento dos cuidados com o seu sobrinho e o investimento em um empreendimento próprio.

3º) Análise final dos aspectos levantados:

Procedimento final: para uma mediação na tomada de decisão com auxílio de parâmetros do próprio senso comum, o mediador propôs que ISAAC observasse cada conjunto de aspectos, favoráveis e desfavoráveis, e classificasse cada alternativa em uma das seguintes categorias: (5) extremamente interessante, (4) bem considerável, (3) considerável (“vale a pena”), (2) pouco considerável (“arriscada”) e (1) extremamente arriscada (“inoportuna”); mas esclareceu que esta classificação deveria ser pensada em condições atuais, não devendo significar um descarte definitivo da alternativa.

Partindo desta etapa, o mediador só falou depois que o próprio ISAAC fez conclusões do que percebeu em todo o processo. Classificou as opções de (A) a (D) em 4, 3, 5 e 1, respectivamente, e fez uma análise após o seguinte questionamento do mediador: *o que você*

acha que deve fazer para adequar suas alternativas de empreendimento ou não empreendimento ao seu plano de vida ?

Conclusão: ISAAC despertou para o fato de que teria de fazer opções intermediárias para alcançar seus objetivos, decidindo por buscar colocação de trabalho em clínicas particulares (opção que considerou de menor risco) _ a de letra (C), que recebeu classificação 5_ por considerar que, no momento, é a mais permissiva e intermediária para as demais de maior interesse. A segunda melhor classificada _ de letra (A), com classificação 4 _ por não requerer investimentos neste momento em que “ainda não conheço muito sobre empresas” e proporcionar experiência na área de reabilitação com diferenciação no mercado de trabalho.

4.3- Considerações finais (análise parcial)

O presente artigo revisitou aspectos já anteriormente tratados em diversos trabalhos científicos, confirmando alguns pressupostos acerca das características e peculiaridades da ação empreendedora. Entres estes, destacam-se os que podem dar sentido à contribuição desta pesquisa em vista do modelo proposto, como segue:

- a) As pessoas entrevistadas, em suas iniciativas de empreender, acabaram por negligenciar os conhecimentos mínimos na área de negócios, o que pode ser fator contribuinte para o alto índice de mortalidade das novas pequenas empresas. Os respondentes, todos com nível de escolaridade superior completo ou cursando, ouvidos nesta pesquisa, confirmaram que não conheciam um Plano de Negócios, no sentido técnico, tendo executado, quando muito, insipientes verificações de viabilidade de negócios. Nenhum deles realizou análises financeiras de retorno do investimento;
- b) Três entre os quatro ouvidos não estabeleceram paralelos entre suas idéias empreendedoras e os planos de vida, mas declaram tratar-se de algo muito importante, além do que foi percebido pelo pesquisador pelas claras reações de constrangimento no momento da formulação da pergunta;
- c) O entrevistado estabelecido há mais tempo, a Sr^a Sílvia, declara-se alcançando seus objetivos. Após sete anos como empresária em representação comercial com alimentos (matinais e sobremesas), sente-se feliz pelos resultados de seu esforço. Iniciou o seu negócio em sociedade com dois irmãos, após uma trajetória profissional em vendas no varejo, trabalhando como funcionária de lojas de roupa feminina em *shopping centers*. *Percebi que vendas era o meu potencial, mas precisava melhorar a minha renda. Hoje estou comprando o meu apartamento, embora simples, mas que significa a realização de um sonho. Faço o meu horário, organizo-me para gozar férias, viajando muito, e consegui melhorar a qualidade de vida da minha família. Mas ainda quero expandir minhas vendas; preciso ver como farei isso.* Mesmo demonstrando satisfação pelo que faz, Sílvia não esconde que sua felicidade reside no alcance de objetivos na vida particular, com ênfase no fato de ter sido possível adequar as atividades da empresa sem prejuízo de suas viagens de férias. Questionada em como fez para escolher um negócio que lhe permitisse esta flexibilidade, respondeu que não fez estas considerações no início, e por isso teve de começar a fazer algumas transformações na rotina dos negócios logo no início. *“Sei que perdi algumas oportunidades de negócio, mas não conseguiria manter a empresa por muito tempo se continuasse a abrir mão das minhas viagens.”*
- d) Feliciano, um funcionário público que não abandonou sua estabilidade para também ser um empresário é franqueado de uma escola de idiomas. Após questionado se teve de fazer mudanças radicais na vida particular para conviver na condição de empresário, declara: *“radicais, nem tanto. Mas tenho que dar muito de mim pois sou ligado à família e aos amigos. Não gosto de dispensas uma festa ou lazer. Por esta razão trabalho para estar organizado o suficiente para poder ter uma equipe que eu possa comandar à distância..”* Antes desta declaração, havia informado que sua esposa fora a pessoa que mais esteve contra o início de seu empreendimento, ao mesmo tempo que foi a única pessoa com

quem diz ter contado para começar tudo, “*após grande esforço de convencimento*”. Seu nível de motivação e a energia com que trabalha o permitem ainda dizer: “*Hoje possuo três salas modernas, uma recepção e uma biblioteca. Possuo uma sala em outra escola com a qual fiz convênio e minha marca já é bem conhecida no bairro. Sem contar que não tenho dívidas. Todos os pagamentos estão em dia e pretendo abrir em breve outra escola.*”

5. CONCLUSÃO FINAL

Como se observou, a ação empreendedora não se desvincula dos planos de vida da pessoa em sua energia para empreender. Qualquer que seja seu motivo para empreender, sua rede de relacionamentos ou outras formas de mediação social, em algum momento as atividades empresariais interceptam o alinhamento daquelas de cunho particular, se tomadas separadamente.

O modelo de mediação apresentado neste artigo teve como suporte o conceito de fenomenologia, conforme ensinamentos de Husserl e a *compreensão* de Merleau-Ponty. E relembra-se: não é a explicação que ganha destaque nesta proposta, mas a compreensão do fenômeno _ a ação empreendedora _ que se expressa tal como ela é, ou está, na mediação por meio da entrevista estruturante. Não há objetivo que anteceda o contato entre o possível empreendedor e o mediador, senão a própria necessidade de se construir um conhecimento do fenômeno. O mediador pode ser tanto o profissional trabalhando na área de recursos humanos de uma empresa já estruturada, um gestor de projetos, um profissional no atendimento de “futuros empreendedores” em serviços como o SEBRAE e EMPRETEC, ou mesmo um “caçador de talentos”.

E dado que diversas fontes estatísticas comprovam o alto índice de insucesso de pessoas que tomam iniciativas de empreender, dentro de um país com elevado empreendedorismo por necessidade, um modelo que pretenda melhorar o nível de compreensão deste fenômeno, ao mesmo tempo que colabore com a orientação destas iniciativas, indica, minimamente, a necessidade de atenção tanto pela comunidade científica quanto dos setores da economia que já contam com estratégias nesta direção.

REFERÊNCIAS

- BHIDÉ, Amar. **Origem e Evolução do Empreendedor**. São Paulo, 2001. Entrevista concedida à HSM Management (mar-abr, 2001, p.78)
- BOM ANGELO, E. **Empreendedor Corporativo: a nova postura de quem faz a diferença**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- BRITO, Mozart J. de; CRAMER, L.; LIMA, Juvêncio B. de. **As Representações Sociais da Ação Empreendedora**. In: CLADEA, 2002.
- CARVALHO, Anésia de S. **Metodologia da Entrevista: uma abordagem fenomenológica**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Agir, 1991.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do Empreendedor**. São Paulo: Cultura, 2001.
- _____. **Pedagogia Empreendedora**. São Paulo: Cultura, 2003.
- DORNELAS, J.C. Assis. **Empreendedorismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.
- GREVE, A.; SALAFF, Janet W. **Social Networks and Entrepreneurship**. Bergen-sandviken: Baylor University Press, 2003, p.17.
- IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios – 2002**. Disponível em: [«www.ibge.org.br»](http://www.ibge.org.br). Acessado em: 15 nov. 2003.
- JAMIL, George L. **Repensando a TI na Empresa Moderna**. Rio de Janeiro: Axcel Books, 2001.

- MELO NETO, F.; FROES, C. **Empreendedorismo Social**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da Percepção**. Rio de Janeiro: Freitas Bastos, 1971.
- MOREIRA, Daniel A. **O Método Fenomenológico na Pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.
- REYNOLDS, Paul D. et. Al. **Global Entrepreneurship Monitor (GEM): 2002 Executive Report**. Disponível em: « <http://www.ibqppr.org.br> ». Acessado em: 15 nov. 2003.
- RUIZ, João A. **Metodologia Científica: guia para eficiência nos estudos**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1996.

NOTAS

ⁱ Global Entrepreneurship Monitor (GEM): estudo realizado por institutos e universidades em diversos países, cuja coordenação no Brasil é exercida pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade no Paraná (IBQP-PR) em parceria com o SEBRAE. A coordenação internacional é exercida pelo Babson College, nos Estados Unidos, e pela London Business School, na Inglaterra.

ⁱⁱ População Economicamente Ativa (PEA): total de pessoas consideradas capazes de trabalhar, ocupadas ou desempregadas, com idade acima de 14 anos (conforme a primeira PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios _ realizada pelo IBGE em 1967) ou acima de 10 anos (conforme a última PNAD, divulgada pelo IBGE em Estatísticas do Século XX)

ⁱⁱⁱ PME (Pesquisa Mensal de Empregos): “produz indicadores do mercado de trabalho sobre a condição de atividade da população residente de 10 anos ou mais de idade, ocupação e desocupação das pessoas economicamente ativas, rendimento médio nominal e real, posição na ocupação, posse de carteira de trabalho assinada das pessoas ocupadas e a taxa de desocupação, acompanhando a dinâmica conjuntural da ocupação e desocupação, tendo como unidade de coleta os domicílios” (IBGE, 2003).

^{iv} Usa-se aqui o termo “externamente” para enfatizar a duas localidades _ o empreendedor e o meio social que o cerca _ a partir das quais um mesmo fenômeno pode ser observado (neste caso, o empreendedorismo), pois a mediação só existe a partir desta constatação.

^v Tradução: “*queremos saber mais sobre como homens e mulheres desenvolvem e utilizam suas redes de relacionamento e a composição das redes de relacionamento daqueles com diferentes bases familiares*”(tradução nossa).

^{vi} Conforme citado no texto Hermenêutica: site <http://www.terravista.pt/ancora/2254/hermneut.htm>, visitado em 20 de novembro de 2003.