

Pioneirismo Empresarial e a Construção do Século XXI. As regiões Norte e Nordeste do Brasil

30 e 31 de julho de 2014

Ensaio selecionado apresentado por participantes do curso

Introdução	02
<i>Jacques Marcovitch</i>	
O desafio do “ fazer”	03
<i>Kioshi Kimizu</i>	
Cultura Empreendedora: Uma Proposta de Práticas de Ensino	06
<i>Maria Luiza Marques de Abrantes</i>	
Construção do mito do herói associado ao empreendedor	10
<i>Jailson Souza de Jesus</i>	
O que faz um empreendedor?	14
<i>Edson Santana do Carmo</i>	
Práticas de ensino do pioneirismo empresarial no Brasil	16
<i>Ana Maria dos Santos</i>	
Reconstruindo o mito do herói brasileiro	18
<i>Viviane Gurgel</i>	
Camaleão Social: o empreendedor do século XXI	22
<i>Ailton Santos</i>	

Introdução

Jacques Marcovitch^{1*}

Os textos a seguir foram elaborados por participantes do segundo módulo do curso de difusão cultural “Pioneirismo no Brasil e a construção do século XXI”, realizado na FEA/USP nos dias 30 e 31 de julho de 2013. Constituem uma amostra representativa das principais abordagens apresentadas no curso. Os ensaios apresentam formas para aprimorar as práticas de ensino do pioneirismo empresarial no Brasil e de consolidação na sociedade de uma cultura empreendedora.

Neste segundo módulo foram estudados e debatidos os contextos regionais do Norte e Nordeste do Brasil. Cidades como Manaus e Recife são herdeiras dos legados de destacados pioneiros como Delmiro Gouveia, José Ermírio de Moraes e dos Lundgren no Estado de Pernambuco e de Samuel Benchimol na Amazônia. Além dos contextos regionais que propiciaram a afirmação destes empreendedores, foram estudados pioneiros de outros países que tiveram um grande impacto na economia mundial, como foi o caso de Cornelius Vanderbilt no setor de transportes e o de John D. Rockefeller com a indústria do petróleo.

Participaram do curso especialmente educadores e professores de empreendedorismo e pioneirismo empresarial, profissionais de centros dedicados à preservação da memória empresarial, dirigentes e educadores de museus e especialistas em museologia, responsáveis pelo ensino de empreendedorismo em Secretarias de Educação de âmbito Estadual e Municipal, e a dirigentes de agências dedicadas à formação de empreendedores.

O curso foi um dos resultados do projeto de pesquisa “Pioneiros e Empreendedores – A Saga do Desenvolvimento no Brasil”, que investiga a trilha sempre assimétrica e contraditória de pioneiros, modernizadores e empresários herdeiros de várias épocas.

^{1*} Jacques Marcovitch, professor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FEA) e do Instituto de Relações Internacionais (IRI) da Universidade de São Paulo, da qual foi reitor (1997-2001). É autor da trilogia *“Pioneiros e Empreendedores: A saga do desenvolvimento no Brasil”* (Edusp/Saraiva) e coordenador do projeto e da exposição Pioneiros e Empreendedores.

O desafio do “ fazer”

Kioshi Kimizu

Escolas, cursos, seminários existem em quantidade suficiente para atender às demandas. O problema crucial do Brasil é a educação em um ambiente de complexidade do mundo contemporâneo.

Educação pressupõe uma base do conhecimento para vencer no trabalho: acadêmico, profissional ou nas empresas públicas. Participando das variadas áreas de palestras, seminários, workshop sobre a PME – pequena e média empresa - o diagnóstico foca no problema de Gestão.

O desafio de “fazer” sempre será o espírito que conduz o homem para empreender. Não existe uma formula mágica, mas a educação (formal ou informal) é a base que leva ao conhecimento. O conhecimento que leva à habilidade de fazer, de vencer e de superar. É a mola mestre do sucesso.

Neste mundo cada vez mais complexo existe uma parcela de pessoas que não é aproveitada. Os idosos do nosso país, tão carente de mão-de-obra preparada da que se dá ao luxo de descartá-los.

E quando chegar a idade avançada a maturidade conta ponto na segurança, na confiança da tranquilidade de passar as lições aprendidas durante a escola da vida, ocorre o descaso. Os índios tinham no Page o grande sábio para os ensinamentos da vida. A maioria dos aposentados deste país continental continua a não ter oportunidades apesar do seu conhecimento. Hoje temos uma capacidade imensa de engenheiros, arquitetos, técnicos que não encontram ocupação aos se aposentarem. Aos 65 anos, graças ao desenvolvimento tecnológico, aos cuidados de alimentação, a medidas de prevenção aumentando à longevidade, tem mais 10 anos para contribuir.

Há uma reserva técnica considerável. Entendo que seria até uma obrigação de devolver a sociedade tal bagagem de experimentos. Seria como na guerra ao

convocarmos a reserva para auxiliá-los na luta. O exemplo do voluntariado possível durante a COPA 2014. Milhares deram o melhor de si para atender os turistas para que os visitantes pudessem assistir aos jogos e conhecer o nosso país.

Foi a grande legado. A construção da imagem da nossa hospitalidade, pois a infraestrutura era o que sempre foi com poucas mudanças. O diferencial foi à população que contribuiu: garçons, motorista de taxi e de ônibus ajudando e facilitando os nossos visitantes. O empreendimento COPA foi um sucesso de público graças ao povo que viu a necessidade de compartilhar e ajudar aos visitantes.

Porque não trabalhar com os empreendimentos do dia a dia? Como disse o Alfredo MR Lopes: a Amazônia está com cenário pronto. E só trabalhar! Onde estão os recursos humanos em falta?

Esta ao seu lado.

Precisamos começar a empreender o cotidiano e dar oportunidade a todos. Estamos no país com uma cultura de muita cobrança de benefícios e poucas de contrapor o dever de cada um. A valorização de duas entidades é fundamental. As crianças e os idosos. O gerenciamento jovem compartilhando com os idosos. Respeitar as virtudes de cada um, na comunicação entre as pessoas. Buscar a harmonia no sentimento de sucesso em benefício de todos. A presença do idoso aparece na referência e no apoio a decisão. Conclamo a execução de um programa de ocupação dos idosos nos trabalhos de empreender.

Veja este programa, o papel de condutor do Jacques Marcovitch. Sem a experiência e a vontade de empreender não teria dado certo. Identificou uma assessoria extremamente preparada e atuante. A integração fez o milagre. Nada ocorre ao acaso! A sensibilidade em resumir e responder as respostas com propriedade é fruto de muita experiência de vida.

Gestão do Empreender exige uma equipe equilibrada de talentos humanos para um sucesso planejado em um ambiente complexo, incerto e desafiador. O empreendedor solitário não resiste ao longo tempo de sucesso. Querer empreender na raça pode dar certo, mas contar com a sabedoria da maturidade ajuda muito.

O Empreendedorismo nos dias de hoje desde as pequenas, às médias empresas PMEs tem escolas, tem gênios, tem oportunidades de apoio para todos

mas exigem muita parceria e paciência. A Gestão das partes é importante fundamental.

Recomendo estabelecer uma Gestão na participação de aposentados, técnicos ou não, no processo de formação, em qualquer modalidade educacional, para compartilhar com a sua maturidade, na experiência de vida. Os pioneiros auxiliando na formação dos empreendedores.

Quanto “cases” não teríamos para ilustrar o modo de enfrentar a vida para os mais jovens. Diminuir as incertezas e ajudar como uma referência possível de caminhar. As experiências são únicas no todo, mas partes são semelhantes. A cultura empreendedora certamente enriquecerá.

Cultura Empreendedora: Uma proposta de Práticas de Ensino

Maria Luiza Marques de Abrantes

O segundo curso sobre “Pioneirismo no Brasil e a Construção do Século XXI” proporcionou aos participantes contatos significativos, com estudos e debates sobre pioneirismo e empreendedorismo nos contextos regionais do Norte e Nordeste do Brasil, mais precisamente das cidades de Manaus e Recife, herdeiras dos legados de Delmiro Gouveia, José Ermírio de Moraes e dos Lundgren no Estado de Pernambuco e de Samuel Benchimol na Amazônia.

Outros contatos, com casos de pioneirismos e empreendedorismo, que tiveram impacto significativo na economia mundial como Cornelius Vanderbilt no setor de transportes e o de John D. Rockefeller com a indústria do petróleo enriqueceram os conhecimentos dos participantes do curso, ao mesmo tempo em que os inquietou quanto às possibilidades de ampliar a disseminação desse conhecimento na sociedade promovendo uma cultura empreendedora no país.

Este ensaio tem o objetivo de trazer à reflexão do leitor a instigação das possibilidades de mobilizar o “espírito” empreendedor do jovem brasileiro. Para tanto será delimitado um contexto para a operacionalização dessa mobilização: a escola.

Assim, o ensaio procura buscar a reflexão de como a escola no Brasil poderá contribuir para a mobilização do “espírito” empreendedor de seus educadores e educandos.

A possibilidade de compartilhamento do conhecimento com não acadêmicos, micro e pequenos empresários, bem como profissionais de diversas áreas de atuação pode ser o início da mobilização.

O ensino fundamental I e II pode iniciar a aproximação entre educandos e educadores e a sociedade, comunidade local, levando para a sala de aula profissional liberais, micro e pequenos empreendedores locais abrindo os primeiros

debates e contatos com pessoas que tiveram um sonho, pessoas motivadas, sonhadoras, criativas e que podem ter a oportunidade de expor suas ideias aos jovens no começo de seus estudos. Os depoimentos e apresentações sobre os empreendedores locais não deveria ser tratado como mais um tema transversal, e sim como um tema do qual a direção da escola se apropriou e acredita ser uma das formas para auxiliar na cultura empreendedora da sociedade brasileira.

Essa atividade de aproximação dos empreendedores da comunidade com o conhecimento e da teoria com a prática pode iniciar a semente do empreendedorismo jovem. Será o primeiro contato do jovem com o dono do mercadinho, com o farmacêutico, com o gerente da agência do banco, onde irão expor sua visão, expectativas, dificuldades e superações. Cada depoimento poderá se tornar conteúdo a ser trabalhado em diversas disciplinas: cálculos matemáticos, geografia (demografia e geografia social), história, interpretação de textos e diversas outras. Se cada escola oportunizasse essa prática três vezes ao ano aumentaria a chance de jovens se interessarem por pioneiros e empreendedores. Essa prática, entretanto, não estaria isolada e sim poderia fazer parte de um conjunto de ações como: visitas as exposições de imigrantes e migrantes, exposição de filmes sobre empreendedores brasileiros e estrangeiros mostrando a trajetória do empreendedorismo no Brasil e em outros países.

Para o ensino médio a escola poderia fazer parcerias com os empreendedores locais para a aproximação dos jovens com as profissões e seus atributos. Além das entrevistas com diversos empreendedores, os jovens poderiam fazer um estágio de observação por uma semana. Ao término teriam a possibilidade de apresentar suas observações em seminários abertos a toda a escola na “semana do empreendedorismo”.

Essas possibilidades de contato com empreendedores não tem a pretensão de transformar todos os educandos em pioneiros ou empreendedores e sim despertar o “espírito” empreendedor de alguns, desmistificar o conceito de empreendedor de outros como: poder fazer o que quiser, não ter chefe, não ter horário, ganhar muito dinheiro, não fazer nada. E sim despertá-los para outro paradigma: atender aos requisitos de diversos clientes, trabalharem para atender as

necessidades dos clientes, terem horário que atenda ao cliente a qualquer momento e analisar cenários, oportunidades, correr riscos e saber superar quedas e obstáculos e no final “ganhar muito dinheiro” como resultado.

Para o nível superior, graduação, os temas de empreendedorismo, pioneirismo, inovação poderiam fazer parte da formação de todo profissional, pois o que se observa é o profissional que sai da graduação e desconhece até a legislação que deverá atender para abrir qualquer empreendimento: consultório, escritório, consultorias entre outros. Assim na pós-graduação o empreendedorismo seria tratado como especialização de alguém que já se decidiu pelo “espírito” empreendedor e não por alguém que busca entender o que é empreendedorismo.

O contato desde tenra idade com o empreendedorismo pode ampliar a capacidade de identificação de uma oportunidade. Esses jovens terão a oportunidade de oferecer algum valor à sociedade, como produtos, serviços, e com a possibilidade de ganho econômico, bem como de perda financeira.

A identificação de oportunidades pode ser acionada pela habilidade de estabelecer relacionamento, detectar necessidades e tirar vantagem delas. Por isso mesmo, quanto mais cedo o contato com essas habilidades maior poderá ser a possibilidade de geração de ideias e engajamento na sua implantação.

Os casos estudados no segundo curso “Pioneirismo no Brasil e a Construção do Século XXI” mostraram que as ideias de negócios têm muitas vezes origem na identificação de necessidades, observação de deficiências, observação de tendências, hobbies, alteração ou mudança da ocupação atual do empreendedor, imitação do sucesso do outro, canais de distribuição, regulamentações governamentais e pesquisa e desenvolvimento.

Da mesma forma, nas escolas, os estudos dos depoimentos e apresentações, bem como as entrevistas e os estágios de observação, e as especializações deveriam colocar desafios aos educandos para que possam gerar ideias, levantar problemas, definir delimitações, desenhar cenários com diferentes perspectivas, acompanhar as mudanças, e as leis.

Nem todos os educandos serão empreendedores, mas com certo grau de certeza todos terão a oportunidade de vivenciar o intra-empreendedorismo, o que

será um diferencial para as organizações que os contratarem e para a sociedade que irá fazer uso de seus serviços.

Construção do mito do herói associado ao empreendedor

Jailson Souza de Jesus^{2*}

No Brasil há um número expressivo de empreendedores que constroem o país com seus sonhos, sacrifícios, determinação e muito trabalho, contudo, a imagem do patrão explorador, herdada do pensamento socialista, ainda é forte na sociedade brasileira. Outro problema é que boa parte destes empreendedores vencem com pouco ou nenhum apoio financeiro, sem uma política fiscal favorável e em um ambiente de poucas oportunidades visíveis.

Matos et. al. (2013), revela no relatório executivo dos dados da pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2013, que nos últimos dez anos, o empreendedorismo no Brasil evoluiu de 23% para 32,3% - percentual em relação à população total com idade de 18 a 64 anos. Esse crescimento é pequeno, contudo, resultados grandiosos podem ser gerados por um grupo seletivo de pessoas mesmo não sendo um grupo grande, como mostra a história dos pioneiros americanos Rockefeller, Vanderbilt, Carnegie, Astor, Ford e Morgan, apresentados pela HISTORY Channel (2012). Porém, no Brasil, o mito do herói associado ao empreendedor não é uma realidade frequente.

Esse ensaio é o resultado do segundo módulo do curso de difusão “Pioneirismo no Brasil e a Construção do Século XXI - As regiões Norte e Nordeste do Brasil”, realizado nos dias 30 e 31 de julho, na Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da USP. Aos participantes do curso foi dada a oportunidade de conhecer o projeto expositivo "Pioneiros e Empreendedores", apresentado no Rio de Janeiro, em Fortaleza, em Recife e Manaus.

^{2*} Graduado em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário da Bahia e Mestrando e Administração na UNINOVE

Esse trabalho é uma contribuição à exposição "Pioneiros e Empreendedores", a ser realizada no ano de 2015, em São Paulo. O objetivo desse breve texto, é apresentar algumas propostas e possíveis parceiros e apoiadores que possam cooperar para o sucesso do projeto expositivo e construir o mito do herói com a figura do empreendedor. Intencionando apresentar de forma clara e objetiva o que esse trabalho propõe, escolheu-se por metodologia, a revisão bibliográfica e análise da Política Nacional para o desenvolvimento econômico do país, sobretudo, os mecanismos de fomento à inovação e dos dados da pesquisa *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de 2013.

Nas considerações sobre a escolha dos projetos a serem apoiados pelas instituições que administram recursos públicos para investimento em inovação, o que se leva em conta prioritariamente é o enquadramento do projeto nos programas do governo federal, suas externalidades socioeconômicas e ambientais e atendimento à demanda das áreas estratégicas eleitas pelo governo, fruto da integração das propostas de diversos ministérios. Segundo a FINEP, os Setores e Áreas Prioritárias na execução da política nacional são: Tecnologias da Informação e Comunicação; Defesa; Aeroespacial; Petróleo & Gás; Energias Renováveis; Tecnologias Limpas; Complexo da Saúde; Desenvolvimento Social e Tecnologia Assistiva; Aeronáutico; Biotecnologia; Nanotecnologia; e, Novos Materiais.

Considerando a política nacional como alavanca de desenvolvimento econômico e estímulo ao empreendedorismo devido aos recursos públicos oferecidos e incentivo fiscal para os setores e áreas prioritárias, esse ensaio apresenta como primeira proposta o destaque das ações dos pioneiros em direção à política nacional atual. Em seguida, como segunda proposta, podem ser expostos pioneiros da atualidade com ações divididas em duas linhas: [1] pioneiros em áreas estratégicas segundo o Plano de Desenvolvimento Econômico do Governo Federal, e [2] pioneiros em áreas não contempladas pelo Plano Nacional. Os pioneiros da atualidade podem ser, além de expostos, consultados pelos visitantes por meio de rodas de conversa, Skype, vídeo conferência ou outros mecanismos de interação.

A terceira proposta é o destaque para o pioneirismo feminino. Segundo Machado (2002), o espírito empreendedor das mulheres, tem sido estimulado de

forma crescente. Acrescenta ainda, que esse fato se justifica pelo desempenho das organizações dirigidas pelas mulheres, por sua expressão numérica em relação à quantidade de homens e pelo nível de escolaridade conquistado.

De acordo com Matos et. al. (2013), no Brasil as mulheres superam os homens em empreendimentos iniciais, apresentando uma taxa de 17,4% de mulheres empreendedoras em relação ao seu total. Os homens, por sua vez, apresentam uma taxa de 17,2%. Esses números refletirão na taxa de empreendimentos estabelecidos dos próximos anos. De acordo com a mesma pesquisa, o empreendedorismo feminino estabelecido é de 12,6% de seu total, enquanto o empreendedorismo masculino é de 18,6%. Essa pesquisa classifica, em sua metodologia, como empreendedores como iniciais os “nascentes e novos”, e estabelecidos os tido como consolidado – aquele que ofereceu qualquer forma de remuneração aos proprietários por mais de 3,5 anos. Somados esses dados ao histórico machista da sociedade brasileira, pode-se afirmar como justo o destaque do pioneirismo feminino, na exposição "Pioneiros e Empreendedores" a ser realizada em São Paulo. A Figura 01 ilustra as propostas e os objetivos de cada uma delas.

Propostas	Objetivos
1 - Evidenciar as ações dos pioneiros em direção à política nacional atual.	- Divulgar e discutir as áreas estratégicas do Plano de desenvolvimento econômico do Governo Federal, e sua relação com os pioneiros (para o bem ou para o mal).
2 - Apresentar pioneiros da atualidade.	- Estimular o empreendedorismo com exemplos atuais; - Diminuir a distância entre os pioneiros e a realidade dos visitantes da exposição;
3 - Apresentar em destaque a contribuição do pioneirismo feminino.	- Diminuir as barreiras geradas por uma cultura machista secular, que ainda é obstáculo ao empreendedorismo feminino; - Reconhecer a força criativa e obstinação de mulheres, e sua participação na construção do país; - Refletir sobre a presença das mulheres na história que é contada na formação básica.

Por fim, esse ensaio sugere como possíveis parceiros e apoiadores: a Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha - ANK São Paulo (<http://www.ahkbrasilien.com.br>); e a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal – ABIHPEC (<http://www.abihpec.org.br>). A ANK é atuante principalmente em novas tecnologias e sustentabilidade, favorecendo o alinhamento da proposta ao

Plano Nacional de Desenvolvimento e às demandas sociais, e ainda, estabelecendo uma relação com a influência alemã nas iniciativas brasileiras. A ABIHPEC poderá contribuir, sobretudo, com a exposição do pioneirismo feminino em um mercado onde o Brasil está entre os três principais consumidores e possui um grande potencial como produtor.

Referências Bibliográficas

- FINEP. **Política Operacional 2012-2014**. Disponível em: <<http://www.finep.gov.br>> Acesso em 13 de ago. 2014.
- HISTORY Channel. **The Men Who Built America [DVD]**. EUA: Studio A&E Home Video, 2012. 3 DVDs, 360 minutos.
- MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. 2002. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2002.
- MATOS, Mariano Macedo [et al]. **Empreendedorismo no Brasil: 2013**. Curitiba: IBQP, 2013. Disponível em: <<http://www.gemconsortium.org>> Acesso em 13 de ago. 2014.

O que faz um empreendedor?

Edson Santana do Carmo

O que faz de uma pessoa comum um empreendedor?

Pergunta muito interessante e ao mesmo tempo instigante.

O curso realizado nos dias 30 e 31 de julho de 2014 na FEA/USP, nos deu uma visão que com toda a certeza, colocou uma luz sobre este assunto.

Ao tomar conhecimento da saga de empreendedores que superaram vários obstáculos, e conseguiram realizar os seus sonhos, em uma época em que não existiam computadores e muitos dos nossos recursos atuais, nos dá uma noção da grandeza destes homens para o desenvolvimento do nosso País.

A primeira reflexão que veio à baila, foi a de que temos vários “Brasis” dentro do nosso Brasil, e que cada uma de nossas regiões criou Empreendedores com vocações diferentes, porém todos eles tinham uma mesma característica comum: a de enfrentar as adversidades, destemidamente e sempre buscando uma saída deste Labirinto.

Talvez esta virtude de nunca desistirem ou “arriar a mochila” diante da primeira dificuldade, ou de algum “NÃO” que a vida apresenta, é a grande diferença destes Homens.

Notei que eles foram homens capazes de enxergar aquilo que estava à vista de todos, porém ninguém percebia com clareza.

A grande maioria deles teve a capacidade de ao conhecer uma nova tecnologia, fazer a ponte entre ela e a realidade da região onde estavam estabelecidos.

Foram capazes de fazer as adaptações necessárias para conseguir tornar em realidade alguns inventos ou produtos que ainda não existiam no mercado.

Outra variável que pode ajudar neste processo de descoberta de novos empreendedores, é a disponibilização desta exposição, no maior número de Cidades do nosso País, principalmente naquelas que ficam mais distantes dos grandes centros urbanos.

Um importante fator evidenciado por este curso, é sobre a regionalização destas exposições, que acaba agindo de forma muito mais eficaz, uma vez que as pessoas conseguem se ver nos exemplos dados, e com uma linguagem mais natural, o dia-a-dia das suas localidades.

A nossa consciência se expande na medida que temos um aprendizado baseado em exemplos, daí a importância da preservação, elaboração e divulgação das Biografias de nossos empreendedores regionalmente.

Este olhar na história, com olhos atentos e evidenciando para esta nova geração, que eles serão capazes de “fazer uma nova história”, parecida ou bem melhor que a dos empreendedores do passado, dará o tom do futuro de nosso País.

Cabe aos nossos governantes, Universidades Públicas e Privadas, criar as condições necessárias para este aprendizado, educando e permitindo que estes novos empreendedores, tenham o seu espaço assegurado, para que possam pôr em prática as suas ideias e inovações.

Para que possamos cumprir a profecia do sonho de Dom Bosco, e nos tornarmos o País do Futuro, temos que investir incessantemente na educação de nossas crianças e jovens, e sempre estarmos atentos para identificar precocemente aqueles que tem o perfil do empreendedor.

Termino este ensaio, com três pensamentos de empreendedores brasileiros:

“Sonhos só valem se as contas estiverem certas”. Conselho ouvido pelo “guarda-livros” **Irineu Evangelista de Souza** (Barão de Mauá) de seu primeiro patrão, Pereira de Almeida.

“Quem confia em si confia nos outros. A reciprocidade da confiança é um grande segredo do sucesso, especialmente nas transações comerciais, porque o comércio tem a confiança como fundamento” - Considerações de **Nami Jafet** sobre a confiança, vista como o segredo da vida empresarial.

“Chego em casa esgotado, durmo e fico satisfeito pensando que, no dia seguinte, vou começar tudo de novo e me entusiasmo com o que faço. Trabalhar, inovar, improvisar atividades cada vez maiores. Esta filosofia é um sacrifício, reconheço, mas vale a pena” - **Valentim dos Santos Diniz**, criticando a acomodação na vida empresarial.

Práticas de ensino do pioneirismo empresarial no Brasil

Ana Maria dos Santos

Ter o negócio próprio é o sonho de 44% dos brasileiros entrevistados pela pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2012. Segundo essa pesquisa, há indícios, tais como o aumento do número de abertura de empresas por questões de oportunidade, que apontam que a qualidade do empreendedorismo brasileiro está melhorando.

Em contrapartida, dentre os fatores limitantes ao empreendedorismo indicados pelo GEM (2012) destaca-se a pequena iniciativa para a educação empreendedora, em todos os níveis de ensino, que no relatório foi representada por notas baixas para itens como a atenção à criação de novas empresas, a instrução sobre princípios econômicos de mercado, o encorajamento à criatividade e iniciativa pessoal.

Os aspectos relativos à educação empreendedora investigados pelo GEM (2012) são comuns aos trabalhos de muitos autores que versam sobre o ensino do empreendedorismo. Além desses aspectos nota-se, de modo geral, uma preocupação em compreender as características pessoais dos empreendedores, fatores circunstanciais (econômicos, políticos, sociais) em que eles estavam inseridos, bem como acontecimentos pessoais das vidas dos mesmos, suas trajetórias de sucessos e fracassos e o que se pode aprender com elas.³

Há considerável material disponível para o ensino do empreendedorismo fundamentado em histórias de personagens e empresas internacionais. Entretanto, muito pouco foi consolidado sobre os empreendedores brasileiros pioneiros no âmbito empresarial. Nesse sentido, o curso “Pioneirismo no Brasil e a Construção do

³ Vide, por exemplo, nas referências os trabalhos de DOLABELA, BARON e SHANE e DORNELAS.

Século XXI” tem buscado compartilhar e discutir ações que contribuam para moldar uma sociedade empreendedora pela educação formal.

Considerando o fato de a exposição “Pioneiros e Empreendedores” será realizada em São Paulo, sugiro ações de educação empreendedora destinadas a diferentes faixas de idades da população, de modo a trabalhar, ao mesmo tempo, a educação de forma inclusiva e massiva.

A ideia é de, além de ensinar empreendedorismo para as crianças e jovens, também ensinar os adultos sobre o tema, para que atuem como facilitadores e propagadores das experiências empreendedoras.

Nesse caso poderiam, por exemplo, serem utilizadas diferentes mídias, tais como programas de rádio, difundindo em pequenos intervalos, os “momentos do empreendedor” discorrendo sobre fatos curiosos de pioneiros brasileiros. Outros exemplos de comunicação massiva poderiam ser empregados de forma criativa (em ambientes de alta circulação, como farmácias, elevadores, órgãos públicos, etc.).

Para efeito da exposição em si, sugiro que a mesma seja realizada por período prolongado, em parques, com livre acesso ao público.

Referências

- BARON, R. A.; SHANE, S.A. Empreendedorismo: uma visão do processo. São Paulo: Cengage Learning. 2011. 443 p.
- BESSANT, J.; TIDD, J. Inovação e empreendedorismo. Porto Alegre: Bookman. 2009. 512 p.
- DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. Rio de Janeiro: Sextante. 2008. 319 p.
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Empreendedorismo no Brasil: 2012. Curitiba: IBQP, 2012. 162 p.
- DORNELAS, J. Como fazer acontecer no novo cenário do empreendedorismo brasileiro. Disponível em: <<http://www.josedornelas.com.br/palestras/>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

Reconstruindo o mito do herói brasileiro

Viviane Gurgel

"The most powerful natural species are those that adapt to environmental change without losing their fundamental identity which gives them their competitive advantage." Charles Darwin

"Recebemos a linguagem, recebemos a cultura, que se colocam no interior de nós mesmos, o que quer dizer que não somente os indivíduos estão na sociedade, mas a sociedade está no interior deles." Edgar Morin.

Todo aquele que é desafiado pela vida, tendo que enfrentar adversidades desde a tenra infância, possui dois caminhos: a degeneração ou a superação. O grau de resiliência e criatividade que um indivíduo apresenta diante das dificuldades, fazendo-o superar barreiras, representa a construção do seu mito do herói. Normalmente, o espírito pioneiro crê menos em sorte ou azar e mais em predestinação e missão. Assim, cada desafio, acaba tendo um valor de rito de passagem. Por isso, o pioneiro possui muito mais prazer no processo, do que no resultado. O sabor da vitória está muito mais na realização da estratégia de luta e na visão.

O pioneiro processa as vicissitudes da vida e devolve algo novo, como retratado no livro "Fora de série - Outliers" de Malcolm Gladwell¹. Afinal, o pioneiro é resultante do filtro da exclusão ou da marginalização, do indivíduo que é empurrado da coxia do palco da vida a fórceps para ser protagonista. Caso ele opte por ser a vítima ou ter um papel secundário, não irá sobreviver ou esta será medíocre. Normalmente o pioneiro nasce em uma condição onde ele tem tudo para dar errado e amarga toda a dor e ultrapassa a própria fatalidade da estatística onde se encontra, tornando-se o ponto fora da curva.

Para tanto este indivíduo que está próximo a marginalização ou exclusão social, encontra uma inspiração, um sonho de superação, seja de forma onírica, épica, rebelde, indignada. O pioneiro é antes de tudo um inconformado com a vida

que lhe foi dada, um agente de mudança, possuindo uma vontade e capacidade de execução. Ou seja, ele tem um ideal de mudança:

O idealismo da juventude, que nos impulsionou com tanta força conduz a um excesso de confiança: o ego pode ser exaltado até sentir-se com atributos divinos, mas esse abuso acaba por levá-lo ao desastre (é este o sentido da história de Ícaro, o jovem que consegue chegar ao céu com suas asas frágeis, inventadas pelo homem, mas que ao se aproximar do sol precipita-se vertiginosamente). Apesar de tudo isso, o ego dos moços sempre deve correr esse risco, pois se o jovem não lutar por um objetivo mais alto do que aquilo que lhe é fácil obter, não poderá vencer os obstáculos que vai encontrar entre a adolescência e a maturidade. Joseph Henderson (2008, p 156).

Daí que sem Ícaros, dispostos a voar em direção ao sol, teremos poucas mudanças. A juventude deve ser o período do arrojo e do risco de criar algo novo, a partir da contestação do *status quo*, não só na arte e na política, mas no trabalho. Aquele que muda seu ambiente profissional assume um papel de protagonista, responsabilizando-se desde cedo por seu destino. A tragédia aqui não é a cera derreter em direção ao sol, mas não tentar voar, como segue:

Sem obter um certo grau de independência, o indivíduo será incapaz de se relacionar com seu ambiente adulto. Mas o mito do herói não é garantia suficiente para sua libertação. Mostra apenas como é possível que ela aconteça para que o ego conquiste consciência. Resta o problema de manter e desenvolver, de modo significativo, essa consciência, para que o homem possa viver uma vida útil, guardando a sua individualidade dentro da sociedade. Joseph Henderson (2008, p 168).

O Brasil, desde sua colonização, o conceito de herói é militar ou religioso, personas que se aproximam do algoz ou do servilismo. De outra forma, são o Macunaíma, cuja persona é do esperto. A coragem não é premiada em nossa história. O resgate de Zumbi, Antônio Conselheiro e Zé do Balaio, p. ex. é tímida e

pouco impacta o inconsciente cultural e político brasileiro. O dos pioneiros industriais também não são valorizados em nossa história e cultura. Dado até que muitos empresários nacionais entram muito mais pela crueldade e acúmulo de bens, do que pelo grau de inventividade e contribuição para uma mudança social. A aparente ausência de mitos nacionais com características pioneiras na nossa história, demonstra o receio de não estimular o protagonismo, o sonho e os Ícaros. Afinal, estimular o mito do herói cria inimigos ao *status quo*.

A reputação não é o que os seres humanos utilizam para medir uns aos outros, e sim o que usam para colocar as pessoas sob seu controle. John Whitfield (2014)

O efeito demonstração através da exposição dos pioneiros e outras iniciativas (cinema, peças, livros) pode inspirar gerações e as pessoas podem ser estimuladas a admirar pioneiros, o que não ocorre historicamente. De alguma forma o Brasil reproduz castas, punindo ferozmente quem deseja alterar o seu destino. Por isso, muitos dos pioneiros eram imigrantes, que de alguma forma não estavam condicionados ao comodismo nacional. A discussão precisa acontecer na escola, estimulando a liberdade vocacional.

Enquanto na Inglaterra e nos Estados Unidos se estimulou a inventividade através do Estado, sua legislação e suas instituições, no Brasil os jovens desejam em sua maioria passar em concurso público e atingir cedo a estabilidade profissional. O modelo educacional nacional reforça a formação de um profissional cartorial, burocrático, bacharel, pouco arrojado. A mentalidade Casa Grande & Senzala se reproduz no ambiente profissional nacional em todas as esferas (privada, pública e terceiro setor). Sendo que o setor público é tido como o que pode ofertar a melhor *alforria* na mentalidade do jovem brasileiro.

O país nunca reproduziu um ambiente de *free rider* nos moldes vivenciado no Leste e Oeste Americano ou disponível na Austrália e no Canadá. Estes países passaram pela reforma agrária e criaram ambiente regulatório que favorece os negócios e a inventividade. No Brasil até hoje é difícil inventar ou inovar. O coronel e o doutor sempre foram mais valorizados, que o espírito inventivo. O Brasil apresenta uma composição social (PRIESTLAND, 2014), que pouco favorece o espírito

empreendedor para os negócios. Por isso, o primeiro passo é reconstruir a imagem do que seja o herói, que contribuiu para o pioneirismo empreendedor nacional.

Bibliografia:

GLANWELL, Malcolm. Fora de série – Outliers: descubra por que algumas pessoas têm sucesso e outras não. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2008.

JUNG, Carl G. (org.). O homem e seus símbolos. 2ª. Edição. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

PRIESTLAND, David. Uma nova história do poder: comerciante, guerreiro, sábio. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

WHITFIELD, John. O poder da reputação: aprenda a construir e usar sua imagem para ser bem-sucedido no ambiente de trabalho. Rio de Janeiro: Best Busines, 2014.

Camaleão Social, o empreendedor do século XXI

Ailton Santos

Qusar-se-ar, essa é a premissa e uma qualidade básica de qualquer empreendedor - independente do seu tempo - para conseguir superar desafios, empecilhos e acima de tudo, ter uma pré-visão do que está por vir. Nesse momento temos que conhecer o passado, aprender com aqueles que fizeram, errando e acertando, analisar o presente e acima de tudo, se preparar para enfrentar os desafios que são impostos pela competitividade, complexidade e disputa que são travadas diariamente no mundo globalizado.

Ser um empreendedor nos dias de hoje, para além de precisar de todas as qualidades inerentes já conhecidas como criativo, corajoso, inovador e sendo o Brasil, um país diverso, heterogêneo, desigual, injusto gera um grande fosso entre os diferentes grupos sociais e que por consequência produz um país que é um dos mais violentos do mundo. No Brasil de hoje morrem mais de 50 mil pessoas por morte violenta. Precisamos ter um empreendedor que leve em consideração esses quesitos e acima de tudo, ter a capacidade de encontrar um bem comum que possa fazer com que todas essas características sejam consideradas e criar mecanismos que possam funcionar na sociedade brasileira.

É nesse sentido, que acabo chamando esse empreendedor de Camaleão Social. Mais do que conhecer os meandros da sociedade brasileira, perceber porque depois de 500 anos, quase 200 anos após o fim da escravidão, ainda somos um dos países que tem índices de desigualdades que não condiz com o estatuto de país emergente e que tem uma economia vista como promissora. Por que determinados grupos, mesmo sendo parte da sociedade, continuam sendo excluídos ou quando não, colocados em posições que quase nada se diferencia do que Gilberto Freyre já dizia em Casa Grande e Senzala?

Hoje somos um país democrático, temos um Estado de Direitos, onde em tese, todos são iguais sem distinção de qualquer natureza. Entretanto quando vamos para os porões da sociedade brasileira observamos claramente que essa premissa não passa de um grande discurso teórico. O Brasil continua reproduzindo suas piores qualidades. Não adianta estar entre as dez economias do mundo se o seu povo bem aquém do índice de desenvolvimento humano – IDH.

Onde estão esses empreendedores? Como inserir ou mudar uma situação que já perdura há muitos séculos? Como podemos transformar um país que ainda tem a tolerância ao outro, no entanto não admite a cidadania plena para todos? Como superar esse processo?

Considerando que cultura pode ser visto como tudo aquilo que é produzido pelo seu povo podemos vislumbrar a possibilidade desse novo empreendedor do século XXI, considerar não somente o aspecto econômico-financeiro, mas relevar que os grandes empreendedores destacados no curso tiveram também a preocupação social, educacional e cultural dos seus empregados. Muitos estavam à frente do seu tempo, características essenciais para o pioneiro e empreendedor.

Ser um inovador, ousado e ter a coragem de mudar exigirá desse empreendedor uma capacidade e competência, exigindo característica do que convencionei chamar de Camaleão Social. Como o próprio nome diz, esse pioneiro do século XXI entender o que se passa, como e de que forma as várias classes sociais agem e encontrar um meio termo, um novo contrato social, considerando que o Brasil ainda é um país que precisa superar esse grande gap que fora criado durante sua formação e que nesse século precisa urgentemente encontrar uma parcimônia que possa permitir esse pacto social.

O Brasil é um país continental. Já dizia Milton Nascimento e Aldir Blanc “... que Brasil não conhece o Brasil”. Somente alguém com uma visão ampla de país - um estadista - terá essa capacidade e contribuir para diminuir esse fosso que persiste, e muitas vezes, passa ser o grande obstáculo que colocaria o Brasil com um dos países que atende às necessidades básicas de sua população.

Quiçá esse novo empreendedor possa se inspirar em tantos outros que no Brasil ou fora dele tiveram a coragem de ser diferente, visionário, pagando muitas

vezes um preço alto, mais acima de tudo, ter uma grande dose de coragem e ousadia. Quiçá apareçam tantos outros como Barão de Mauá, Matarazzo, Simonsen, Gouveia, Lundgren, Nabuco, Vanderbilt, Mariano, Rockefeller entre outros, que no seu tempo, tiveram a coragem de OUSAR-SE-AR.