

VERTENTES TEÓRICAS SOBRE EMPREENDEDORISMO EM SHUMPETER, WEBER E McCLELLAND: NOVAS REFERÊNCIAS PARA A SOCIOLOGIA DO TRABALHO

Introdução

É bastante diversificado o conjunto de definições do termo empreendedorismo. Grosso modo, é a capacidade de alguém que toma iniciativa, busca soluções inovadoras e age no sentido de resolver problemas econômicos ou sociais, pessoais ou dos outros, mediante a constituição de empreendimentos econômicos e sociais. Pode ser, também, o processo de criar algo com valor, dedicando o tempo e os estudos necessários, arcando com os custos financeiros, desgastes psíquicos e sociais e recebendo, eventualmente, as recompensas da satisfação e independência econômica das pessoas (SANDRONI, 2005; HIRICH e PETERS, 2004).

O ato de empreender não significa apenas criar propostas, inventar produtos ou processos, produzir teorias, engendrar melhores concepções e oferecer valores positivos e construtivos para a sociedade. Significa concretizar maneiras de produzir e distribuir riquezas por meio de idéias, conhecimentos, teorias,

EDUARDO GIRÃO SANTIAGO*

RESUMO

O atributo de ser empreendedor, no final do século XX e início do século XXI tem sido um apelo muito forte no mundo do trabalho. Trata-se da senha que prepara os trabalhadores para assumirem a ação do auto-emprego e não mais a posição de serem empregados. Este artigo, adotando uma dinâmica interdisciplinar no campo da Sociologia do Trabalho, estabelece diálogos teóricos entre Schumpeter, Weber e McClelland, respectivamente, as vertentes econômica, sociológica e psicológica, que envolvem o tema do empreendedorismo no modelo de acumulação flexível de capital.

Palavras-chave: sociologia do trabalho, empreendedorismo, capitalismo.

ABSTRACT

The attribute of being entrepreneurial at the end of the twentieth century and the beginning of the XXI century has been a very strong appeal in the world of work. This is the password that prepares workers to take the action of creative self-employment rather than to employees. This paper, adopting a dynamic interdisciplinary field of Sociology of Work provides theoretical dialogues between Schumpeter, Weber and McClelland respectively the economic, sociological and psychological involving the issue of entrepreneurship in the model of flexible accumulation of capital.

Keywords: Sociology of Work, entrepreneurship, capitalism.

* Doutor em Sociologia. Professor Adjunto do Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal do Ceará (UFC).

artes e filosofia. Nas palavras de Dolabela,

Empreender é um processo humano, com toda a carga que isso representa: ações dominadas por emoção, desejos, sonhos, valores, ousadia de enfrentar as incertezas e de construir a partir da ambigüidade e no indefinido; consciência da inevitabilidade do erro em caminhos não percorridos; rebeldia e inconformismo; crença na capacidade de mudar o mundo; indignação diante de iniquidades sociais. Empreender é, principalmente, um processo de construção do futuro (DOLABELA, 2003: 29).

Este autor extrapola o conceito de empreendedorismo (ação empreendedora) para todas as atividades, lucrativas ou não. Assim, no Governo e no Terceiro Setor são os empreendedores que, por meio da cooperação, imaginação criadora e ousadia, produzem valores a partir dos recursos escassos ou inexistentes. São empreendedores os pesquisadores

que, com visão diferente sobre o seu objeto de trabalho, transformam conhecimento em riquezas. Também são empreendedores os heróis anônimos

da economia que teimam em criar micro e pequenas empresas, originando valores humanos e econômicos para a coletividade.

A bibliografia que versa sobre o tema empreendedorismo refere-se um conjunto de atributos pessoais e psicológicos do ser empreendedor. Neles, incluem-se: a iniciativa, a autoconfiança, a aceitação do risco, o destemor perante o fracasso, a capacidade de decisão e de assumir responsabilidades, a energia, a automotivação e entusiasmo, o otimismo e a persistência. Parte dos autores garante que muitas pessoas já nascem com maior propensão para o empreendedorismo; outras não têm tantos talentos, mas isso não quer dizer que não possam aprender e desenvolver habilidades empreendedoras.

O termo empreendedorismo provém da palavra francesa “entrepreneur”. Entre os estudiosos, há quem considere Marco Pólo como o mais remoto empreendedor, pelo fato de ter se caracterizado como um aventureiro desbravador, correndo riscos físicos e emocionais (CARDOZO e BARBOSA, 2005). A bibliografia ainda registra que o emprego da palavra empreendedor, significando empresário, ocorreu no século XVII, por meio da história militar da França. O termo era usado como referência a pessoas encarregadas de liderar expedições militares (TOMECKO, 1992).

No século XVIII, o termo “empresário” foi concebido num contexto de negócios, referindo-se a alguém que compra mercadorias e serviços, pagando por eles um preço certo, objetivando vendê-los, no futuro, cobrando por eles preços incertos (RICHARD CANTILLON, 2002). Essa definição parece ter sido satisfatória durante algum tempo, até que no século XIX o pensador Jean Baptiste Say, autor do pressuposto de que a produção cria a sua demanda, descreveu a função empresarial, salientando o fato de os agentes produtivos conciliarem os

fatores de produção com os esforços voltados para o gerenciamento e para os riscos associados ao empreendimento (SAY, 1983).

No início do século XX, depois de o economista e sociólogo Joseph Schumpeter haver definido o empresário empreendedor como agente central no processo de mudanças socioeconômicas, é que os estudiosos se deram conta da importância desse elemento transformador, pelo fato de ser a inovação a função mais importante do empresário empreendedor, personagem que toma a iniciativa de mudar os modelos tecnológicos básicos e de demanda da economia para um ciclo efetivo de desenvolvimento.

O tema do empreendedorismo foi revalorizado nos anos 1980. Uma conjunção de fatores, com destaque para a automação e a aplicação intensiva dos avanços no campo da sociedade do conhecimento e nas formas de produção, favorece o aumento da produção, instalando-se, com efeito, um novo paradigma técnico-econômico que formata outro modelo de produção baseado no empreendedorismo. É, portanto, no final do século XX que começa a ganhar força o conceito de economia empreendedora, que, associado às demais determinações da Era do Conhecimento, criou uma valorização do profissional criativo, inovador e capaz de trabalhar para si mesmo, em pequenas unidades produtivas.

É indiscutível que a prática e a ideologia do empreendedorismo são disseminadas como base de sustentação da empregabilidade, na perspectiva do auto-emprego. Isto é próprio da acumulação flexível, que, segundo Harvey, se caracteriza

(...) Pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. A acumulação flexível

vel envolve rápidas mudanças dos padrões do desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões geográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego no chamado setor de serviços, bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas (HARVEY, 2002: 140).

A bibliografia em torno do tema em apreciação registra a existência de três grandes vertentes teóricas que demarcam as discussões sobre o empreendedorismo. A primeira, representada pelo economista e sociólogo Schumpeter, que fundamenta o empreendedorismo e o espírito empreendedor como vetor essencial para constituir a empresa e o desenvolvimento. A este respeito, convém conhecer a interpretação de Celso Furtado sobre o “espírito empreendedor”, proposto por Schumpeter:

O espírito de empresa, elemento central no pensamento schumpeteriano, surge como uma categoria abstrata, independentemente do tempo e de toda ordem institucional. É, aparentemente, um dom do espírito humano, assim como a propensão para a troca de Adam Smith. O empresário seria fenômeno de todas as organizações sociais, da socialista à tribal (FURTADO, 1977: 47).

A segunda vertente, composta pelos comportamentalistas, como McClelland e Tomecko, que destacaram atributos humanos e psicológicos – como a criatividade, a intuição e a motivação –, para tentar compreender o porquê das pessoas empreendedoras. Esta demarcação, entretanto, não é assim tão precisa, uma vez que o próprio Schumpeter analisa os aspectos não econômicos do empresário empreendedor, ao destacar a importância de “compreender o comportamento humano, a saber, analisando os motivos característicos de sua conduta”. Mesmo

enveredando para este ângulo de análise, Schumpeter advertiu para a grande resistência de alguns autores que faziam objeções contra a intromissão do economista na Psicologia. (SCHUMPETER, 1982:63).

Na terceira vertente, destaca-se o historiador e sociólogo Max Weber, que buscou respostas nos traços pessoais e nas atitudes dos indivíduos, recorrendo aos sistemas de valores e ações econômicas para explicar o devotamento ao trabalho e à prática do empreendedorismo, aqui entendido como o “espírito do capitalismo”.

Abordagem schumpeteriana sobre empreendedorismo

A concepção de Schumpeter acerca do empreendedor diz respeito àquele que combina capital e trabalho como fatores de produção articulados; prevê a permanente criação de produtos e serviços; descobre fontes de matérias-primas e estabelece formas de organização.

O espírito empreendedor não é somente a coragem ou disposição para implantar um negócio. Está intimamente ligado à inovação a serviço do crescimento, à exploração de um nicho de mercado imperceptível para muitos. É esse ciclo renovável que alimenta as possibilidades de expansão da economia. Esse conjunto é que motiva o empresário empreendedor para a plena liberdade de ação culminando, freqüentemente, com a “destruição criativa”. Para melhor compreensão, eis a concepção schumpeteriana a respeito do desenvolvimento:

(...) Entendemos por “desenvolvimento”, portanto, apenas as mudanças da vida econômica que não lhe forem impostas, mas que surjam de dentro, por sua própria iniciativa. Se se concluir que não há tais mu-

danças emergindo na própria esfera econômica, e que o fenômeno que chamamos de desenvolvimento econômico é na prática baseado no fato de que os dados mudam e que a economia se adapta continuamente a eles, então diríamos que não há nenhum desenvolvimento econômico. Pretenderíamos com isso dizer que o desenvolvimento econômico não é um fenômeno a ser explicado economicamente, mas que a economia, em si mesma sem desenvolvimento, é arrastada pelas mudanças do mundo à sua volta, e que as causas e, portanto, a explicação do desenvolvimento devem ser procuradas fora do grupo de fatos que são descritos pela teoria econômica. (...) O desenvolvimento, no sentido em que o tomamos, é um fenômeno distinto, inteiramente estranho ao que pode ser observado no fluxo circular ou na tendência para o equilíbrio. É uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente (SCHUMPETER, 1982: 47).

Na compreensão de Schumpeter, toda a constituição do desenvolvimento (mudanças espontâneas e descontínuas no canal do fluxo circular, perturbações do centro de equilíbrio) aparece na esfera da vida industrial e comercial, e não na contextura das necessidades dos consumidores de produtos finais.

Isto quer dizer que, “é o produtor que, via de regra, inicia a mudança econômica, e os consumidores são educados por ele, se necessário; são, por assim dizer, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que diferem em um aspecto ou outro daqueles que tinham o hábito de usar” (SCHUMPETER, 1982: 48). O desenvolvimento, para Schumpeter é, sobretudo, a realização de novas combinações produtivas descontínuas. É o próprio autor em foco quem enu-

mera e qualifica as novas combinações produtivas, quais sejam:

1. a introdução de um novo produto ou melhoria da qualidade de um existente;
2. a introdução de novos métodos de produção (um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que de modo algum precisa ser baseada em uma nova descoberta científica, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria);
3. a abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido antes ou não;
4. a conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independentemente do fato de essa fonte já existir ou ter que ser criada; e
5. o estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio (SCHUMPETER, 1982: 48).

Entendo que, quando um empresário empreendedor põe em prática, em um determinado ciclo produtivo, uma ou várias das inovações há pouco descritas está dando à sociedade uma “resposta criadora”. Tal situação opõe-se à “resposta adaptativa”, aqui entendida como integrante de fase de pouco dinamismo do sistema produtivo, vale dizer, “quando uma economia reage a um aumento de população, simplesmente adicionando nos empregos já existentes novos braços à força de trabalho, ou uma indústria reage a uma medida protecionista” (SCHUMPETER, 1976:31). Para esse autor, a “resposta criadora” transforma situações econômicas definitivamente, ou, noutro

modo de entender, as situações que cria não se ligam àquelas que deveriam existir na sua ausência.

Outro aspecto essencial relacionado à inovação, no entendimento de Schumpeter, é que:

Produzir novas coisas não é apenas um processo distinto, mas é um processo que produz conseqüências, as quais formam uma parte essencial da realidade capitalista. A completa história econômica do capitalismo seria diferente do que é se novas idéias tivessem sido regular e correntemente adotadas, naturalmente por todas as firmas para cujos negócios elas fossem relevantes. Mas isso não aconteceu. Na maioria dos casos, apenas um homem ou alguns deles vêem as novas possibilidades e estão aptos a lutar contra as resistências e dificuldades com que a ação sempre se encontra, fora dos caminhos normais da prática (SCHUMPETER, 1976: 36).

A grande reputação de Schumpeter repousa na expressão de sua autoria denominada “destruição criativa”. Ora, as tecnologias inovadoras destroem produtos, e, ao mesmo tempo, criam outros. O novo produto ocupa o espaço do velho produto e novas estruturas de produção destroem antigas. Na concepção schumpeteriana, é perceptível a idéia de que o progresso decorre deste ato destruidor/criativo. Os empresários empreendedores são responsáveis pelo rompimento do fluxo circular da economia para uma economia dinâmica, competitiva e geradora de oportunidades. Esta dinâmica promove permanente estado de inovação, mudança, substituição de produtos e criação de hábitos de consumo. A destruição criativa, traduzida pelo próprio Schumpeter (1982: 64), significa também uma dinâmica calcada na ação empresarial cuja “tarefa característica – teórica e historicamente – consiste precisamente em demolir a velha tradição e criar uma nova”. Ela é res-

ponsável pelo crescimento econômico de um país (MENEZES: 2003).

Para Schumpeter, entretanto, a pressuposição segundo a qual empreendimento é “a realização de combinações novas”, conceitua os empresários como “indivíduos cujas funções é realizá-las” (SCHUMPETER, 1982: 54). Mais ainda, atribui a função de empresário

(...) Não apenas aos homens de negócios ‘independentes’ em uma economia de trocas, que de modo geral são assim designados, mas todos que de fato preenchem a função pela qual definimos o conceito, mesmo que sejam, como está se tornando regra, empregados ‘dependentes’ de uma companhia, como gerentes, membros da diretoria etc., ou mesmo se o seu poder real de cumprir a função empresarial tiver outros fundamentos, tais como o controle da maioria das ações (SCHUMPETER, 1982: 54).

O inusitado nessa discussão é o fato de que Schumpeter não utilizou o termo “empreendedor”. Atribuiu, contudo, o vocábulo “empresários” (empreendedores) para aqueles que põem em prática as combinações ou inovações.

O empreendedor pode, também, trabalhar por conta de outrem, principalmente por conta do empresário. Nesta gama de variações, podemos encontrar empresários pouco empreendedores, como empreendedores não-empresários e, até mesmo, funcionários públicos com vocação empreendedora. De todo modo, Schumpeter sentencia:

Alguém só é empresário quando efetivamente ‘levar a cabo novas combinações’, e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, quando se dedicar a dirigi-lo, como outras pessoas dirigem seus negócios. Essa é a regra, certamente, e assim é tão raro al-

guém permanecer sempre como empresário através de sua vida ativa, quanto é raro um homem de negócios nunca passar por um momento em que seja empresário, mesmo que seja em menor grau (SCHUMPETER, 1982: 56).

Na linha de compreensão acerca do conceito de empresário schumpeteriano, Cardoso se pronuncia, assinalando:

(...) O conceito de empreendedor na análise schumpeteriana é, pois, como ele mesmo diz mais lato e mais restrito que a noção corrente. Ao mesmo tempo que não se liga diretamente à categoria de capitalista, podendo abranger 'gentes', membros de 'juntas diretivas' e outros tipos de assalariados de uma companhia, não inclui todos os industriais ou administradores: depende da capacidade inovadora que efetivamente possuam. Em consequência, a função do empreendedor não pode ser herdada, nem é uma posição na empresa ou na sociedade, que possa exprimir-se como uma categoria profissional ou classe (CARDOSO, 1972: 24).

Em suma, é o próprio Schumpeter que acentua ser o funcionamento do sistema econômico um “fluxo circulatório”, aqui entendido como um quadro regular de combinações de fatores de produção dentro de “possibilidades naturais”. A alteração desse quadro regular, mediante a introdução de novas combinações, “é uma função especial e constitui privilégio de um tipo de pessoas muito menos numerosas que todos aqueles que têm a possibilidade objetiva de desempenhá-la”. Assim, assevera que “os empreendedores constituem um tipo especial e o seu comportamento um problema específico, a força motriz de um grande número de fenômenos importantes” (SCHUMPETER, 1982: 58-59).

Acredito que o perfil do empreendedor schumpeteriano está mais ou menos delineado. É o indivíduo que quebra a cadência da normalidade produtiva, introduzindo novos paradigmas (resposta criadora, destruição criativa, inovações radicais etc.) aos sistemas produtivos.

O empresário empreendedor estabelece processos revolucionários pelo fato de racionalizar todo e qualquer aspecto de sua empresa. A despeito dessas possíveis influências, Schumpeter advertiu: empresárias são pessoas que tomam a iniciativa de mudar os modelos tecnológicos básicos e de demanda da economia em um ciclo de destruição criativa.

A motivação do empresário corresponde à vontade de conquistar, ao impulso para lutar, para mostrar-se superior aos outros, para ter êxito pela simples razão de alcançar tal objetivo, e não apenas visando aos frutos do êxito em si.

Max Weber: ação econômica inovadora e o espírito do capitalismo

Max Weber, ao relacionar a filiação religiosa com a estratificação social, partiu de uma constatação basilar: na região por ele estudada no vale do Ruhr, na Alemanha, geralmente os filhos dos católicos foram levados a optar por carreiras profissionais no campo das ciências humanas, enquanto os protestantes escolhiam as carreiras e funções técnicas. Assim, Weber percebeu que os protestantes se destacavam como industriais dirigentes empresariais e técnicos de nível superior. A partir daí, baseado em pesquisa, concluiu que alguns ramos do protestantismo (calvinismo, pietismo, metodismo e seitas batistas), por causa de sua fé e da ética que proferiam, deram uma importante contribuição para a formação do espírito que impulsiona a economia ocidental moderna (WEBER, 2002: 38-41). A asserção

propugnada por Weber fundamenta-se, segundo as suas palavras:

A explicação desses casos é, sem dúvida, a de que as peculiaridades mentais e espirituais adquiridas do meio ambiente, especial do tipo de educação favorecido pela atmosfera religiosa da família e do lar, determinaram a escolha da ocupação, e por isso, da carreira. A menor participação dos católicos na vida moderna de negócios na Alemanha é tão notável justamente porque contraria a tendência observada em todos os tempos, até mesmo no presente (WEBER, 2002: 39).

Com a finalidade de determinar aquilo que Weber denominou “espírito do capitalismo organizado e racional”, vale conhecer algumas referências em seus estudos que refletem esse espírito. Refiro-me às famosas máximas de Benjamim Franklin que constituíram a seiva do desenvolvimento do capitalismo ocidental, a saber:

“Lembre-se que tempo é dinheiro”;

“Lembre-se do ditado: ‘O bom pagador é dono da bolsa alheia’”;

“Lembre-se que o dinheiro é de natureza prolífera e geradora. O dinheiro pode gerar dinheiro”;

“As menores ações que possam afetar o crédito de um homem devem ser levadas em conta. O som do teu martelo às cinco da manhã ou às oito da noite, ouvido por um credor, te tornará favorável por mais seis meses, mas se te vir à mesa de bilhar, ou ouvir tua voz na taverna quando deverias estar no trabalho, cobrará o dinheiro dele no dia seguinte, de uma vez, antes do tempo”;

“Aquele que mata uma porca prenhe destrói sua descendência até a milésima geração”;

“Aquele que desperdiça uma coroa destrói tudo aquilo que ela poderia ter produzido, até muitas libras” (WEBER, 2002: 46).

Os preceitos de Franklin, analisados por Weber, engendram a religião secular do trabalho. O primeiro e maior mandamento é o de trabalhar de modo mais árduo possível, durante o máximo de tempo possível para se ganhar o máximo de dinheiro possível. As predições de Franklin indicam que o pecado seminal é perder tempo e capital. A disciplina monástica e ascética estabelece que o dinheiro ganho pelo devotamento ao trabalho não deve ser gasto em divertimento, conforto e nos desvios mundanos, mas diretamente investido para produzir mais dinheiro.

Portanto, a interpretação weberiana acerca dos preceitos de Franklin aponta para virtudes como: a frugalidade, a laboriosidade, a pontualidade nos pagamentos e a fidelidade nos acordos, enfim, predicados que só aumentam a acumulação de capital (WEBER, 2002: 46-49).

A essência dessa filosofia da avareza, que deve ser praticada pelo indivíduo com crédito permanente e aumento contínuo de seu capital, não deve ser considerada um fim em si mesma. A este respeito, Weber nos diz:

De fato, o que nos é aqui pregado não é apenas um meio de fazer a própria vida, mas uma ética particular. A infração de suas regras não é tratada como uma tolice, mas como um esquecimento do dever. Essa é a essência do exposto. Não se trata de uma astúcia de negócios, o que seria algo comum, mas de um ethos. E essa é a qualidade que nos interessa (WEBER, 2002: 48).

Na perspectiva de estabelecer um diálogo entre Schumpeter e Weber, o *leitmotiv* teórico será em torno dos sujeitos que dão vida ao “espírito do capitalismo” weberiano e o “espírito de empresa” schumpeteriano, esse último já comentado neste artigo. Para melhor entender a ação social do sujeito que atua

no “espírito do capitalismo”, devo me reportar à referência feita por Weber ao quadro de transição das antigas relações de produção, nas quais o modo de vida era tradicional; a margem de lucro era tradicional; tradicional a quantidade de trabalho e tradicional o modo de regular as relações de trabalho. Esse “tradicional” significava acomodação, a vida prazenteira dessas relações descritas se desmoronando, pois surgira uma nova dinâmica instalada por um agente que Weber classifica como inovador, e, em alguns momentos, como empreendedor. Vejamos, pois, a sua descrição:

Algum jovem de família de produtores vindos de outra cidade escolheu com cuidado os tecelões para empregados, aumentou enormemente o rigor da supervisão sobre o trabalho e os transformou de camponeses em operários. Por outro lado, teve também de mudar seus métodos de comercialização final; além disso, assumiu os detalhes em suas mãos, cuidou pessoalmente dos clientes visitando-os anualmente e, acima de tudo adaptou a qualidade do produto diretamente às necessidades e gostos desses clientes. Começou, ao mesmo tempo, a introdução da política de preços baixos e alto giro. Repetiu-se aqui o ocorrido em todos os lugares e sempre como consequência do processo de racionalização: aqueles que não seguiram o mesmo processo tiveram que sair do negócio. O estado idílico desmoronou sob pressão de uma amarga e competitiva batalha, criaram-se fortunas consideráveis que não foram aplicadas a juros, mas sempre reaplicadas no negócio. A antiga atitude prazerosa e confortável para com a vida cedeu lugar a uma rígida frugalidade, da qual alguns participaram e chegaram ao topo, pois que eles não queriam consumir, mas ganhar, enquanto outros, que quiseram conservar o modo de vida antigo, foram forçados a cortar seu consumo (WEBER, 2002: 59).

É este o agente da transição para o capitalismo moderno que, segundo Weber, trabalhava para si mesmo, produzia o próprio capital e o suprimento monetário para os próprios fins; mas que, nem sempre, teve a sua entrada em cena de modo pacífico. Desconfiança, ódio e indignação moral foram atitudes dos homens de negócios tradicionais em relação aos primeiros “inovadores” (WEBER, 2002: 60).

O empreendedor, na visão weberiana é, ainda, aquele empresário que demonstra “a capacidade de se livrar da tradição comum, um tipo de iluminismo liberal”, fadado ao sucesso. Segundo ele, o tipo ideal do empreendedor capitalista que atuou na Alemanha

(...) Não tem qualquer relação com arrivismo mais ou menos refinado. Ele evita a ostentação e gastos desnecessários, assim como regozijo consciente do próprio poder, e fica embaraçado com as manifestações externas de reconhecimento social que recebe. Seu modo de vida, em outras palavras, distingue-se muitas vezes, e teremos de investigar o significado histórico desse fato importante por certa tendência ascética, como parece com bastante clareza na pregação de Franklin por nós citada (WEBER, 2002: 61).

David McClelland: motivação realizadora e iniciativa empresarial

Numa perspectiva interdisciplinar, a análise sobre a influência do comportamento humano nas relações de trabalho ajudou-me a entender melhor o complexo mundo do empreendedorismo. Assim, faz-se necessário conhecer o pensamento do psicólogo David McClelland, vigoroso defensor da motivação realizadora voltada para a iniciativa empresarial. Para ele,

O empresário é uma pessoa que organiza e mantém um negócio, arcando com os riscos

por visar lucros. É alguém que exerce algum controle sobre os meios de produção, produzindo mais do que pode consumir, a fim de vender ou trocar a sua produção por renda individual ou familiar (McCLELLAND, apud TOMECKO, 1992: 3).

McClelland contribuiu por demais no sentido de estabelecer um elo entre a iniciativa empresarial e o crescimento econômico. Em seu famoso livro *The Achieving Society* (1961), esse autor tentou estabelecer a relação entre o progresso econômico e a existência de uma “necessidade popular de realização”, em uma determinada cultura. Precisamente, McClelland dedicou-se ao estudo da relação entre as necessidades de realização, poder e afiliação e o comportamento humano.

A necessidade de realização é definida como “conseguir realizar algo difícil. Dominar, manipular ou organizar objetos físicos, seres humanos ou idéias. Superar obstáculos e atingir um alto padrão. Rivalizar e superar os outros” (SCHULTZ e SHULTZ, 2002: 188, apud MORALES, 2004: 39). O próprio McClelland, por sua vez, entendia que a necessidade de realização é “o desejo de fazer algo melhor ou mais eficientemente do que já tenha feito anteriormente” (McCLELLAND, 1976:100, apud MORALES, 2004: 39).

A necessidade de poder é definida como “necessidade de controlar o ambiente. Influenciar ou dirigir o comportamento de outros por sugestão, sedução, persuasão ou comando. Fazer os outros colaborarem. Convencê-los de que sua opinião é correta” (SCHULTZ e SCHULTZ, 2002: 188, apud MORALES, 2004: 40).

Por fim, a necessidade de afiliação é descrita como “aproximar-se e colaborar com prazer e retribuir a um aliado que se pareça com a própria pessoa, ou seja, alguém que goste dela. Aderir e permanecer

leal a um amigo” (SCHULTZ e SCHULTZ, 2002, apud MORALES, 2004: 40).

A partir do conceito de necessidade de realização (need of achievement ou “n ach”), McClelland identificou nos empreendedores e executivos bem-sucedidos uma alta “n ach”. Mais ainda, as sociedades que apresentam expressivos contingentes de pessoas com “n ach” tendem a apresentar, também, alto patamar de desenvolvimento econômico. Estas pessoas, em geral, correm riscos moderados nas suas decisões e têm desinteresse por trabalhos repetitivos e rotineiros (MCCLELLAND, 1962; 1967; 1970; 2000 apud MORALES, 2004: 40).

Morales adverte para a idéia de que empreendedores e gerentes, atuando em organizações complexas, devem liderar e persuadir outras pessoas para que façam as coisas de forma correta na organização. Assim, é de se esperar que os empreendedores e executivos denotem alta motivação pela necessidade de poder (“n power”). Ancorado em McClelland, informa que aqueles que tinham alta “n ach” e baixa “n power” concentravam o seu foco na melhoria das pessoas, em fazer melhor as coisas por si, vale dizer, queriam fazer as coisas, eles próprios (MORALES, 2004: 41).

A necessidade de afiliação (“n affiliation”) constituiu-se atributo relevante no comportamento dos empreendedores. Vejamos como Morales se pronuncia:

Segundo McClelland (2000), o desejo de atingir rapidamente as metas estabelecidas, presente nas pessoas com alta “n ach”, pode levá-las a valer-se da máxima ‘os fins justificam os meios’, trapaceando ou usando meios social ou eticamente condenáveis para atingir os resultados. A presença do ‘n affiliation’ refreia este impulso, pois o interesse em ser aceito e amado pelo grupo ou por determinadas pessoas com as quais se identifica ‘choca-se com a possibilidade de

rejeição com punição por atos condenáveis pelo grupo'. No caso dos gerentes, uma 'n affiliation' muito baixa pode significar um estilo 'institucional' de gerência, onde a lealdade é maior com a empresa do que com as pessoas (MORALES, 2002: 42).

McClelland fundamentou os seus princípios teóricos do comportamento dos empreendedores em percucientes estudos históricos e literários, produzidos em diferentes épocas, pinçando imagens relacionadas com a força realizadora dos povos. Segundo Tomecko,

As imagens relacionadas com a força realizadora encontrada em histórias populares foram classificadas de acordo com o número e a intensidade das referências feitas a realizações extraordinárias, a concorrência com padrões de excelência impostos pelo próprio indivíduo, ao envolvimento em longo prazo e ao desejo de obter êxito em concorrências com outras pessoas (TOMECKO, 1992: 5).

Esta citação me ajuda a compreender certa extravagância metodológica para fundamentar os estudos de McClelland sobre as sociedades realizadas. É sabido que esse autor empregou alguns indicadores, desde o controvertido método de registrar o crescimento do número de usuários de energia elétrica até o exame um tanto misterioso da qualidade e do conteúdo de urnas funerárias em cemitérios da civilização pré-incaica (TOMECKO, 1992: 6).

Seguramente, McClelland, Schumpeter e Weber prestaram significativas contribuições teóricas no campo da iniciativa empresarial e do fomento ao empreendedorismo como estratégias de crescimento econômico. Por exemplo, o conceito de “outra direcionalidade”, emitido por McClelland, tão propalado nas sociedades emergentes, consiste na evidência de que as forças que mantêm os sistemas tradicionais de

valores estão dando lugar e ensejando um novo sistema mais “popular” que favorece as pessoas à redefinição das suas relações pessoais. Nesse sentido,

McClelland afirmava que a quebra de tradições motiva uma abordagem mais liberada das relações tanto das pessoas quanto com o mercado. Esta liberdade fomenta a interação criativa e o comportamento empresarial, gerando novas idéias e novas normas no seio da sociedade, ao mesmo tempo em que modifica o ambiente, estimulando outras mudanças, inovações e conseqüente crescimento. A maior contribuição prestada por este trabalho foi a mudança radical ocorrida na teoria, uma vez que passou a pôr em evidência um modelo de comportamento empresarial mais dinâmico, no qual o empresário tanto era um produto da sociedade quanto um iniciador de normas sociais (TOMECKO, 1992: 6).

Tais observações são bastante relacionadas com os princípios básicos da “destruição criadora”, ou resposta criadora, de Schumpeter. Podem ser entendidas, como situações semelhantes: o indivíduo motivado para a iniciativa empresarial de Weber, o inovador schumpeteriano, que destrói sistemas convencionais, e as pessoas estimuladas a exercer a força realizadora de McClelland.

Este último autor ganhou notoriedade porque apresentou recomendações específicas para criar uma cultura favorável ao crescimento da iniciativa empresarial. Segundo Tomecko (1992), McClelland entendia ser necessário desenvolver um sentimento nacional voltado para a força realizadora, divulgar amplamente as realizações de vulto, envolvendo, inclusive, os meios de comunicação de massa.

Em segundo lugar, estimular o feminismo como um contrapeso em relação à figura autoritária do pai de família, considerando, sobretudo, o fato de

que a história não registra nenhum caso de progresso sem que tenha havido a emancipação da mulher. Por fim, sugere implantar treinamentos específicos voltados para a motivação realizadora de executivos. Isto, certamente, consolidou a fama de McClelland no tema do treinamento empresarial.

A fundamentação desse treinamento partia da premissa de que, para estimular o comportamento empresarial, era preciso entender no que consistem os motivos e que estes são aprendidos, e que nem mesmo desconfortos biológicos ou sentimentos de prazer ocorrem se não estiverem ligados a “estímulos” que provoquem um reconhecimento da presença ou ausência desses fenômenos. Assim, Tomecko alerta para o fato de que

A reação é quase que a mesma do cachorro na experiência de Pavlov, que salivava cada vez que ouvia o sinal que anunciava as suas refeições. Várias expectativas juntas vão-se desenvolvendo em torno de determinadas experiências até um ponto em que se tornam o motivo. Em cada indivíduo, os motivos são organizados obedecendo a uma hierarquia de força ou importância. Quanto mais uma pessoa pensa sobre determinado motivo, mais forte ele é. Com base nessa afirmação, a maneira de se mudar a motivação de alguém é alterar a hierarquia de motivos existentes. Os meios normalmente aceitos em treinamentos eram: a frequência da recompensa em troca do comportamento desejado, a significância dos materiais aprendidos, exercícios, calor humano e simpatia por parte do facilitador, uso de bom senso e do prestígio para sustentar um argumento e apoio a mudanças ocorridas através de afiliação a um grupo de referência (TOMECKO, 1992: 7).

McClelland foi um dos pioneiros na aplicação da teoria da iniciativa empresarial, objeti-

vando aparelhar programas públicos de fomento ao desenvolvimento de pequenos negócios como estratégia de potencialização do crescimento econômico. Talvez, por isso haja insistente disseminação da cultura empreendedora, da formação básica em técnicas da gestão de negócios, associada aos conhecimentos tecnológicos tradicionalmente ministrados por instituições educacionais e de fomento a microempresas.

O sentido desses cursos repousa na formação de profissionais mais bem preparados para o atual mercado de trabalho, seja como empreendedores conduzindo o próprio negócio, ou até mesmo funcionários inseridos no competitivo mercado de trabalho. Afinal, a visão contemporânea do empreendedorismo está vinculada ao conceito de competência, concebida esta como a capacidade pessoal para realizar eficientemente uma tarefa. São fatores de competência: saber (conhecimento); saber fazer (habilidade); e querer fazer (atividade ou valor). Competência pode ser entendida, também como empregabilidade (DUARTE, 2002), pois a formação do empreendedor significa a aquisição de conhecimentos, habilidades, experiências, capacidade criativa e inovadora.

Ser empreendedor: viés emancipatório ou compulsório para a inserção no mercado de trabalho contemporâneo?

O discurso e a apologia do empreendedorismo no Brasil começaram na década de 1990. Antes disso, pouco se falava em empreendedorismo, tampouco no termo microempreendedor.

Os diversos programas de apoio a negócios informais referiam-se aos “microprodutores”, às microunidades informais de produção e, finalmente, a expressão dos media “pequenas empresas, grandes

negócios”, título do programa do SEBRAE Nacional, veiculado na Rede Globo de Televisão.

A mudança no mercado de trabalho brasileiro, marcadamente a partir dos anos 1990, demonstrou que a retração do nível de emprego e a alteração do conceito de empregabilidade são os vetores que apontam para o empreendedorismo como forma de inserção no mercado de trabalho, fundamentalmente o de pequeno porte.

Nessa linha de pensamento, é cabível aqui apresentar as argumentações sobre o desenvolvimento do empreendedorismo de pequeno porte.

É nos territórios – urbanos ou rurais – que podem ser implantadas políticas voltadas a mobilizar as energias necessárias a que a pobreza seja significativamente reduzida, por meio do fortalecimento do empreendedorismo de pequeno porte. A vitória sobre a pobreza depende, antes de tudo, do aumento das capacidades produtivas e da inserção em mercados dinâmicos e competitivos dos milhões de famílias cuja reprodução social se origina em seu trabalho “por conta própria”. O alargamento dos horizontes contidos nesta proposição só pode vir de uma política nacional que estimule a ampliação dos vínculos sociais localizados dos que hoje estão em situação de pobreza e este é o sentido maior da noção de desenvolvimento territorial (ABRAMOVAY, 2003: 2).

Abramovay não entende que o empreendedorismo seja algo que aconteça isoladamente, de forma teleológica. Pelo contrário, para ele, o empreendedorismo de pequeno porte pressupõe ambientes locais que favoreçam a ampliação dos investimentos produtivos das famílias vivendo hoje em situação de pobreza. Em outras palavras, esse ambiente local é o território, “entendido como expressão de formas localizadas de interação social, cujo fundamento

não se encontra apenas em relações de mercado” (ABRAMOVAY, 2003: 2).

É interessante aqui buscar uma compreensão acerca da expressão “empreendedorismo de pequeno porte”, cunhada por Abramovay. Na perspectiva desse autor, parece estranho o uso do vocábulo empreendedorismo para denominar atividades da economia popular perto da linha de pobreza. Admitindo que a teoria shumpeteriana não contém o conceito de “empreendedorismo de pequeno porte”, reconhece, entretanto, que “mesmo se opondo à orientação shumpeteriana, a idéia de empreendedorismo de pequeno porte encontra respaldo em outras tradições teóricas”. Assim, esse tipo de empreendedorismo pode fundamentar-se em Say; este assinala que o empreendedor é aquele que compra por um preço certo e vende por um preço incerto; ou em Hayek, para quem o empreendedorismo envolve não apenas risco, mas, sobretudo, conduz a uma descoberta das condições produtivas, das oportunidades de mercado por parte dos próprios agentes sociais (ABRAMOVAY, 2003: 5).

Em estudo recente, a Organização das Nações Unidas conclama os países emergentes a desenvolverem programas e políticas de apoio aos empreendedores. Adverte para a realidade dos pequenos negócios como estratégia de combate à pobreza:

As ações do empresariado abrangem as diretrizes de gestores multinacionais e de grandes empresas nacionais, mas, também as de indivíduos que operam informalmente em pequenas comunidades (...) O pequeno empreendedor é um elemento tão importante do setor privado quanto uma corporação multinacional, fazendo-nos reconhecer que o setor privado já ocupa uma posição central na rotina das pessoas pobres, e que detém o poder de melhorar suas vidas. Orientamos a fazer uso das inovações tecnológicas,

organizacionais e gerenciais do setor privado, para melhorar as condições de vida dos pobres (...) As grandes empresas constituem uma parte indispensável da economia privada, mas os próprios pobres são igualmente importantes. Muitas vezes, eles mesmos são os empreendedores, frequentemente por necessidade, exercendo uma atividade informal e amarrados a negócios precários. Nós compartilhamos a visão de que ambientes empresariais orientados para o mercado abrangem diversas formas de empresas, que coexistem em relações simbióticas (...) O microempreendedorismo é uma forma comum de emprego em muitos países em desenvolvimento. Quase todas as microempresas trabalham fora do sistema legal, contribuindo para difundir a informalidade (...) Em muitos países em desenvolvimento, as mulheres constituem a maioria dos microempreendedores da economia informal, e um percentual significativo do setor formal. Muitas delas são analfabetas. Construir suas próprias empresas – geralmente microempresas – é a única possibilidade de obterem trabalho e auferirem renda (ONU, 2004: 7-15).

O que chama a atenção do relatório da ONU é o determinismo neoliberal eivado de soluções transplantadas de dinâmicas empresariais efetivadas noutras bases para corrigir uma situação socioeconômica dos países subdesenvolvidos. O que se observa nas políticas direcionadas para o segmento dos “empreendedores pobres” é que elas portam pacotes e conteúdos repletos de categorias simbólicas da atual acumulação capitalista flexível, tais como: empreendedorismo, empregabilidade, inovação, competitividade, competência, apologia ao mercado e ao setor privado etc. E o que é mais interessante é a aplicação desses treinamentos de iniciativa empresarial em realidades socioeconômicas distintas dos países de onde provêm, geralmente materializadas

por manuais de emancipação social fundados no livre empreendedorismo do setor privado, como a própria ONU reconhece ser a única saída. Esse discurso institucional não é apenas da ONU. Mais ou menos na mesma linha de pensamento, estudo recente do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), realizado no leste asiático e na América Latina, assegura que as motivações pessoais mais importantes para a criação de pequenos empreendimentos econômicos são “a auto-realização”, “o desafio de enfrentar mudanças contínuas” e o de “contribuir para a sociedade”.

A análise do documento ora referido deixa claro que o BID estabelece forte relação entre empreendedorismo e desenvolvimento, ao propugnar a noção de que “novas empresas contribuem de forma significativa para o desenvolvimento econômico, mormente nos países em desenvolvimento”. E mais, continua a argumentação desta agência de desenvolvimento: “Ao ter sucesso, os novos empresários criam empregos, expandem segmentos de mercado, aumentam a produção de bens e serviços e dinamizam a economia das comunidades onde operam” (BID, 2002: 6-11).

Seguindo o mesmo diapasão da ONU e do BID, o Banco Mundial, lastreado na premissa de que as empresas da economia informal enfrentam as mesmas restrições que as outras empresas (direitos de propriedade, corrupção, imprevisibilidade de políticas, e acesso limitado a financiamentos), recomenda políticas que acarretem

Menos barreiras à divulgação de novas idéias, inclusive barreiras à importação de equipamentos modernos, e um ambiente que promova os processos competitivos que Joseph Schumpeter chamou de ‘destruição criativa’- um ambiente no qual as empresas têm oportunidades e incentivos para testar

suas idéias, esforçar-se para obter êxito, prosperar ou fracassar (BANCO MUNDIAL, 2005: 6).

Enfeixando o conjunto de agências internacionais de desenvolvimento que preceituam o fomento ao segmento das pequenas empresas informais empreendedoras, a GTZ (Sociedade Alemã de Cooperação Técnica), a partir de 1979, desenvolveu experiências metodológicas de treinamento empresarial para produtores informais no Nepal, fundamentadas no modelo de David MacClelland. A partir daí, estava constituída a famosa metodologia CEFE (Criação de Empresa e Formação de Empresários), testada em diversos países da África, Ásia e América Latina. O cerne dessa metodologia foi o Treinamento de Motivação de Realização (AMT), que buscava desenvolver e criar um conjunto mental no treinando, de forma que ele pense e atue nos caminhos da realização orientada (correr riscos, estabelecer metas, ter persistência e auto-confiança). (MACHADO, 1995). Essa metodologia se tornou popular na Índia, no Nepal e nas Filipinas, passando por algumas adaptações, de acordo com as circunstâncias culturais destes países.

No início da década de 1990, essa metodologia chega ao Brasil, robustecida pelo acúmulo de experiências aplicadas em cerca de 60 países. O método CEFE é um conjunto de instrumentos que utiliza uma abordagem voltada para a ação de aprendizagem experimental para desenvolver e intensificar o gerenciamento empresarial e as competências pessoais de um vasto conjunto de grupos-alvo, em sua maior parte no âmbito da geração de renda, empregos e desenvolvimento econômico (KOLSHORN e TOMECKO, 1995).

Essa metodologia foi desenvolvida e adotada pelos projetos denominados Pró-Renda Microempresa, nos estados do Rio Grande do Sul, Minas Ge-

rais, Pernambuco e Ceará, com o apoio da Agência Brasileira de Cooperação Técnica com a Sociedade Alemã de Cooperação Técnica (GTZ).

A disseminação dessa metodologia foi bastante exitosa e se incorporou aos programas de capacitação empresarial de organizações como: SEBRAE, secretarias estaduais e municipais de trabalho, organizações não-governamentais e até algumas faculdades. No Ceará, a metodologia em foco é aplicada, hoje, no programa de apoio ao microcrédito da FUNDESOL, na região do Grande Bom Jardim, na Fundação Caixa do Povo, no Programa Ceará Empreendedor, no programa Crediamigo, do Banco do Nordeste do Brasil (BNB), dentre outros.

Na febre atual da disseminação empreendedora, via cursos intitulados como “gestão empreendedora”, “como montar o seu negócio”, “empreendedorismo”, “criação de empresa e formação de empresários (CEFE)”, Nascimento e Silva assevera que tais cursos converteram-se em modismo universitário. E mais: reconhece que os seus professores ou facilitadores acumulam fracassos na condução dos próprios empreendimentos, sendo, em geral, empregados em escalões inferiores de empresas que não conseguem interpretar tendências de mercado. O autor em destaque assim se pronuncia:

Uma vez que não consideramos que alguém deliberadamente desenhe um curso, conceba uma idéia ou defina um conceito de forma fraudulenta, estamos propensos a considerar que o empreendedorismo brasileiro é apenas um modismo. Afinal, na busca do novo fó-râneo, pode até valer qualquer coisa, mesmo que sejam idéias ainda incompreendidas e carentes de sólidas estruturas conceituais, de sistemáticas de implementação e modalidades de avaliação. Talvez, a busca incessante, daquilo que mais vende, daquilo que mais impressiona os olhos e inibe a mente, possa

nos trazer mais malefícios do que benefícios, mais frustrações do que satisfação nos faça mais próximos do passado do que qualquer idéia de futuro (NASCIMENTO e SILVA, 2005: 8).

As preocupações de Nascimento e Silva procedem. A cada dia, encontra-se nas livrarias especializadas uma vasta bibliografia de livros de “auto-ajuda”, associados a elementos da administração de empresas que entraram no atraente mercado da “capacitação empreendedora”. Verdadeiros exércitos de profetas do empreendedorismo estão se multiplicando, conquistando candidatos a auto-emprego, bombardeados, ora pelo credo do “empreendedorismo osmótico”, ora pelo apelo religioso dos evangélicos que, cada vez mais, propalam a “teologia da prosperidade”.

Em vista dos encadeamentos lógicos e os seus relacionamentos teóricos contidos neste texto, posso concluir, expressando que há um escopo estruturante que culmina com a mudança do fordismo para o regime de acumulação capitalista flexível, traduzido por conceitos como “destruição criadora”, “quebra de paradigma”, “inovações tecnológicas”, “auto-emprego”, “reengenharia”, “competência e competitividade” e demais atributos que dão consistência ao sistema econômico da modernização flexível, vale dizer, “o fim do capitalismo organizado”.

A essa situação de mudanças permanentes e de incerteza, Harvey expressa o vaticínio segundo o qual,

O movimento mais flexível do capital acen-tua o novo, o fugidio, o efêmero, o fugaz e o contingente da vida moderna, em vez dos valores mais sólidos implantados no fordismo. Na medida em que a ação coletiva se tornou, em consequência disso, mais difícil – tendo essa dificuldade constituído, com efeito, a meta central do impulso de incremento

do controle do trabalho -, o individualismo exarcebado se encaixa no quadro geral como condição necessária, embora não suficiente, da transição do fordismo para a acumulação flexível (HARVEY, 2002: 161).

Os fundamentos teóricos que moldam a Nova Economia Política, lastreados nos padrões do “homem ideal schumpeteriano”, traem o desejo pessoal daqueles que, porventura, procuram aderir ao comportamento flexível como perspectiva de liberdade, porque a sua busca, fundamentada na repulsa à rotina burocrática, produziu novas estruturas de poder e controle, ao invés de criar as condições que liberam o ser humano.

Reinvenção descontínua de instituições, especialização flexível e concentração sem centralização compõem as forças que dobram as pessoas à mudança. Esta tríade de características do capitalismo flexível, muito mais funcional à potencialização da acumulação de capital do que a qualquer mudança emancipatória das relações trabalhistas, é enganadora, porquanto projeta falsa idéia de liberdade.

Ao se observarem os principais elementos constitutivos do pensamento schumpeteriano acerca do empreendedorismo, delineados ao longo deste trabalho, não será difícil estabelecer correspondências com os fundamentos do capitalismo flexível descrito por Sennett, vale dizer: reinvenção descontínua das instituições, especialização flexível e concentração sem centralização.

Isto tem relação estreita com destruição criadora, com as inovações tecnológicas permanentes, os novos hábitos de consumo, as novas formas de organização da produção e as novas maneiras da gestão. O grande apelo de hoje é o ser empreendedor no capitalismo flexível. É flutuar na vida e no trabalho, na incerteza, sempre correndo riscos, à deriva. De certa forma, os nossos antepassados sempre viveram

alguns contextos históricos marcados pela incerteza, como guerras, pestes, fome, descontroles econômicos e outros infortúnios temporários. O inusitado, agora, é estar à deriva, navegando na incerteza e, principalmente, considerar ser normal a instabilidade, decorrente da prática cotidiana de um vigoroso capitalismo (SENNETT, 2005: 33).

Referências Bibliográficas

- ABRAMOVAY, Ricardo (2003). “Desenvolver os territórios fortalecendo o empreendedorismo de pequeno porte”. Fórum Internacional Território, Desenvolvimento Rural e Democracia. Relatório Final. Fortaleza: BNB / IICA / MDA / BANCO MUNDIAL. Mimeo.
- AZEVEDO, Belmiro Mendes de (2004). “Inovação e empreendedorismo”. Palestra proferida no Ciclo de Conferências – Empreender. Coimbra: Universidade de Coimbra.
- BANCO INTERAMERICANO DE DESENVOLVIMENTO (2002). *Empreendedorismo em economias emergentes: criação e desenvolvimento de novas empresas na América Latina e no Leste Asiático*.
- BANCO MUNDIAL (2005). Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial – um melhor clima de investimentos para todos. Washington D. C.
- CARDOSO, Fernando Henrique (1972). *Empresário industrial e o desenvolvimento econômico no Brasil*. São Paulo: Corpo e Alma do Brasil.
- CARDOZO, Tavita Rosa; BARBOSA, Marilene Lobo (2005). “Políticas informacionais e práticas pedagógicas para a formação do bibliotecário empreendedor”. Disponível em: <http://www.cinform.ufba.br/v.anais>. Acesso em 26/9/2005.
- DOLABELA, Fernando (2003). *Pedagogia empreendedora*. São Paulo: Editora Cultura.
- DUARTE, G. (2002). *Dicionário de Administração*. Fortaleza: Imprensa Universitária da UFC.
- FRANCO, Augusto de (2000). “Por que precisamos de desenvolvimento local integrado e sustentável?”. Separata do número 3 da Revista Século XXI, Brasília: Millenium – Instituto de Política.
- FURTADO, Celso (2000). *Teoria e política do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Paz e Terra.
- GERANEGÓCIO (2005). “Empreendedorismo”. Disponível em: <http://www.geranegocio.com.br/html/geral/p15c.html>. Acesso em 23/9/2005.
- HARVEY, David (2002). *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola.
- HIRICH, Robert D. e PETERS, Michael P. (2004). *Empreendedorismo*. São Paulo: Bookman.
- KOLSHORN, Rainer; TOMECKO, James (1995). *Competência como base de economias, formação de empresa – CEFE*. Eschborn/Alemanha. Mimeo.
- LOURES, Rodrigo Costa da R. (2005). “Aprofundar a política industrial brasileira”. Disponível em: <http://www.fiepr.com.br/News>. Acesso em: 19/9/2005
- MACHADO, Tânia (1995). CEFE – Competência Econômica Através da Formação de Empresários. In: KLAUSMEYER, Alfons (org.). *Introdução a Metodologias Participativas – um guia prático*. Recife: SACTES/DED/ABONG.
- MENEZES, Roberto K. (2006) “Destruição criativa – a contribuição de Schumpeter para o empreendedorismo”. Disponível em: <http://www.cdvhs.org.br/>. Acesso em 18/01/2006.
- McCLELLAND, David (1961). *The Achieving Society*. New York: Free Press.
- _____, David (1962). Business drive and national achievement: Harvard business review. [S.l.:s.n.].
- McCLELLAND, D.; WINTER, D.G. (1970). *Como se motive el éxito econômico*. Ciudad de México: Centro Regional e Ayuda Técnica de la Agencia para el Desarrollo Internacional.

(2000).
Human motivacion. Cambridge: Cambridge
University Press 2000.

MORALES, Sandro Afonso (2004). Relações entre
competências e tipos psicológicos Junguianos nos
empreendedores. Tese de Mestrado – Universidade
Federal de Santa Catarina. Florianópolis.

NASCIMENTO e SILVA, Daniel (2005). “O
Empreendedorismo como modismo universitário”.
Disponível em: [www.admbrasil.com.br/arti-
modismo.htm](http://www.admbrasil.com.br/arti-modismo.htm). Acesso em 23/9/2005.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU)
(2004). “Desencadeando o empreendedorismo”.
Relatório para o Secretariado Geral das Nações
Unidas. New York

RICCA, José Luiz (2004). SEBRAE: o jovem
empreendedor. In: *Revista de Estudos Avançados*
(IEA) USP, n. 51.

SANDRONI, Paulo (1994). *Novo Dicionário de*
Economia. São Paulo: Editora Best Seller.

SAY, Jean Baptiste (1983). *Tratado de Economia*
Política. Prefácio de Georges Tapinos. São Paulo:
Abril Cultural (Coleção Os Economistas).

SCHUMPETER, Joseph A (1976). A resposta
criadora na história econômica. In: Lucas (org.).
Economia e Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Zahar
Editores.

SCHUMPETER, Joseph A (1982). *Teoria do*
desenvolvimento econômico: uma investigação sobre
lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São
Paulo: Abril Cultural.

SENNETT, Richard (2005). *A corrosão do caráter*.
Rio de Janeiro: Record.

TOMECKO, Jim (1992). *Como entender e promover*
a iniciativa empresarial. Manual de treinamento
sobre a metodologia CEFE. Fortaleza: SINE/CE –
GTZ. Projeto Prorenda Microempresa.

WEBER, Max (2002). *A ética protestante e o espírito*
do capitalismo. São Paulo: Editora Martin Claret.