

# A REVOLUÇÃO DO EMPREENDEDORISMO

[Frente de Trabalho](#) - Edição 60

Por:

Por: Álvaro Armond

Como educador na área do Empreendedorismo, tenho tido, ao longo dos últimos anos, a oportunidade de discutir, tanto com estudantes das faculdades quanto com profissionais que frequentam os cursos de pós-graduação do Ibmec em São Paulo, questões referentes à abertura de um negócio próprio como alternativa de carreira. A partir dessas conversas, na maioria das vezes informais e despretensiosas, vou consolidando minha convicção de que os fatores culturais devem ser os alvos primários daqueles que pretendem contribuir para o crescimento da atividade empreendedora no Brasil. Muito mais que os problemas burocráticos, a volúpia tributária do governo, o pouco incentivo oficial, a falta de informação e o despreparo, os aspectos culturais são, inegavelmente, a primeira grande barreira a ser vencida.

Mas que fatores são esses que conspiram de forma tão intensa contra o empreendedorismo no País? Vamos começar pela questão da busca da realização pessoal por meio do trabalho. Por razões complexas, que provavelmente remontam à nossa origem latina, ibérica e nossa formação católica, a maioria das pessoas acredita que é perfeitamente possível se realizar na vida sem ser feliz no trabalho. Acredita-se que não ter satisfação no trabalho faz parte do jogo, que é assim mesmo, que o trabalho é um fardo pesado que deve ser carregado independentemente do que aconteça no restante das nossas vidas.

A partir dessa crença, dessa visão acomodada e fatalista da vida profissional, fica fácil entender porque as pessoas, mesmo descontentes com os rumos da sua carreira, não se sentem estimuladas a buscar um outro caminho, que gere satisfação e realização, e que muitas vezes só pode ser encontrado através de um negócio próprio que atenda às expectativas mais pessoais e possa se encaixar mais adequadamente à vida.

Assim, para vermos o movimento empreendedor crescer no Brasil, é preciso que fique claro, para um número cada vez maior de pessoas, que a vida é uma coisa só, que o trabalho é uma parte importante desse todo e que, portanto, a busca da felicidade plena passa, obrigatoriamente, pela realização profissional.

Outro traço cultural que certamente não ajuda no desenvolvimento da atividade empreendedora no Brasil é a questão do exemplo, ou melhor, da falta dele. Não é difícil observar que a exaltação consistente e sistemática das realizações dos indivíduos não faz parte do nosso jeito de ser. Diferentemente de outros povos, que têm como hábito perpetuar a lembrança dos feitos e conquistas de seus compatriotas em todas as áreas da atividade humana, nós não tratamos do nosso passado, e muitas vezes do próprio presente, com o mesmo cuidado. Prestamos algumas homenagens sim, é verdade; o nome de um estádio de futebol, um teatro, uma praça ou viaduto, mas, geralmente, sem a reverência e o alcance social que uma homenagem desse tipo deveria ter. Pois é, essa incapacidade, ou melhor seria dizer, esse descaso com aquilo que os outros realizaram, quando aplicado ao campo do empreendedorismo, certamente produz, pelo menos, um

efeito bastante nocivo: a inexistência do exemplo forte, do modelo marcante, da referência inequívoca que deveria estimular e incentivar os mais jovens a empreenderem.

### **Postura empreendedora**

Se questionarmos as novas gerações, os brasileiros que serão responsáveis pelo país dentro de mais algumas décadas, é bem possível que eles relacionem o sucesso de alguns personagens atuais, como Silvio Santos e o Ermírio de Moraes, por exemplo, com a chamada postura empreendedora, ou seja, com um jeito empreendedor de viver. Nada mais natural, mas, na minha opinião, não são esses os exemplos com mais chance de frutificar. Não que esses casos não tenham valor, muito pelo contrário; são histórias repletas de mensagens positivas sobre o empreendedorismo, mas certamente são exemplos um tanto desgastados pela exposição indevida, contaminados pelo envolvimento dos personagens em outras arenas da atividade econômica e social e, muitas vezes, distorcidos por uma boa dose de “folclore”, que foi sendo adicionado aos fatos reais com o objetivo de criar uma aura de heroísmo em torno dos protagonistas.

Não é de heróis que a revolução cultural do empreendedorismo precisa. Resultados muito melhores seriam alcançados, em termos de impacto cultural sobre os jovens, se pudéssemos divulgar e reverenciar as conquistas e realizações de uma série de empreendedores que, ao longo dos últimos 15 ou 20 anos, construíram negócios inovadores, baseados em tecnologias únicas, com enorme potencial de sustentabilidade e crescimento, que têm gerado e ainda vão gerar empregos de forma consistente e que, em muitos casos, atuam de maneira altamente competitiva no mercado global. Esses empreendedores, geralmente pouco conhecidos do grande público, com suas histórias de luta e conquista, certamente provocam um efeito bem mais positivo sobre as mentes dos nossos jovens, hoje tão confusos e pressionados pelo desafio das novas relações profissionais e pelo dilema emprego versus trabalho.

Mas não há motivos para encerrar essa conversa com um tom negativo e melancólico. Ao invés disso, há que se comemorar os avanços recentes. Voltando à minha experiência como educador na área do empreendedorismo, posso atestar que, apesar da falta de valorização dos exemplos nacionais e de todas as outras barreiras existentes, a cada novo semestre na faculdade surge um número maior de estudantes com desejo de empreender e construir algo maior e mais duradouro do que eles próprios. Além disso, nas parcerias que temos realizado para viabilizar ações acadêmicas diferenciadas, no âmbito dos programas do Ibmecc-SP, temos tido a oportunidade de conhecer, por exemplo, algumas Incubadoras. Quem visita esses “berçários de empresas”, como o CIETEC, da USP, ou a INCAMP, da Unicamp, sai de lá com uma maravilhosa sensação de que algo realmente importante e decisivo para o futuro do Brasil está sendo feito por um exército silencioso de lutadores abnegados; empreendedores, pesquisadores, educadores, entidades de suporte, investidores, enfim, um grupo de brasileiros que são quase sempre desconhecidos, mas estrelas de enorme brilho no firmamento desse fascinante universo do empreendedorismo.

**Álvaro Armond é consultor, professor e membro do Centro de Empreendedorismo do Ibmecc-SP**