

EMPREENDEDORISMO E RALÉ BRASILEIRA: PEQUENOS E MÉDIOS NEGÓCIOS

Autoria: Alba Martinez Oliveira, Alexandra Nascimento da Silva, Ana Carolina de Mendonça, Anderson Rocha de J. Fernandes e Tamara Durães Batista¹

Resumo

O presente artigo tem como objetivo contextualizar o empreendedorismo de uma classe social específica, a ralé brasileira. Esse termo é aqui utilizado na perspectiva de Jessé de Souza (2009), sociólogo brasileiro, para se referir à uma classe social de esquecidos e excluídos. Articulado a isso, utiliza-se o conceito de Carrieri (2012), gestão ordinária, a fim de atribuir à classe supracitada um contexto de trabalho. Ainda é de interesse uma abordagem nos moldes de Michel de Certeau (1998), analisando as estratégias e táticas desenvolvidas por tais empreendedores no cotidiano de seus negócios. O trabalho consiste em pesquisa qualitativa de caráter descritivo, a fim de apresentar e desenvolver o tema a partir do relato de entrevistados.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Ralé, Estratégias e Táticas.

Abstract

This article aims to contextualize the entrepreneurship of a specific social class, the Brazilian *Ralé*. This term is used by Jessé Souza's (2009) perspective to classify a forgotten and excluded working class. Articulatedly, it is used the concept of Carrieri (2012), ordinary management, to assign to the class mentioned above a work context. It is our interest an approach along the lines of Michel de Certeau (1998), analyzing strategies and tactics developed by these entrepreneurs in everyday business. This paper consists of a qualitative descriptive research in order to introduce and develop the subject from respondents reported. The article aims to enable an understanding of specificities of this kind of entrepreneurship still not present in academic discussions.

Keywords: Entrepreneurship, *Ralé*, Strategies and Tactics.

Introdução

O empreendedorismo é "a força motriz do crescimento econômico" (SHUMPETER *apud* BARROS e PEREIRA, 2008, p. 3) propiciando a criação de novos negócios. Empreendedorismo é, para muitas pessoas, uma questão de sobrevivência. Num contexto de dificuldade para a obtenção de qualificação, que muitas vezes

culmina no desemprego ou no subemprego, o empreendedorismo emerge como uma questão de sobrevivência.

¹Alunxs de graduação do curso de Administração da faculdade de ciências econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais. Trabalho realizado sob a orientação do prof. Denis Alves Perdigão.

À ralé brasileira, termo utilizado aqui não de forma pejorativa, mas de acordo com a perspectiva de Souza (2009) para designar uma determinada classe social representada por pessoas sem acesso aos benefícios usufruídos por uma parcela populacional de maior *status* econômico, resta um espaço de exclusão. Na tentativa de sobreviver, e de buscar uma ascensão econômica, o autoemprego (PAMPLONA, 2001) surge como uma saída.

A lógica desses empreendimentos é diversa dos demais (CARRIERI, 2012): por trás da abertura do negócio e do seu gerenciamento está todo um contexto de exclusão social e de luta por melhores condições de vida. Não se trata aqui meramente de “ganhar” dinheiro, embora essa seja também uma das preocupações. Contudo, questões como ascensão social, obtenção de legitimidade e busca por melhorias nas condições de vida, também são cruciais.

Excluídos do acesso a uma educação formal, os caminhos escolhidos pelo gestor ordinário (CARRIERI, 2012), isto é, o empreendedor da ralé, para gerir seus negócios não são resultados de um conhecimento acadêmico, ou de manuais dos grandes executivos. Eles desenvolvem uma forma particular de gestão dos seus negócios, baseadas em suas vivências e no contexto em que vivem.

Isto posto, o presente artigo tem o objetivo de compreender a dinâmica de abrir o próprio negócio, das formas de gerenciá-lo e das motivações para iniciá-lo e mantê-lo. A partir de entrevistas realizadas com quatro indivíduos, percebemos, mesmo havendo distinções em suas trajetórias, que têm em comum o fato de pertencerem à ralé brasileira-e de adotarem o

empreendedorismo como via para a sobrevivência, seja ela econômica ou ligada a questões pessoais.

1. Empreendedorismo

Dentro dos estudos organizacionais, das pautas de desenvolvimento e do crescimento econômico, tem se em comum o assunto empreendedorismo, tema amplamente estudado (LEAL, 2009). Tal assunto, visto como novo dentro do meio acadêmico (MARTENS E FREITAS, 2008), foi inicialmente pontuado por Schumpeter (1928) inserido exatamente dentro do contexto de desenvolvimento econômico e inovação. Porém, de forma geral, não é assunto esgotado (BOAVA & MACEDO, 2009; COLBARI, 2007).

Há teóricos que apresentam o empreendedorismo sob a ótica econômica, ligada ao desenvolvimento econômico, embasados principalmente em Schumpeter. Outra corrente é a dos teóricos behavioristas, ligadas à tentativa de buscar os traços de personalidade dos empreendedores e compreender o seu comportamento. (BORGES & CASADO, 2009; KETS DE VRIES, 1977).

A visão de empreendedorismo está sendo modificada e moldada, evidenciando conexões entre inovação e empreendedorismo, empreendedorismo social, etc. A intenção de aproximar os assuntos Gestão Ordinária e o empreendedorismo tem como objetivo buscar compreender a gestão deste homem comum, chamado ordinário.

2. Contextualizando a Ralé Brasileira

Para Souza (2012) existem quatro classes sociais: alta, média, batalhadores e ralé. Esta última denominada de forma provocativa por Souza (2009, p. 122), é definida como a classe

que compõe cerca de 1/3 da população brasileira, está abaixo dos princípios de dignidade e expressivismo, condenada a ser, portanto, apenas “corpo” mal pago e explorado por todas as outras classes que compõem nossa sociedade. Essa é a razão da dificuldade de seus membros construir qualquer fonte efetiva de autoconfiança e de estima social, que é, por sua vez, o fundamento de qualquer ação política autônoma.

Desse modo, a Ralé deve ser compreendida como a classe que “segura” a base econômica e política, ao passo que é excluída nessas instituições. Devido a essa exclusão, restam aos “sujeitos” de tal classe as condições e situações indignas de trabalho e sobrevivência (CAMELO, 2009).

Empreender é a solução (LEAL, 2009), visto que, segundo Carrieri (2012, p. 23): “o gestor ordinário trabalha no espaço que restou”. Em termos gerais, o autor denomina ‘gestor ordinário’ o trabalhador que busca oportunidades no que não está (fisicamente) ocupado (ou está precariamente ocupado). É o que sobra para este indivíduo.

Circunstâncias socioeconômicas e históricas justificam o que consideramos aqui, na perspectiva de Souza (2009), como a Ralé Brasileira. O autor constrói uma teoria onde o senso comum é a principal justificativa para a desigualdade. O senso comum atenta-se “para o resultado, apresentado como ‘milagres do mérito individual’” (SOUZA, 2009, p. 47) e deixa de considerar características advindas de condições sociais primárias, da família (SOUZA, 2009). O interesse aqui é demonstrar a justificativa socialmente aceita do sucesso e do privilégio contra o fracasso e a precariedade.

E é aqui que atingimos o ponto crucial para nossa discussão: a posição social do indivíduo e sua característica empreendedora perante as condições que o mundo o oferece. Quando falamos em posição social, nos referimos às influências exercidas sobre e pelo indivíduo no contexto em que habita. Assim, Siqueira e Guimarães (2002, p. 4) ao citar Cockran (1965), defendem que os valores culturais, as expectativas em relação ao comportamento, o papel a desempenhar na estrutura econômica e as sanções sociais decorrentes são os elementos-chave para explicar a emergência em maior ou menor número de empreendedores em determinada sociedade.

Podemos, portanto, classificar a ação empreendedora como uma representação social realizada por integrantes de um mesmo grupo. No caso brasileiro e especificamente do que classificamos aqui como a Ralé Brasileira, tal representação constitui-se de um histórico recheado de desigualdades (racial e social) (FREYRE apud SIQUEIRA e GUIMARÃES, 2006), contrastes (BASTIDE apud SIQUEIRA e GUIMARÃES, 2006), além de um ‘mito da brasilidade’ que enaltece os privilégios, escondendo as desigualdades, resultando numa sociedade acrítica e cega (SOUZA, 2009).

Quanto às questões de subsistência, tal classe (a ralé) se vê diante de condições precárias e vulneráveis de trabalho (CASTEL apud PAMPLONA, 2001), obrigando-a, de algum modo, a possuir “seus próprios meios de produção e não venderem sua força de trabalho no mercado” (PAMPLONA 2001, p. 74). Num contexto amplo, podemos classificar isso como táticas, ou seja, “inversões discretas” (CERTEAU 1998, p. 94) das leis criadas por determinada minoria para reger

um grupo. Tal como definido por Certeau (1998, p. 94) no seguinte trecho,

sem sair do lugar onde tem que viver e que lhe impõe uma lei, ele [o fraco] aí instaura pluralidade e criatividade. Por uma arte de intermediação ele tira daí esforços imprevistos.

Assim, o empreendedor da ralé brasileira se configura como um ator social que, diante de suas condições sociais, sobrevive com o próprio suor e através da prática cotidiana desenvolve estratégias de sobrevivência (táticas na conjuntura macro) (CARRIERI et al, 2012). Ele e sua família têm sua renda significativamente dependente de seu negócio (PAMPLONA, 2001; CARRIERI et al, 2012). Desse modo, o negócio, como meio de subsistência, leva o empreendedor a lançar mão de estratégias e táticas que possam garantir a sobrevivência do negócio e da família, esta última altamente envolvida com aquele (CARRIERI, 2012).

3. Certeau, Estratégias e Táticas

Para explicitar seu conceito, Certeau (1998) usa o exemplo de uma criança que, ao desenhar, tem total liberdade de usar sua imaginação e mesmo que alguém a reprima pela sua criação ela é a autora; ao passo de que quando uma pessoa está em frente a uma televisão apenas assistindo o que é transmitido, não podendo expor suas emoções e conceitos, perde o direito de autoria.

Dessa forma, se faz uma relação entre estratégia e tática. A estratégia tem relação com a criança que tem o poder de definir e estipular certas coisas, suas próprias convicções e regras. Quanto à tática, pensa-se no telespectador que, embora não tenha como mudar a programação

que está assistindo, pode formular artimanhas para modificar essa situação de alienação pode mudar de canal, por exemplo. No trecho abaixo podemos notar a diferença entre esses dois conceitos expostos por Certeau:

Chamo de estratégia o cálculo (ou a manipulação) das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer e poder (uma empresa, um exército, uma cidade, uma instituição científica) pode ser isolado. [É a] base de onde se podem gerir as relações com uma exterioridade de alvos ou ameaças (os clientes ou os concorrentes, os inimigos, o campo em torno da cidade, os objetivos e objetos da pesquisa etc)... chamo de tática a ação calculada que é determinada pela ausência de um próprio. (...). A tática não tem por lugar senão o do outro.

De outra forma, pode-se dizer que a estratégia é dada pelos que estão em uma situação de poder, ao passo que as táticas constituem-se em formas de resistência e de "burla" das normas estabelecidas. É nesse sentido que Certeau diz que elas são a arte dos fracos (CERTEAU, 1998; DURAN, 2007; SILVA; CARRIERI, JUNQUILHO, 2011). "O que distingue táticas de estratégias são os tipos de operações nestes espaços que as estratégias são capazes de produzir, mapear e impor, ao passo que as táticas só podem utilizá-los, manipular e alterar" (CERTEAU, 1998).

A tática dos fracos é uma resposta, uma reação, à estratégia imposta pelos fortes. Entretanto, faz-se necessário destacar que por "fortes" não se deve entender apenas o poder governamental, as grandes corporações e etc., a estratégia é imposta através dos meios mais sutis de comunicação, pelas propagandas, pelas

novelas, pelos filmes e pela convivência diária no próprio cotidiano das pessoas.

4. Metodologia

Este artigo se constitui de pesquisa de caráter descritivo, pois tem como objetivos o entendimento acerca do empreendedorismo da ralé brasileira (SOUZA, 2009) e a construção de suas especificidades como tema de estudos em teoria das organizações. O assunto apresenta suma importância visto que pequenos negócios são responsáveis por significativa parcela dos movimentos econômicos do país (SIQUEIRA e GUIMARÃES, 2002).

Para este estudo utilizou-se a abordagem da pesquisa qualitativa, que é mais adequada para lidar com interpretações das realidades sociais, como é o caso deste estudo, em que os indivíduos praticam as estratégias de gestão de seus negócios de acordo com o seu cotidiano (BAUER; GASKELL, 2008; GODOI; BALSINI, 2010).

No trabalho de campo, foram feitas quatro entrevistas semiestruturadas, possibilitando que o entrevistado pudesse enveredar por outros caminhos, desenvolvendo uma ideia de um tema (GODOY, 2010). Foram exploradas as questões referentes a trajetórias de indivíduos pertencentes a ralé brasileira em relação ao empreendedorismo, como tiveram a ideia de criar seus negócios e como os gerenciam. Os dados foram coletados entre outubro e dezembro de 2012, com uma doceira, uma dona de uma lanchonete, uma bordadeira e uma feirante.

Posteriormente, as entrevistas foram integralmente transcritas e, a partir das categorias de análise que remetia ao cotidiano e estratégias desses empreendedores, procedeu-se a análise do

discurso do material. A análise do discurso (BARDIN, 1977) é um método pelo qual são extraídos sentidos do texto, levando em consideração o contexto de sua produção. A partir do que é dito, e de como é dito, é possível inferir significados que não foram enunciados de forma explícita, o que era importante para os objetivos dessa pesquisa.

5. Análise e Discussão

O discurso das entrevistadas perpassa por vários elementos e aspectos de suas vidas que consideramos relevantes para o trabalho em questão. Em busca de melhores oportunidades e condições de trabalho, parte da população rural migra para o meio urbano (VASCONCELOS, FERREIRA e FELIX, 2007). No que concerne à origem rural, as entrevistadas desta pesquisa apresentam certos aspectos em comum, oriundas do interior de Minas, onde já tinham contato com o trabalho doméstico ou rural. Podemos identificar tal fato em duas das entrevistadas, cujas falas ressaltam claramente a visão que têm e como representam as suas origens:

Sô (sic) lá de Serro, morava mesmo em Serra Azul, nasci em Serra Azul, depois casei com um rapaz do Serro, e fui morar em uma fazenda da minha sogra e lá nesta fazenda eu comecei a juntar frutas pra fazer doces, (...), no Serro, então eu casei, (...), aí fui morar na fazenda da minha sogra, e lá era uma fazenda que tinha muita fartura, sabe. (...) a gente criou os meninos todos, a gente comia bebia do melhor aí eu tive que vim pra cá, na cidade de Belo Horizonte, vim direto pra Ribeirão das Neves, (...), será gente que o povo daqui de Belo Horizonte vai gostar desses doces meus, doces da roça, (...) (E1)

Quando eu cheguei aqui (Belo Horizonte) eu tinha 14 anos e trabalhei em casa de família durante 5 anos, depois eu saí de casa de família e comecei a trabalhar em lanchonete. (...) Lá (na cidade natal) vive (sic) de aposentadoria, ninguém trabalha não. (E4)

No primeiro trecho, visualizamos a significação que a cidade do Serro (e em menor escala, de Serra Azul) têm para a E1, doceira. Percebemos no seu diálogo tamanha consideração com as cidades de origem, posto que há constante repetição de seus nomes, configurando senão admiração, pelo menos respeito ao lugar. Diante disso, podemos auferir que a doceira carrega sua experiência como um aprendizado, não desconsiderando o passado, mas utilizando-o como insumo para o que hoje ela é. Tal afirmação pode ser corroborada no momento em que cita a “fartura” da fazenda de sua sogra, confirmando aí a sua percepção para o negócio, demonstrando que ela conseguia enxergar nessa “fartura” todo um aparato que lhe possibilitou criar o que hoje é o seu negócio. Dito isso, sua fala mostra que ao se deslocar para a região metropolitana de Belo Horizonte, trouxe consigo suas raízes e habilidades, ou seja, o seu conhecimento na fabricação de doces. Contudo, o meio urbano provocou-lhe o receio de não conseguir se colocar num mercado, entendido por ela, “luxuoso” e “exigente”, que não teria abertura para os seus doces “da roça”.

O segundo excerto, por sua vez, retrata a fala da entrevistada E4, dona de lanchonete, que se mudou para Belo Horizonte sem uma profissão ou habilidade formada, esperando que o meio urbano lhe proporcionasse melhores condições de vida. Nota-se claramente, em sua fala, que houve um “desejo de fugir” da realidade da roça, não

querendo ter, segundo sua concepção, uma vida medíocre. Essa informação é sustentada pela entrevistada, que responde ironicamente (por meio de risos) quando questionada sobre o que estaria fazendo se continuasse a viver na roça: realizando atividades diárias no campo (“Com certeza “taria” na roça lá, toda neguinha (risos), no sol quente” - E4) e “vivendo de aposentadoria”, o que demonstra a sua concepção de uma vida limitada em relação ao consumo, lazer e ensino. Portanto, percebemos que a entrevistada E4 tem uma visão amesquinhada das condições de vida no interior, o que configura a sua mudança para Belo Horizonte não só como uma busca de oportunidades, mas como uma fuga do que considera ruim.

As condições sociais da classe aqui retratada e denominada por Souza (2009) como ralé são precárias, o que exige que seus membros iniciem-se precocemente num mercado de trabalho em atividades tratadas pejorativamente por uma “elite social” (SOUZA, 2009) e, ainda no caso das mulheres, que elas construam suas experiências com a vivência profissional (e familiar), exercendo trabalhos ligados ao ambiente doméstico: cozinhar, costurar e bordar (TEODÓSIO, SERAFIM E VALE, 2011). Nos casos em análise, este fato é colocado explicitamente por duas das entrevistadas (E1 e E4) e pode ser subentendido nos diálogos das demais (E2 e E3). Entre as entrevistadas, notamos um contato precoce com o trabalho, relatado a seguir:

Pra mim (sic) ganhar um dinheirinho (...), eu fui comecei pôr galinha pra chocar, pra colher os ovos pra mim, (...) comprei uma leitoinha na mão do meu marido mesmo pus ela pra criar aí ela criou os porquinhos, eu criei esse porquinhos (...),

ai juntava aquele tanto de coisa do interior, e as mulheres do interior assim, elas não têm aquele emprego fixo, aí o que que faz? Elas trabalham assim pegando aquelas coisas da fazenda doces, cará chinês, a mandioca, a laranja, e levando pra cidade pra vender, (...) aí eu comecei assim, quando as mangas começavam a amadurecer eu não sabia fazer doce direito então a minha sogra sabia fazer alguns, aí ela começou a me ensinar a fazer os doces. (E1)

Quando eu cheguei aqui eu tinha 14 anos e trabalhei em casa de família durante cinco anos, depois (...) comecei a trabalhar em lanchonete. Trabalhei nessa lanchonete durante 4 anos, só que eu tipo administrava, entendeu? (...) Nossa, eu (já) trabalho desde os meu 11 anos (...) Nossa! (Há) 6 anos (que sou dona da lanchonete). (E4)

(Os empreendimentos anteriores) não era (sic) outras coisas completamente diferente, já tive lanchonete, barzinho, casa de ração, já mexi com outras coisas totalmente diferentes, nunca me imaginei no ramo do vestuário. É uma coisa assim que eu descobri com o tempo fui descobrindo. (E3)

(Antes de empreender) era dona de casa, lavar, passa, cozinha, cuida de marido, cuida de filho era so isso (...) ah tem uns 10 anos, já tem um tempão aí eu tomei gosto pela coisa. (E2)

A condição sócio-econômica supracitada é respaldada nos excertos acima, onde verificamos na conversação da doceira (E1) um caráter proativo na busca de algo para fazer, para 'ganhar um dinheirinho'. Fica evidente a consciência da entrevistada de que se tratava de valores irrisórios, mas que eram suficientes para suprir

suas necessidades como "mulher". Este último termo pode ser extrapolado aqui para 'mãe', 'dona de casa' e 'empreendedora' independente do marido. Parece se fazer presente, ainda na fala de E1, a necessidade de fazer algo para o seu sustento, o que se deu a partir do aprendizado com a sogra. Aqui, no contexto de estratégias e táticas (CERTEAU, 1998), há claramente a formulação de táticas a fim de se escapar às condições estratégicas socialmente impostas.

No segundo trecho, a entrevistada E4 também demonstra ter tido contato precoce com o trabalho, desde a adolescência "em casa de família". Ao dizer que trabalha desde os onze anos, ela utiliza a palavra 'Nossa', demonstrando com isso, não somente tempo decorrido, mas também uma visão do trabalho como algo inerente à sua sobrevivência, isto é, ela se coloca diante de uma situação irreversível, onde o trabalho era sua única opção. Em seguida, iniciou seu trabalho em lanchonete, onde a responsabilidade que tinha a fez classificar-se como administradora do negócio, "eu tipo administrava". A palavra "tipo" na expressão acima denota informalidade, isto é, ela sabia não ter a propriedade do negócio, mas sabia (por antecipação) ser a 'dona' do mesmo.

Em E3, percebemos o acúmulo de experiências e o perfil empreendedor, através de características como a persistência e de não ter tido medo de mudar. A vontade de aprender e a assunção ao risco também estão presentes no discurso de E4 e tratado por ela como 'descobrir'.

A entrevistada E2, bordadeira, teve sua vida adulta voltada exclusivamente para o cuidado da família, posto que enumera tarefas domésticas, além de expor a sua atuação como mulher e mãe numa posição subordinada ao marido e aos filhos. Ela utiliza a expressão "era só isso" nesse

contexto, o que remete a insatisfação à situação em que se encontrava, contraposta posteriormente por uma “segunda fase” de sua vida, representada pelo início do negócio, pelo qual ‘tomou gosto’. Os seus dez anos de empreendimento são tratados por ela como experiência, ao contrário do que considera E4, que vê seu trabalho apenas como destino natural da sua vida.

Das entrevistadas, três utilizam o ambiente residencial como um espaço de trabalho diário. Tal relação estreita entre o empreendimento e a casa familiar possibilita maior participação dos entes (cônjuges e filhos) no negócio. Nos trechos abaixo este relacionamento casa-família-negócio é ilustrado pelas empreendedoras:

(...) comprei essa casa aí eu fiz essa loja aqui pra fazer doce, (...) aí eu fui abrindo, aí aqui era tudo onde morava um inquilino aqui, mas pagava muito pouco o inquilino sabe, aí eu passei a fazer doce em tudo aqui e estou até hoje aqui fazendo os docinhos. (...) Hoje a empresa já tem conta bancária, cartão de crédito (...), sustentei 4 filhos quando vim para Belo Horizonte, estudei todo mundo e dois filhos formados na faculdade. Simone formou em pedagogia pra professora, um filho formou e os outros não quis, trabalham comigo dois filhos.. (E1)

Ela tem o sonho dela que é na área de medicina, então eu respeito eu acho que ela me ajuda pra caramba. (...) ela tem o livre arbítrio pra seguir o que ela quiser, seja trabalhando por conta própria, seja no comércio, o negócio dela é na área de medicina e eu espero que ela consiga concluir isso. Eu quero que ela seja feliz. (E3)

Em ambos os relatos está presente à relação entre casa (lar) com o empreendimento, que vai além do criar a família através negócio, atingindo um ponto claro em que os entes influenciam o processo do negócio. No caso da doceira (E1) percebe-se a relação casa-empreendimento através da articulação constante que ela faz em seu discurso, onde, tentando passar a ideia de tempo decorrido, intercala a compra da casa, o crescimento do negócio e a educação dos filhos. Esta última informação está presente no diálogo, posto que a entrevistada tem real interesse de mostrar que seus filhos são “devidamente” educados (escolarizados), graças à comercialização de doces.

No caso de E3, percebemos o interesse da mãe, a empreendedora, de que a filha siga o seu caminho a partir das próprias escolhas. Entretanto, diferentemente do primeiro relato, não há o mesmo sentimento de realização através da filha e isso se dá, vale dizer, por esta ainda ser adolescente e por isso a mãe fala em ‘sonho’.

O trabalho não é algo realizado apenas para a obtenção de recursos financeiros. Por meio do trabalho o indivíduo faz parte de uma classe legitimada socialmente - a dos trabalhadores. Sendo assim, o empreendedorismo tem uma faceta de complementação da renda, mas serve também a propósitos que extrapolam a faceta financeira. Nota-se grande peso do aspecto financeiro como motivador do empreendedorismo, ou seja, sua capacidade de complementar a renda levou as entrevistadas a procurarem alternativas às suas oportunidades. Quando perguntada pelo motivo que a levou a empreender a entrevistada E3 diz que “Foi uma junção de todas essas coisas... necessidade, o emprego, e essa coisa de...de... eu não guento (sic) ficar parada, eu não guento (sic) ficar presa...(E3)”. A entrevistada E4

tratou o assunto do ponto de vista do que espera para seu filho, então com 3 anos de idade:

Depois ele faz o que ele gosta. Eu não sou muito desse negócio de “faz o que ele gosta” não, eu sou mais o lucro. Não sou ambiciosa não mas eu penso mais no dinheiro (E4)

No trecho a entrevistada E4 explica o que deseja para o futuro profissional do filho. Primeiro ela diz que ele deve fazer o que gosta. Depois acaba se contradizendo e revelando suas preocupações financeiras, mostrando que para ela o mais importante não é fazer o que gosta, já que nem sempre é possível, mas garantir um futuro seguro financeiramente. Como se preocupar com o “dinheiro” geralmente é visto como um comportamento “frio” e “capitalista”, com sentido pejorativo ela se justifica dizendo “Não sou ambiciosa não”. E4 relaciona esta “ambição” com frieza e calculismo, por isso se justifica.

Já a entrevistada E1 deixa bastante claro, ao longo da sua narrativa, que em alguns momentos sua situação financeira foi crítica e a obrigou a continuar empreendendo e buscando alternativas que gerasse renda. No trecho abaixo ela conta como teve que se explicar quando buscava conseguir um ponto de venda para seus doces em Belo Horizonte.

(falei para ele que) eu precisava vender os doces e que vivia disso, que eu tava com 4 filhos que tinha em casa, (...) não tinha renda pra cuidar dos meus filhos, que meu marido era pobre, não tinha dinheiro pra mandar pra mim. (E1)

Outra característica muito marcante observada nas entrevistas foi à forma como se deu a prática estratégica das empreendedoras. Todas elas demonstraram que foram adquirindo

aprendizados através das experiências, e que suas ações foram pautadas pelo desenrolar dos acontecimentos ao longo dos anos e do dia-a-dia. A gestão de seus negócios é denominada por Carrieri (2012) como gestão ordinária, aquela aprendida no cotidiano, pelos erros e acertos, gestão esta que não é contemplada pela universidade enquanto gestão ou estratégia propriamente dita, e sim como a ausência destas.

Já tive outros pequenos negócios, (...), a gente vai aprendendo, costurando daqui, dali, vai... aí hoje eu posso dizer que o meu negócio mesmo hoje que deu certo mesmo... (E3)

Fui aprendendo na marra... (E3)

Nestes trechos a entrevistada E3 usa a expressão “a gente vai aprendendo”, o que denota uma idéia de construção gradual do conhecimento através da experiência; também utiliza a expressão “na marra”, o que trás uma idéia de resistência mesmo após erros e dificuldades, dá a entender que o que ela sabe fazer hoje, enquanto gestão e prática estratégica, aprendeu fazendo.

Foi mais de correr atrás mesmo. Por que assim, eu não tenho estudo, não tenho faculdade nenhuma, o que eu aprendi foi no dia-a-dia mesmo, entendeu? (E4)

Acima a entrevistada E4 usa a expressão “correr atrás” que provoca a mesma idéia da expressão “na marra” da entrevistada E3. O que ela precisou não estava pronto, como ela mesma diz, não teve “estudo”, e por isso não aprendeu de antemão como se faz uma gestão. O uso da expressão “dia-a-dia” nos remete à idéia de gestão construída através do cotidiano, conceito de Certeau (1998).

Depois eu parei de mexer com horta, fiquei só no doce, eu falei “Ah, doce tá (sic) me dando mais lucro”. (E1)

Eu não tinha freguesia e eu fazia aquele tanto de docinho todo dia (...) eu pensei assim “Deus vai me dar uma idéia de como eu vou vender os doces”. (E1)

Por fim, temos nestes dois trechos da entrevista com E1 o uso das expressões “eu falei” e “eu pensei”, o que demonstra claramente que, no momento em que ela falou ou pensou estava fazendo uma reflexão, ou seja, foi naquele momento que ela se deu conta de que deveria optar por vender só doces, ou que deveria resolver o problema de como vender o excesso da produção diária. Portanto, nestes trechos também podemos observar que a gestão e a prática estratégica adotada foi modificada, ajustada e adaptada de acordo com os acontecimentos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos conceitos discutidos no referencial e de sua articulação com o observado

em campo, pode-se considerar que o empreendedorismo surge de um contexto muito peculiar, vivenciado pela ralé brasileira, a gestão de seus negócios não segue os caminhos “formais” da administração, conforme preconizado pela academia. Excluídos, muitas vezes, do acesso à formação acadêmica, esses batalhadores se utilizam de outros caminhos para a gestão de seus negócios, constituindo, assim, a gestão ordinária. A falta desse suporte acadêmico não implica, de forma alguma, fracasso em seus negócios. Eles se valem de um modelo diferente da gestão, muitas vezes negligenciado pela academia e que, conforme demonstrado neste trabalho, não é menos importante do que os demais.

A estratégia, nesse caso, não segue as perspectivas tradicionais e prescritivas, ela se aproxima mais do conceito de táticas de Certeau e da concepção da estratégia como prática social, para a qual a ação dos atores e as respostas destes aos ambientes é importante para a construção da estratégia, que é algo mais vivenciado e criado a partir do cotidiano, do que planejado.

Referências Bibliográficas

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, A. A. de; PEREIRA, C. M. de A. Empreendedorismo e Crescimento Econômico: uma análise empírica. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 12, nº 4, p. 975-993, 2008.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

BOAVA, D.; MACEDO, F. (2009, setembro). Sentido axiológico do empreendedorismo. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 33.

BORGES, J.; CASADO, T. (2009, setembro). Empreendedores no divã: entre o Heroic Economic Superman e o Sentient Self. Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 33.

CAMELO, M. O Trabalho que (in)dignifica o homem. In: SOUZA, J. **A Ralé Brasileira quem é e como vive**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

CARRIERI, A. P. **A gestão ordinária**. 2012. Tese (Tese elaborada para concurso de Prof. Titular) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

CARRIERI, A. P. et al. Estratégias e Táticas Empreendidas nas Organizações Familiares do Mercado de Madureira. **RAM**, São Paulo, v. 13, nº 2, p. 196-226, mar/abr. 2012.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1998. Colbari, A. L. (2007). A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira. Revista Eletrônica de Ciências Sociais, 1(1), p. 75-111.

DURAN, Marília Claret Geraes. Maneiras de pensar o cotidiano com Michel de Certeau. **Diálogo Educativo**. Curitiba, v. 7, n. 22, p. 115-128, set/dez 2007.

FILION, Louis Jacques Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração**, São Paulo v.34, n. 2, p. 05-28, abril/junho 1999, p. 5.

GODOY, A. S. **Estudo de Caso Qualitativo**. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; SILVA, A. B. da. (Org.). **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

GODOI, C. K.; BALSINI, C. P. A Pesquisa Qualitativa nos Estudos Organizacionais Brasileiros: uma análise bibliométrica. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELO, R.; SILVA, A. B. da. (Org.). **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2010.

LEAL, A. F. **Aprender a Empreender: um pilar na educação de jovens e adultos (A experiência do Sebrae)**. Dissertação (Mestrado em educação) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2009, p. 25.

MARTENS, Cristina Daí Prá e FREITAS, Henrique. Influência do Ensino de Empreendedorismo nas intenções de Direcionamento Profissional dos Estudantes. **ESTUDO & DEBATE**, Lajeado, v. 15, n. 2, p. 71-95, 2008, p. 72.

MENEZES-FILHO, N. A. **A Evolução da Educação no Brasil e seu Impacto no Mercado de Trabalho**. Instituto Futuro Brasil. São Paulo, 2001, p. 9.

PAMPLONA, J. B. **Erguendo-se pelos Próprios Cabelos: autoemprego e reestruturação produtiva no Brasil**. São Paulo: Germinar, 2001.

SILVA, A. R. L. da; CARRIERI, A. de P.; JUNQUILHO, G. S. **A estratégia como prática social nas organizações: articulações entre representações sociais, estratégias e táticas cotidianas.** Revista de Administração. São Paulo, v. 46, n. 2, p. 122-134, abr./maio/jun. 2011.

SIQUEIRA, M. M.; GUIMARÃES, L. O. **Estratégias Empreendedoras de Negócios Tupiniquins.** In: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, XXVI, 2002, Salvador. Anais. Salvador: ANPAD, 2002, p. 1-12.

SIQUEIRA, M. M.; GUIMARÃES, L. O. **Singularidades do Empreendedorismo Brasileiro: subsídios para políticas públicas de apoio aos novos negócios.** Gestão & Tecnologia. Pedro Leopoldo, v. 6, n. 2, p. 1-10, jul/dez 2006.

SOUZA, Jessé. **A Ralé Brasileira: quem é e como vive.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2009.

SOUZA, Jessé. **Os batalhadores brasileiros; nova classe média ou nova classe trabalhadora?** 2a ed. BH: UFMG, 2012.

TEODÓSIO, A. S. S.; SERAFIM, A. C. F.; VALE, G. M. V. **Gênero, imersão e empreendedorismo: sexo frágil, laços fortes?** *Revista de Administração Contemporânea - RAC.* v. 15. p. 631. 2011.

VASCONCELOS, L. C. da S.; FERREIRA, F. H.; FELIX, G. D. N. **Aspectos gerais sobre região e o processo de urbanização Brasileira.** *Espacio y Desarrollo.* v. 19. p. 161. <http://www.scielo.br/pdf/rac/v15n2/v15n2a02.pdf>