

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO
SUL PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E
PESQUISA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ADMINISTRAÇÃO DOUTORADO**

Waleska James Sousa Félix

**O Sertão é dentro da gente: em busca do Sertanejo
Empreendedor da região do Cariri Cearense à luz da Teoria
Fundamentada**

**São Caetano do Sul
2024**

WALESKA JAMES SOUSA FÉLIX

“O Sertão é dentro da gente”: em busca do Sertanejo
Empreendedor da região do Cariri Cearense à luz da
Teoria Fundamentada

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul como requisito para a obtenção do título de Doutora em Administração.

Área de Concentração: Gestão e Regionalidade

Orientador: Prof. Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira

São Caetano do Sul
2024

FICHA CATALOGRÁFICA

FÉLIX, Waleska James Sousa.

O Sertão é dentro da gente: em busca do Sertanejo Empreendedor da região do Cariri Cearense à luz da Teoria Fundamentada / Waleska James Sousa Félix. – São Caetano do Sul: USCS, 2023.

229 p. : il.

Orientador: Prof. Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira.

Tese (doutorado) – USCS, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2023.

1. Empreendedorismo. 2. Grounded Theory. 3. Regionalismo. I. Silveira, Marco Antonio Pinheiro da. II. Título. IV. USCS - Programa de Pós-Graduação em Administração.

Reitor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Prof. Dr. Leandro Campi Prearo

Pró-reitora de Pós-graduação e Pesquisa

Prof.^a Dra. Maria do Carmo Romeiro

Gestor do Programa de Pós-graduação em Administração

Prof. Dr. Eduardo de Camargo Oliva

Tese defendida em 29 de janeiro de 2024 pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Prof. Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira (orientador – Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. João Batista Pamplona (Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Edson Keyso de Miranda Kubo (Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Anielson Barbosa da Silva (Universidade Federal da Paraíba)

Prof. Dr. Marcelo de Rezende Pinto (Pontífica Universidade Católica de Minas Gerais)

Dedico este trabalho à minha mãe, Vera Batista, ao meu padrasto, Oziel Maciel e aos meus filhos Vitória Félix e Benito Félix pela mão estendida, fundamental, irrestrita e amorosa, durante essa légua pedregosa, mas de muito aprendizado.

AGRADECIMENTOS

“Coração cresce de todo lado. Coração vige feito riacho colominhando por entre serras e varjas, matas e campinas. Coração mistura amores. Tudo cabe.”
Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

A Deus, por me fazer encontrar forças dentro de mim, quando julgo não mais tê-las e seguir.

A minha avó Francisca Batista (*in memoriam*). Senhora saída do sertão ainda menina, de tão pouco estudo, e a quem devo tantas conquistas — também esta.

A minha mãe e ao meu padrasto, pelos ombros e ouvidos oferecidos tão generosamente, pelos sorrisos e angústias compartilhadas, e por me auxiliarem no cumprimento do meu papel de mãe durante o tempo em que estive empenhada na realização desta tese.

A minha irmã Vitória Félix Rebouças, meu referencial de feminino inteligente, por todo o apoio, sem o qual, não conseguiria concluir essa tese.

Ao professor Dr. Marco Antonio Pinheiro da Silveira, meu orientador, por construir junto comigo a proposta desta pesquisa, acreditando que eu poderia dar cabo dela. Pelos seus ensinamentos valiosos, pela paciência, pelas suas palavras generosas e cuidadosas nos momentos certos, pelos seus silêncios.

Ao professor Dr. João Batista Pamplona, pesquisador por quem tenho profunda admiração, pelas valiosas palavras e ensinamentos com que me agraciou desde o primeiro momento de construção da tese e por aceitar o convite de participar da banca examinadora. O primeiro a ressaltar o potencial do Sertanejo Empreendedor como um fenômeno merecedor de ser estudado.

Aos professores Dr. Edson Kubo, Dr. Anielson Barbosa, Dr. Marcelo de Rezende pelas valiosas sugestões apresentadas durante a qualificação deste trabalho e por me honrarem com a presença na banca examinadora.

A todos os filhos e filhas do sertão a quem tive o prazer de conhecer e conversar, pelas histórias contadas e por falarem de suas vidas e suas lembranças, construindo junto comigo este trabalho.

Aos queridos companheiros de jornada, Marcelo Bezerra, Ciro Campão e Islânia Delfino pelas trocas de ideias, incentivo e por toda torcida pra eu chegar até aqui.

Ao meu querido amigo Herbert Novais, pelo companheirismo dos primeiros tempos e das últimas horas, pelas palavras precisas que me mantiveram calma para não desistir e por estender a mão me chamando para terminarmos essa jornada, assim como começamos: juntos.

Aos meus filhos, Vitória e Benito, com quem tive trocas desfavoráveis no final deste percurso: dei ausência e recebi alento, compreensão, beijinhos carinhosos e palavras de incentivo. Registro meu agradecimento, meu amor e meu pedido de desculpas.

Às doutoras Kamila Nobre e Ilânia Malleiro. No momento em que a estrada se fez comprida e a légua tirana, foram presenças cuidadosas.

Agradeço aos professores do Programa de Pós-graduação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul e a todos os funcionários que contribuíram para viabilizar a realização desta pesquisa de Doutorado.

Muitos ficarão aqui por nomear, por motivos que certamente compreenderão, mas foram pessoas cujo apoio e incentivo são inestimáveis. Para eles, também, os meus agradecimentos.

“Sentimento que não espairo; pois eu mesmo nem acerto com o mote disso — o que queria e o que não queria, estória sem final. O correr da vida embrulha tudo, a vida é assim: esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega e depois desinquieta. O que ela quer da gente é coragem. O que Deus quer é ver a gente aprendendo a ser capaz de ficar alegre a mais, no meio da alegria, e inda mais alegre ainda no meio da tristeza! Só assim de repente, na horinha em que se quer, de propósito — por coragem. Será? Era o que eu às vezes achava. Ao clarear do dia.”
(Guimarães Rosa, 2019, p. 293)

FÉLIX, Waleska James Sousa. **O Sertão é Dentro da Gente**: em busca do Sertanejo Empreendedor da Região do Cariri Cearense à luz da Teoria Fundamentada. Universidade Municipal de São Caetano do Sul. São Caetano do Sul, SP, 2024.

RESUMO

O presente trabalho construiu-se a partir de reflexões sobre a importância de discussões no meio acadêmico que enfatizaram a região, o regionalismo e a regionalidade. Como foco no empreendedorismo, elegeu-se como locus de pesquisa a Região do Cariri, localizada no sertão cearense. O fenômeno do empreendedorismo, que ganhou destaque na produção acadêmica contemporânea, tem sido tratado predominantemente pelo paradigma objetivista-funcionalista. Porém, a adoção de abordagens alternativas pode trazer contribuições relevantes para a área de administração. Neste sentido, esta pesquisa buscou privilegiar um olhar qualitativo acerca deste fenômeno tendo como objetivo desenvolver uma teoria substantiva que explique o processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor, com o suporte metodológico da Teoria Fundamentada ou *Grounded Theory*. Para a coleta de dados realizamos entrevistas não estruturadas com 10 empreendedores locais, em forma de narrativas autobiográficas. Para a análise dos dados, foram seguidas as diretrizes de codificação da metodologia eleita em sua vertente Charmaziana. A análise dos dados foi assistida pelo software Atlas Ti, versão 9.0, para facilitar o processo. Dentre os resultados obtidos, apresentamos uma teoria substantiva construída a partir das 10 categorias que emergiam do campo: Sertão e sua influência, Família e sua influência, Formação Educacional, Trajetórias de Trabalho, Relações Significativas, Condições Externas, Aprendizagem Empreendedora, Vivência Empreendedora, O Ser(tão) Sertanejo, e O Ser(tão) Empreendedor. Foi construído um esquema que descreve o processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor. A partir deste estudo percebemos que a história de vida dos sujeitos e sua vinculação com o sertão têm influência relevante nos antecedentes do comportamento empreendedor, agindo de forma condicionante e transversal em todo o processo.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Inovação. Redes Organizacionais. Regionalismo. Sertanejo Empreendedor. Teoria Fundamentada.

FÉLIX, Waleska James Sousa. **The Sertão is Inside People**: in search of the Entrepreneurial *Sertanejo* of the Cariri Region of Ceará State, in the light of Grounded Theory. University of Sao Caetano do Sul. Sao Caetano do Sul, SP, 2024.

ABSTRACT

This work is based on reflections on the importance of academic discussions that emphasize the region, regionalism and regionality. With a focus on entrepreneurship, the Cariri region, located in the hinterland of Ceará, was chosen as the research locus. The phenomenon of entrepreneurship, which has gained prominence in contemporary academic production, has been treated predominantly by the objectivist-functionalist paradigm. However, adopting alternative approaches can make relevant contributions to the field of administration. In this sense, this research sought to focus on a qualitative view of this phenomenon, with the aim of developing a substantive theory that explains the process of entrepreneurship of the Sertanejo Entrepreneur, with the methodological support of Grounded Theory. To collect the data, we conducted unstructured interviews with 10 local entrepreneurs, in the form of autobiographical narratives. To analyze the data, we followed the coding guidelines of the chosen methodology in its Charmazian aspect. Data analysis was assisted by Atlas Ti software, version 9.0, to facilitate the process. Among the results obtained, we present a substantive theory constructed from the 10 categories that emerged from the field: Sertão and its influence, Family and its influence, Educational Training, Work Trajectories, Significant Relationships, External Conditions, Entrepreneurial Learning, Entrepreneurial Experience, Being (so) Sertanejo, and Being (so) Entrepreneurial. A scheme was constructed that describes the entrepreneurial process of the Sertanejo Entrepreneur. From this study we can see that the subjects' life history and their ties to the sertão have a significant influence on the antecedents of entrepreneurial behavior, acting in a conditioning and transversal way throughout the process.

Keywords: Entrepreneurship. Grounded Theory. Innovation. Organizational Networks. Regionalism. Sertanejo Entrepreneur.

Lista de Abreviaturas e Siglas

CRAJUBAR	Conurbação dos Municípios do Crato, Juazeiro e Barbalha
EXPOCRATO	Exposição Agropecuária do Crato
CEASA	Centrais de Abastecimento S/A
EPP	Empresa de Pequeno Porte
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPECE	Instituto de Pesquisas Econômicas do Ceará
ME	Micro Empresa
MEI	Micro Empresário Individual
PDUI	Plano de Desenvolvimento Urbano Integrado
PIB	Produto Interno Bruto
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
RFB	Receita Federal do Brasil
RMC	Região Metropolitana do Cariri
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Lista de Figuras

Figura 1, p. 28

Localização da Região Metropolitana do Cariri

Figura 2, p. 52

Modelos de processos e teoria de pesquisa

Figura 3, p. 57

Princípios unificadores e diferenciadores da Teoria Fundamentada

Figura 4, p. 76

Recorte Espacial – Região Metropolitana do Cariri

Figura 5, p. 172

Processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor

Figura 6, p. 178

Exemplificação do Processo de Microanálise

Figura 7, p. 192

Teoria Substantiva do fenômeno do Sertanejo Empreendedor – esquema ampliado baseado em Strauss e Corbin (2008)

Figura 8, p. 193

Teoria Substantiva do fenômeno do Sertanejo Empreendedor – esquema simplificado baseado em Strauss e Corbin (2008)

Figura 9, p. 208

Teorização do fenômeno do Sertanejo Empreendedor esquematizada com base em Charmaz (2009)

Lista de Tabelas

Tabela 1, p. 72

Caracterização dos Sujeitos da Pesquisa

Tabela 2, p. 73

Caracterização dos Empreendimentos por Empreendedor

Lista de Quadros

Quadro 1, p. 37

Lacunas teóricas, empíricas e metodológicas

Quadro 2, p. 139

Síntese comparativa do início do processo do Sertanejo Empreendedor às teorias do empreendedorismo

Quadro 3, p. 171

Síntese comparativa das fases intermediárias do processo do Sertanejo Empreendedor às teorias do empreendedorismo

Quadro 4, p. 186

Modelos paradigmáticos da *Grounded Theory*

Quadro 5, p. 188

Exemplificação de codificação axial e integração

Quadro 6, p. 191

Exemplificação de codificação seletiva

Quadro 7, p. 211

Perguntas de partida e achados

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO ou O COMEÇO DA TRAVESSIA	17
1.1 Problema da pesquisa.....	20
1.2 Objetivos da pesquisa	26
1.2.1 Objetivo geral	26
1.2.2 Objetivos específicos	26
1.3 Delimitação do estudo.....	27
1.4 Justificativa e relevância do trabalho	30
1.5 Organização do relatório do trabalho.....	38
1.6 Contribuições da pesquisa	40
2 REVISÃO DA LITERATURA ou “Ô, QUE LÉGUA TÃO TIRANA”	41
2.1 Empreendedorismo: alguns conceitos sensibilizantes	42
2.2 <i>Grounded Theory</i> ou Teoria Fundamentada em Dados.....	48
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS ou “DE ALPARCATA E PÉ NO CHÃO”	56
3.1 Caracterização e tipo de pesquisa.....	56
3.1.1 Tipo de pesquisa e procedimentos de coleta de dados.....	60
3.2 Participantes da Pesquisa	65
3.4 Caracterização do Lócus da Pesquisa	74
3.3 Tratamento e análise dos dados	77
4 DE SERTÃO ADENTRO	80
4.1 “Só deixo o meu Cariri no último pau-de-arara”: um oásis dentro do sertão	87
5 RESULTADOS E DISCUSSÃO	98
5.1 Resultados Obtidos, Análise e Discussão	100
5.2 Desocultando Caminhos: o processo empreendedor do sertanejo	103
5.2.1 O Começo	118
5.2.2 A Travessia	140
5.2.3 (Agora) e o que virá	154

5.3 Sertão: a força que nunca seca	173
6 A TEORIZAÇÃO SUBSTANTIVA SOBRE O SERTANEJO EMPREENDEDOR E SEU PROCESSO DE EMPREENDEDORISMO CONSTRUÍDOS COM BASE EM CHARMAZ (2009).....	194
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	209
REFERÊNCIAS.....	217
Apêndice A - Roteiro de Entrevista Inicial	228
Apêndice B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)	229
Apêndice C - Roteiro de Entrevista Final.....	231

1 INTRODUÇÃO ou O COMEÇO DA TRAVESSIA

“Sou só um sertanejo, nessas altas ideias navego mal. [...] Inveja minha pura de uns conforme o senhor, com toda leitura e suma doutoração.”
Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

Vagner Gonçalves da Silva, em seu livro *O Antropólogo e Sua Magia* (2006), nos conta que os adeptos da cabula, modalidade de culto afro-brasileiro registrada em fins do século XIX, em um dos ritos de iniciação, devem entrar no mato com uma vela apagada e voltar com ela acesa sem ter levado meios para acendê-la, e trazer, ainda, o nome do seu espírito protetor.

A construção de uma tese de doutorado guarda, em muito, semelhanças com essa cerimônia. Um trabalho que, sem a presença de um guia protetor e sua magia de acender velas na escuridão, seria muito mais difícil de ser realizado.

Se o caminho percorrido por um pesquisador, pode servir qual bússola para os que virão, pois que fique aqui registrado que o presente trabalho foi feito a (pelo menos) quatro mãos e, tal qual um guia protetor a acender velas, fundamental foi a figura do orientador em encontrar e indicar o artigo que serviria como inspiração inicial para a construção desta tese.

Foi, pois, o encontro do desejo de lançar olhares sobre a Região do Cariri Cearense e a realidade vivida por empreendedores desta mesma região, com a compreensão da importância de discussões no meio acadêmico que enfatizem a região, o regionalismo e a regionalidade (Gil; Oliva; Gaspar, 2008) e com o artigo de Harley *et al.* (2009), que traçou o esboço para a construção da proposta de pesquisa que ora apresentamos como tese e cujo lócus de pesquisa é a referida região do sertão nordestino.

Em que pese o referido artigo não estar inserido no campo de conhecimento da Administração, um dos pontos importantes que nos levou a adotar esse trabalho como fonte de inspiração é o fato de tratar de um assunto sob a perspectiva de um grupo de mulheres afro-americanas priorizando aspectos comportamentais deste grupo, buscando compreensão a partir do uso do método da *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada (Harley *et al.*, 2009).

O Cariri Cearense há muito tem sido considerado território sagrado pela fertilidade de seu solo e a fartura que detém em recursos hídricos, quando comparado com as demais regiões do Nordeste seco, e que contribuiu para o cultivo agrícola e o desenvolvimento de atividades econômicas. Ao lado do Cariri Paraibano

(Cariris Velhos), o Cariri Cearense (Cariris Novos), é o mais conhecido e declamado, seja pelos investimentos exógenos e crescimento que vem apresentando ao longo dos anos, pelo foco científico da Antropologia, Geografia e História, pelos causos guardados na memória popular, que citam a região através da literatura de cordel, da prosa e da poesia, e, ainda, pelo milagre que fundou sua principal cidade, Juazeiro do Norte, tornando praticamente inexequível falar do Cariri sem associá-lo a figura de Padre Cícero Romão Batista e a sua concepção de desenvolvimento, pautada numa díade: trabalho e fé.

Tal concepção contribuiu com grande relevância para o processo de formação e expansão da Região Caririense, modelando e vinculando os espaços sagrados e profanos (econômicos) e fazendo surgir um conjunto de riquezas que transformou a ‘Cidade do Padre Cícero’, como é conhecida ainda hoje, em cidade emergente, centro econômico do Cariri, centro de cultura popular de grande importância e um dos maiores centros de religiosidade da América Latina. (Félix, 2008).

Diante da seca que assolou o Nordeste no ano de 1877, tirando o brilho e a beleza da fartura e ameaçando o povo sertanejo — sintetizado nos versos de Luiz Gonzaga como um “povo forte, robusto, valente, [...] que tem que suar muito para ganhar o pão” — em sua subsistência, que esperanças de vida foram depositadas nesse sacerdote que, diante de um complexo jogo de fatores, canalizou o assombro pela seca e pela miséria e fez de Juazeiro não mais um lugar de passagem, mas um pouso definitivo, moldando a construção desta cidade e de toda a Região do Cariri (Barros, 2001; Araújo, 2005).

Uma região de prática religiosa ingênua e exaltada, mas onde já se percebia e dominava tendências milenaristas, que conferiram a Padre Cícero um papel relevante na vida política do Ceará e o transformaram num baluarte de movimento religioso e popular de grande amplitude (Della Cava, 1985).

Esse povo sertanejo que forjou o Juazeiro, numa manifestação de independência e rebeldia contra a opressão, nos lembra do sertanejo de Euclides da Cunha em sua obra *Os Sertões* quando diz que, ao primeiro lance de vista é de uma “simplicidade ao mesmo tempo ridícula e adorável”. Um homem de aparência fatigada que reflete uma “preguiça invencível e uma tendência constante à imobilidade e quietude”. Contudo, para Euclides da Cunha é a aparência que ilude e “nada é mais surpreendedor do que vê-la desaparecer de improviso”, em segundos, em transmutações completas, baste “o aparecimento de qualquer incidente exigindo-

lhe o desencadear das energias adormecidas” (Cunha, 2018, p. 88-89).

Ainda nas palavras de Euclides da Cunha, “o sertanejo é um Hércules-Quasimodo”, um contraste que se transparece a todo o instante e em todas as miudezas da vida sertaneja, de olhar desassombrado e forte, de força e agilidade extraordinárias, criado em uma descontinuidade de “horas felizes e horas cruéis, de abastanças e misérias — tendo sobre a cabeça, como ameaça perene, o Sol [...]” e “fez-se homem quase sem ter sido criança”, [...] “mas também se fez forte, esperto, resignado, prático” sabendo que viver é adaptar-se. “O sertanejo, diz Euclides da Cunha, é, antes de tudo, um forte” (Cunha, 2018, p. 88-93).

A Região do Cariri, que já tantas vezes foi contada por muitos que buscaram compreender esse fenômeno, fosse a sua dimensão religiosa, cultural, política e mesmo econômica (Barros, 2001; Araújo, 2005), nos últimos 10 anos continua a se reinventar e crescer, num movimento de tamanha rapidez que não deixa de ser motivo de espanto para os filhos e filhas desses sertanejos que aqui pousaram, e para os romeiros e forasteiros que, assim como a pesquisadora, continuam a chegar.

Na Região do Cariri Cearense, sobretudo na cidade de Juazeiro do Norte, ao longo dos anos, a consolidação do espaço sagrado ocorreu paralelamente à consolidação de um espaço econômico, baseado na produção artesanal e fabril de pequena e média escala e da comercialização de folheados a ouro, utensílios domésticos, roupas, calçados e artigos religiosos para atender à demanda dos que vinham orar, interligando, desta forma, um espaço econômico a um espaço sagrado, num processo de crescimento que transformou um lugar de pouso dos viajantes vindo das longas andanças pelos sertões, e que, do ponto de vista comercial, pouco oferecia a seus habitantes (Cava, 1985), em uma das maiores cidades do Ceará um crescimento que nos parece orientado pelo empreendedorismo.

Pensar sobre estas mudanças nos leva às ideias de Sant’Anna e Nelson (2013), para quem o desenvolvimento de um dado território é forjado por uma rede de atores, com interesses plurais, que operam localmente em processos de mobilização e interação, construindo espaços, mudando os valores e os “olhares” sobre a vida. E, neste sentido, nos parece de grande relevância refletir sobre os empreendedores locais, como atores importantes no processo de construção e transformação dessa Região, e as ações empreendedoras destes, ao que esta tese, em certa medida, se propõe.

1.1 Problema da pesquisa

Boava e Macedo (2006; 2009) em artigos sobre a essência do empreendedorismo, dizem que esse fenômeno, na contemporaneidade, ganha destaque ao ser visto como capaz de provocar intensas transformações sociais, políticas, culturais, econômicas e psicológicas.

Para os referidos autores, de diferentes formas e modos distintos, as definições de empreendedor e empreendedorismo vêm evoluindo. Mas, após extenso esclarecimento etimológico, semântico e morfológico sobre os termos, apresentação das principais escolas de pensamento e das perspectivas, cujo fenômeno vem sendo abordado e a relativa incapacidade de se definir o objeto de estudo foco do empreendedorismo, eles concluem que, por tratar-se de um fenômeno recente, que envolve diversos ramos do saber, além do fato de apresentar sua epistemologia em construção, é indeclinável a busca por abordá-lo com uma perspectiva distinta das que habitualmente são empregadas (Boava; Macedo, 2006).

Junaid *et al.* (2015) apresenta uma visão acerca deste fenômeno que corrobora com as ideias de Boava e Macedo (2006;2009). Para estes autores, ainda que os pesquisadores não tenham conseguido oferecer uma definição globalmente aceitável sobre o empreendedor e o empreendedorismo, há um acordo sobre a importância destes como chave para o progresso econômico das nações, com a criação de empregos, o aumento do nível geral de eficiência econômica e a utilização de recursos para a criação de valor (empreendedorismo como um fenômeno econômico), o que torna relevante que se continue avançando nos estudos dessa área, mas também necessário que se adote novas formas de gerar esse conhecimento.

Assim, entendemos que, muito embora possamos ser tomados pela ideia de que muito já se tem falado sobre o empreendedorismo, nos parece importante continuar tratando deste assunto, buscando formas distintas que possam contribuir para a construção epistemológica desse fenômeno.

Neste sentido, Boava e Macedo (2006; 2009) consideram abordar o empreendedorismo de maneira a refletir se este também é um fenômeno social, uma vez que o ser que empreende está inserido em uma sociedade, e, assim, há uma partilha de um conjunto de experiências com outros homens, capazes de influenciar seus comportamentos e ações.

Com acepção semelhante, Sant'Anna e Nelson (2013) pontuam que a evolução de uma comunidade pode ligar-se às identidades e metas pessoais de seus empreendedores, realçando as relações e a integração de informação e recursos entre atores como aspecto importante, incluindo, num estágio mais avançado de evolução, a capacidade e vontade desses de se mobilizarem, também, politicamente.

Para Paiva Júnior, Almeida e Guerra (2008, p. 115) “o fato de que o empreendedorismo não pode ser encerrado em uma definição universal”, ponto pacífico entre os estudiosos do tema, reflete a complexidade do fenômeno. Desta feita, justifica-se a utilização e a busca por um conceito multidimensional que represente um juízo mais amplo do empreendedorismo e que abdique ao formato reducionista de entendimento do fenômeno.

Na compreensão destes autores, para além das limitações e dificuldades metodológicas inerentes ao estudo do fenômeno empreendedor, tratando isoladamente abordagens de traços, orientação de comportamentos e processos, a atenção dada para esse olhar multidimensional do fenômeno empreendedor deve-se também à tentativa de resgate da subjetividade buscando salientar os atributos emocionais e as vivências, tantas vezes amputados nos estudos organizacionais (Paiva Jr.; Almeida; Guerra, 2008; Mello; Cordeiro; Teixeira, 2006).

Ao tempo em que é crescente o ímpeto pela compreensão da prática empreendedora, observamos, também, o surgimento de estudos, numa perspectiva crítica, que se contrapõe ao discurso hegemônico do empreendedorismo, abdicando das “grandes narrativas que são tomadas como “certas” por determinados grupos de interesse e que servem como legitimação da cultura ocidental contemporânea” (Paiva Jr.; Almeida; Guerra, 2008, p.115).

Ogbor (2000), num exame sobre os significados implícitos em textos acadêmicos acerca do empreendedorismo, afirma ser dominante um conceito tendencioso, que, em certa medida, se revela discriminatório em relação a gênero, etnia e classe social, apresentando visões que nos levam muitas vezes à figura de homens de sucesso, pertencentes às classes dominantes. Para o autor é preciso explorar os silêncios, o que seriam outros discursos.

Para Paiva Júnior, Almeida e Guerra (2008) analisar o empreendedor e o empreendedorismo com um olhar multidimensional e perspectiva crítica, nos leva para outro lugar de análise em que há uma substituição de uma interpretação

simplista do fenômeno por uma perspectiva relacional, nos permitindo olhar o itinerário dos sujeitos na conformação de relações sociais, refletindo e ressaltando aspectos afetivos que, com frequência, são postos de lado, por muitos estudos em empreendedorismo, interpretando os empreendedores como seres singulares, heróis solitários dotados de projetos individuais e orientados, tão somente, para uma racionalidade instrumental, com base num conhecimento sistematizado e especializado.

Assim como para outros autores, citados anteriormente, o empreendedorismo, para Paiva Júnior, Almeida e Guerra (2008), é um fenômeno social, e o sujeito empreendedor encontra na esfera social um meio que suporta, direciona, elabora e dá atenção ao processo empreendedor. Segundo os autores, o sujeito empreendedor é moldado pela sociedade, mas também a molda, e utiliza-se dela para modificar a estrutura de sua agência.

Esse pensamento nos remete a Chanlat (1996), que considera ser por meio do outro que um sujeito se constitui e se reconhece. O mesmo para Berger e Luckman (2014), para quem essa relação dialética não molda apenas os sujeitos envolvidos, mas, também, promove uma construção social da realidade.

Assim, sob tal ideia, Paiva Júnior, Almeida e Guerra (2008, p.119) entendem como o que eles denominam de empreendedor humanizado “aquele que está em constante construção social da realidade como refinamento de si mesmo e dos outros, envolvidos no seu projeto realizador” e, desta feita, é importante lançar mão de estratégias que busquem a compreensão da complexidade do fenômeno empreendedor, não orientados apenas por características individuais, mas entendendo que a sua constituição também pauta-se pelas relações que ele mantém com o outro, articuladas por meio de redes sociais.

Paiva Júnior, Almeida e Guerra (2008) defendem a elaboração de estudos pautados em aportes metodológicos não costumeiros na área do empreendedorismo, que favoreçam um olhar sobre a dimensão humana do empreendedor, ancorando-se numa perspectiva intersubjetiva e crítica que privilegie as falas dos indivíduos, mas ultrapassando os discursos que trazem o empreendedorismo como uma prática particularizada, acessando códigos que revestem seu agir sem categorias analíticas preestabelecidas. Os autores consideram que tais estudos possibilitam o enriquecimento da compreensão do fenômeno, podendo evidenciar redes de relacionamentos, identidade cultural do

empreendedor e a atuação de grupos, cuja experiência empreendedora costuma não ser agraciada por pesquisas de campo e, desta maneira não contribuem para a estruturação de uma teoria auto-reflexiva, sugestiva da independência do ser humano.

Para Williams *et al.* (2016) as pesquisas sobre o empreendedorismo, em sua maioria, guardam os efeitos da “hegemonia americana”. Ressaltando que estas não buscam contextualizar o fenômeno do empreendedorismo nas culturas locais, afirmam que tão somente em 2013 o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM)¹ reconheceu em seu relatório, pela primeira vez, a influência singular de contextos culturais e a importância destes para a compreensão do empreendedorismo. Essa perspectiva abre um espaço para investigar tanto semelhanças quanto diferenças entre distintas culturas, avançando com a pesquisa sobre o empreendedorismo e nos ajudando a identificar/distinguir relacionamentos que são universalmente válidos daqueles que são dependentes/ específicos a uma cultura (Williams *et al.*, 2016).

Chu e Wood Jr. (2008), ao tratarem de pesquisa em gestão internacional, afirmam que um dos grandes desafios com que se deparam os pesquisadores é compreender a diversidade institucional e cultural dos ambientes de negócios nacionais e, desta forma, para fazer frente a esse desafio, quase sempre recorrem a agrupamentos mais amplos e generalizações.

Os autores não negam a importância das generalizações como um recurso metodológicos de inegáveis méritos, mas apontam para a possibilidade de se prover com isso quadros relativamente pobres sobre a realidade de cada país, e elencam estudos (Hall, 1959; 1960; 1977; Laurent, 1981; Freitas, 1991; Trompenaars, 1993; Barros; Motta, 1996; Prates, 1996; Vergara; Moraes; Palmeira, 1997; Hofstede, 1997; 2001; Adler, 2002; Wood; Caldas, 2002; Emrich; Denmark; Hartog, 2004; Kabasal; Bodur, 2004; House *et al.*, 2004 *apud* Chu; Wood Jr.,2008) que tratam da importância de se atentar para semelhanças e diferenças culturais dos locais como um caminho utilizado para diminuir as lacunas.

Williams *et al.* (2016) chamam atenção para o fato de que quase todos os estudos de empreendedorismo que abrangem diferentes culturas utilizam, de alguma forma o modelo de dimensões culturais de Hofstede (1997), embora

¹ O Relatório GEM é produzido a cada ano por uma equipe internacional de acadêmicos em 100 países que coletam e reúnem dados de pesquisas de especialistas em negócios e acadêmicos e indivíduos sobre empreendedorismo.

apontem alguns outros modelos que adicionaram nuances importantes ao modelo proposto por Hofstede, ampliando as perspectivas.

Isso nos leva, mais uma vez, ao início: a importância da valorização de um olhar local, regional, sobre os estudos organizacionais (Gil; Oliva; Gaspar, 2008), sobretudo num país como o Brasil, que abriga tantas diferenças culturais. Compreendemos a importância deste olhar, também, como forma profícua de ampliar os conhecimentos acerca do fenômeno do empreendedorismo, entendendo, assim como Sant'Anna e Nelson (2013), que em diferentes locais podem ser obtidos atributos únicos, bem como emergir novas perspectivas, um ponto talvez óbvio, todavia importante, e que parece não ter recebido a atenção devida nos estudos sobre empreendedorismo.

Desta forma a nossa a pesquisa buscou dar voz a empreendedores locais da Região do Cariri, no sertão cearense, ouvindo suas histórias individuais e buscando, por meio das narrativas, que estas possam lançar alguns feixes de luz sobre o fenômeno do empreendedorismo numa perspectiva discursiva. Cabe dizer que, assim como Williams *et al.* (2016) compreendemos que os empreendedores promovem compreensões do que suas respectivas culturas acreditam ser “empreendedorismo”, reconstruindo e fortalecendo este conceito dentro dessa cultura à medida em que contam suas histórias individuais.

Partido das reflexões feitas até aqui, o nosso percurso de pesquisa, que pretendeu desvelar um pouco mais do povo sertanejo, fez uso do método da *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada em Dados, numa pesquisa que buscou gerar contribuições para os estudos sobre empreendedorismo.

A escolha da Teoria Fundamentada se deu por tratar-se de um método capaz de desenvolver explicação teórica do comportamento humano, fundamentada em dados coletados daqueles que exibem tal comportamento (Harley *et al.*, 2009). Para Sant'Anna e Nelson (2013) a *Grounded Theory* visa, em essência, dar voz ao campo, *a priori*, para tão somente *a posteriori* formatar um quadro teórico que permita a análise dos dados recolhidos.

Para Creswell (2014) a Teoria Fundamentada é um bom projeto não apenas quando não há teoria disponível para explicar ou entender um processo, mas também quando os modelos disponíveis foram desenvolvidos a partir de uma amostra ou população que não é de interesse do pesquisador, ou ainda, as teorias presentes podem ser consideradas incompletas, por não abordarem variáveis

potencialmente valiosas ou categorias de interesse para o pesquisador.

Walsh *et al.* (2015) dizem que a *Grounded Theory* é simplesmente a descoberta de padrões emergentes nos dados. Os autores acreditam que tudo tem padrões que podem ser percebidos com relativa simplicidade, pois todos estão envolvidos em uma teoria fundamentada todos os dias, e que é um processo humano a descoberta desses padrões e o agir em resposta a eles.

Já para Williams *et al.* (2016) não se trata apenas da descoberta de padrões, mas a *Grounded Theory* nos permite abrir uma conversa que pode equilibrar abordagens quantitativas positivistas com estruturas mais interpretativistas e qualitativas, nos desafiando a construir teorias a partir de uma perspectiva indutiva, o que os autores afirmam ser a direção oposta da maioria das pesquisas sobre empreendedorismo.

Nesse sentido, acreditamos que a Teoria Fundamentada é apropriada para esse estudo que encontra interesse no comportamento empreendedor local e no seu processo de empreender, buscando especificidades a partir dos aspectos regionais.

E, se iniciamos a introdução deste trabalho dizendo que o caminho percorrido por um pesquisador, quando exposto, pode servir qual bússola para os que virão, então, nos parece importante dizer de pronto que talvez não haja nada mais arriscado numa tese de doutoramento do que enveredar em temas e formas que fujam de uma elaboração de totalidade que as análises científicas quase sempre almejam. Trata-se de um percurso desafiador pontilhado de risco, dúvida e incerteza.

Como diz Silva (2014, p.16) “trabalhar com pesquisa qualitativa é sempre muito difícil”, pois expõe o pesquisador a muitas críticas. Há praticamente a certeza de nos depararmos com grande aflição e insegurança e incerteza, o que nos coloca à prova constantemente e nos insta a exercitar a maturidade e a humilde intelectualidade diante do desconhecido, pois, mesmo narrando àquilo que vemos, ouvimos e sentimos, nem sempre conseguimos deixar de escapar no nosso texto os conflitos e as incertezas que o acompanharam durante a investigação.

E ainda que busquemos aquilo que nos sustente em métodos e técnicas, não é de admirar que o percurso por vezes seja orientado por impulsos e percepções que parecem falar por si e a “incerteza” pode sempre estar no seu rastro, desafiando o observador e exigindo, a cada experiência, uma nova postura.

Um dos desafios que se impõem aqueles que pretendem empreender um

projeto de Teoria Fundamentada é o de deixar de lado, tanto quanto possível, ideias ou noções teóricas, de modo que a teoria analítica substantiva possa emergir (Creswell, 2014).

Para Walsh *et al.* (2015), o processo de pesquisa baseado neste método pode ser descrito como investigar uma área de interesse do pesquisador, com vistas a destacar a principal preocupação que surge do campo através de dados coletados. Nessa perspectiva, alinhado com o “paradigma da pesquisa para descoberta”, termo usado Wash *et al.* (2015) ao tratar sobre o processo da *Grounded Theory* definiu-se algumas questões que nortearam essa empreitada.

Ao se lançar olhares sobre a Região do Cariri, Sertão Nordestino, e refletindo sobre o seu processo de formação e consolidação de seu espaço, emerge alguns questionamentos que tomamos como perguntas de partida: [1] Existem características singulares nos Sertanejos Empreendedores e no processo de se tornarem e se manterem empreendedores? [2] De que maneira os empreendedores locais se tornam e permanecem empreendedores? [3] Quais os passos neste processo e como estes empreendedores o vivenciam? [4] Que histórias eles nos contam para revelar sua trajetória empreendedora e que ligação esta teria com sua identidade cultural?[5] São os aspectos culturais sertanejos condicionantes do processo de empreender destes? [6] A história de vida e sua vinculação com o sertão têm influencia nos antecedentes do comportamento empreendedor?

1.2 Objetivos da pesquisa

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral que norteou a presente pesquisa foi desenvolver uma teoria substantiva que contribuísse para a compreensão do processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor, com o suporte metodológico da Teoria Fundamentada em Dados (*Grounded Theory*).

1.2.2 Objetivos específicos

Entendendo as características singulares da metodologia adotada neste processo de pesquisa, consideramos que, ao lançarmos olhares sobre a Região do

Cariri, sertão nordestino, e refletir sobre o seu processo de formação e consolidação de seu espaço, emergem questionamentos, que tomamos como perguntas de partida: 1) existem características singulares nos Sertanejos Empreendedores e no processo de se tornarem e se manterem empreendedores?; 2) de que maneira os empreendedores locais se tornam e permanecem empreendedores?; 3) quais os passos neste processo e como estes empreendedores o vivenciam?; 4) que histórias eles nos contam para revelar sua trajetória empreendedora e que ligação esta teria com sua identidade cultural?; 5) são os aspectos culturais sertanejos condicionantes do processo de empreender destes?; 6) a história de vida e sua vinculação com o sertão têm influencia nos antecedentes do comportamento empreendedor?

Tecer uma discussão acerca do sertão e do povo sertanejo, seu processo de formação, características e seu modo de vida, e; aprofundar na história da Região do Cariri, sertão cearense, mais especificamente, da cidade de Juazeiro do Norte, também se configuram como objetivos específicos importantes.

1.3 Delimitação do estudo

Este estudo se delimita territorialmente a três das nove cidades que compõe a Região Metropolitana do Cariri (Juazeiro do Norte, Crato e Nova Olinda), e tem como foco a participação de atores sociais, empreendedores, atuantes nas cidades aqui delimitadas.

A Região Metropolitana do Cariri (RMC) encontra-se a uma distância de aproximadamente 600 km de duas das principais metrópoles regionais nordestinas (ver Figura 1), Fortaleza (capital cearense) e Recife (capital pernambucana), e tem como principais cidades Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha que mantêm fortes conexões tanto pela proximidade territorial quanto pela relação de mutualidade socioeconômica no Cariri Cearense (Ceará, 2018).

A escolha pelas duas primeiras cidades, Juazeiro e Crato, se deu por serem as principais da referida região. No que diz respeito à inclusão de Nova Olinda no recorte territorial da pesquisa, decorre de tratar-se de uma cidade que vem sofrendo importantes transformações, sobretudo a partir do ano de 1992, através de uma iniciativa de empreendedorismo social com foco em educomunicação, artesanato e turismo comunitário com ampla participação dos moradores da cidade.

Figura 1 — Localização da Região Metropolitana do Cariri



Fonte: Adaptada pela autora (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2022).

Juazeiro do Norte, cujo crescimento inicial foi alavancado pelo movimento religioso em torno da figura de Padre Cícero Romão Batista, durante todo o ano recebe milhares de devotos provenientes de todo o território brasileiro, predominantemente do interior do Nordeste. Com apenas 258,788 km² é o menor município, entre os três principais, porém o mais populoso 286.120 habitantes e com a maior economia da Região (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2022).

Em 2022, Juazeiro do Norte se assentou como a quarta maior economia do Ceará, ficando atrás apenas da capital Fortaleza, que tem um Produto Interno Bruto (PIB) superior a R\$ 65 milhões; e das duas cidades que compõe a Região Metropolitana de Fortaleza — Maracanaú, cujo PIB é de R\$ 9,8 milhões; e de Caucaia, que soma R\$ 7,2 milhões² Crato, cidade vizinha que é a segunda mais importante da RMC, ocupa a 10^a posição do ranking estadual, com um PIB R\$ 1,7 milhões. Ressalta-se ainda que Juazeiro do Norte, além de principal cidade do interior cearense é também centro universitário do interior do Ceará (Nascimento, 2015).

² Dados divulgados pela Secretaria de Planejamento e Gestão do Estado do Ceará em dezembro de 2022.

Com localização geográfica privilegiada, por ser equidistante da maioria das capitais nordestinas, economia crescente e uma população vocacionada para o turismo religioso e o comércio, a cidade de Juazeiro conformou-se como a metrópole da RMC, exercendo influencia, não apenas na parte Sul do Estado do Ceará, mas também no Noroeste Pernambucano, no sertão paraibano e no sudeste piauiense (Ceará, 2018).

Sobre Juazeiro do Norte, Ramos (1995, p.11) diz que esta cidade “[...] acolhe o desejo de quem gosta de encadear fatos em uma trama para o encanto dos ouvidos [...] e não pára de acolher o desejo de narrar”. Juazeiro, antes era ‘lugar de passagem’. Até fins do século XIX, tratava-se de um pequeno povoado com cerca de duzentos habitantes, contava com uma capela e uma escola, tinha trinta e duas casas com tetos de palha e duas ruas. Em termos comerciais, Juazeiro muito pouco oferecia aos seus habitantes (Cava, 1985).

Della Cava (1985), historiador e um dos pesquisadores mais referenciados em estudos acadêmicos que tratam da cidade de Juazeiro do Norte (principal cidade do Cariri Cearense), fala dessa região como de um lugar que, a partir do pouso de viajantes vindos de longas andanças pelos sertões, se desenvolveu e chegou não só a uma das maiores cidades do Ceará, como também um dos maiores centros de religiosidade popular, centro econômico do Cariri e importante centro de cultura popular do Nordeste, qual milagre do seu Santo Fundador.

Para Della Cava (1985), aos moldes de tantos outros sacerdotes do sertão do século XIX, Padre Cícero Romão Batista, pelas circunstâncias, transformou-se numa das figuras mais controvertidas da história do Brasil: denunciado pela Igreja como mpostor, excomungado e destituído de suas ordens; tido como agitador por coronéis e chefes políticos; e foi aclamado como santo injustiçado por uma massa de sertanejos que atribuíam ao sacerdote a capacidade de livrá-los de suas pobreza, enfermidades e aflições.

Sobre o Crato, cidade natal do Padre Cícero, podemos dizer ser este o município que tem maior extensão territorial, com 1.176 km², na Região (IBGE, 2022). Sede da EXPOCRATO, maior feira Agropecuária do Nordeste, também abriga a maior indústria do Cariri (Grendene Calçados S/A). A cidade do Crato tem expressiva importância econômica regional pela tradicional função de comercialização de produtos rurais, provenientes do desenvolvimento da agricultura no sopé dos vales irrigados da Região do Cariri. A cidade também comercializa

produtos industriais para os demais centros urbanos do Ceará, tais como alumínio, cerâmica e aguardente, tendo seu setor de comércio e serviços como o maior empregador da cidade.

Nova Olinda, “a terra dos índios Kariris” é considerada pelo Ministério do Turismo como uma das 65 cidades que contribuem para o turismo nacional. É uma das quatro localizadas no Ceará e que abriga a Fundação Casa Grande Memorial do Homem Kariri e a Escola de Comunicação da Meninada do Sertão, projeto social conhecido e reconhecido nacional e internacionalmente por seus projetos de arqueologia, comunicação, artesanato, natureza e turismo comunitário (Ceará, 2018).

Quanto à delimitação daquilo que seria estudado, podemos dizer que foi uma construção que se fez a partir da apreensão, da crítica e da dúvida. Um processo de tentativas que se fez à custa da incidência de muitos feixes de luz. O primeiro feixe foi o artigo de Harley *et al.* (2009) que fez uso do método da *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada, para estudar um grupo de mulheres afro-americanas, sobre a participação em atividade física de longo prazo.

Como segundo feixe de luz, encontramos e reconhecemos os estudos de Sant’Anna e Nelson (2013) que envolve reflexões sobre empreendedorismo com a adoção da *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada. E, como terceiro feixe de luz, o artigo de Williams *et al.* (2016) que trata do fenômeno do empreendedorismo, comparando histórias de empreendedores em três diferentes países, privilegiando a perspectiva da narrativa, com o suporte da metodologia da *Grounded Theory*, segundo a perspectiva de Charmaz (2009), e compreendendo a importância de refletir sobre os locais e suas culturas. Dessa forma, construiu-se a proposta do estudo aqui apresentado.

1.4 Justificativa e relevância do trabalho

Como uma das temáticas que estejam a presente pesquisa, o empreendedorismo, cuja difusão no Brasil se intensificou desde o final da década de 1990, tem sido tratado como um assunto de relevância e utilidade para a sociedade. Seu desenvolvimento teórico e prático é percebido como algo que impacta, influencia e apoia o fortalecimento da economia e o fomento de empregos e renda (Nassif; Ghobril; Amaral, 2009; Cury; Veiga, 2021).

Consideráveis motivos podem ser vinculados à popularidade, reconhecimento, relevância e significado que este campo de investigação vem recebendo do Estado e de uma ampla gama de grupos de interesses — coletivos, organizações, veículos de comunicação, estudantes, pesquisadores e universidades (Fletcher, 2006; 2007; Cury; Veiga, 2021; Guimarães *et al.*, 2021).

A despeito disto e, ainda que a temática do empreendedorismo venha sendo tratada há algumas décadas, tanto sob a perspectiva acadêmica quanto empresarial e governamental, alguns autores consideram que esta carece de desenvolvimento teórico que desvende a força motriz deste fenômeno (Fletcher, 2006; 2007; Nassif; Ghobril; Amaral, 2009; Ferreira *et al.*, 2014; Ferreira; Pinto; Miranda, 2015; Guimarães *et al.*, 2023).

No contexto brasileiro, Nassif, Ghobril e Amaral (2009) pontuam a importância do empreendedorismo ressaltando que, empresas de pequeno porte representam um papel fundamental para a economia nacional, haja vista o desenvolvimento econômico e social que estas asseguram, além da contribuição para uma estabilidade política da nação.

Buscando avançar para além das ideias do senso comum sobre o tema, algumas pesquisas têm sido publicadas, o que, segundo Cury e Veiga (2021), tem constituído o campo do empreendedorismo como dinâmico e singular, heterogêneo e fragmentado, compreendendo múltiplas áreas, diferentes abordagens, pluralidade de paradigmas; contudo, ainda com relações nebulosas de causa e efeito e sem uma base teórica robusta e consolidada, tampouco a pluralidade de metodologias de investigação.

As primeiras definições do tema Empreendedorismo e Empreendedor são provenientes do arcabouço das ciências econômicas (Cantillon, 1755; Say, 1803; 1839; Schumpeter, 1954; 1992 *apud* Cury; Veiga, 2021). Pioneiros em cunharem o termo em um quadro teórico próprio, os economistas reconheceram a figura do empresário/empreendedor como elemento propulsor do desenvolvimento e crescimento econômico (Cury; Veiga, 2021).

A partir deste, surgem outros enfoques, como o comportamental (McClelland, 1962; 1987; Timmons, 1978; Fillion, 1991; 1999) cujos pesquisadores apontam para o comportamento do empreendedor como um agente social que interage com o ambiente de negócios (Cury; Veiga, 2021).

No campo das Ciências Sociais Aplicadas, especificamente o da

Administração, os estudos e pesquisas sobre empreendedorismo têm crescido exponencialmente, prevalecendo, como base de discussão do tema, aquelas que privilegiam a perspectiva econômica, o que, para Ferreira *et al.* (2014), apontam para uma abordagem reducionista.

Macedo e Boava (2008), ao estudarem as dimensões epistemológicas da pesquisa em empreendedorismo, concluem que este é, majoritariamente, analisado a partir de duas perspectivas: economista e comportamentalista, com foco de estudo em inovação e perfil empreendedor, respectivamente. Contudo, para os autores, devem ser consideradas outras dimensões inerentes a esse fenômeno e à sua prática, a saber: consciência, história de vida, relações sociais do ser empreendedor.

Macedo e Boava (2008) reforçam que, epistemologicamente, o empreendedorismo vem sendo pesquisado por economistas e comportamentalistas, quase sempre orientados por um paradigma positivista, fornecendo conhecimentos de cunho explicativo acerca do fenômeno. Há, por outro lado, alguns trabalhos orientados pelo paradigma interpretativo, produzindo um conhecimento compreensivo sobre o empreendedorismo. Contudo, embora essas pesquisas complementem o processo de produção do conhecimento científico sobre o fenômeno empreendedor, ainda são pouco desenvolvidas sendo em sua maioria estudos propedêuticos.

Ainda importa ressaltar que as pesquisas sobre empreendedorismo, fortemente dominadas pelo paradigma objetivista-funcionalista, também balizaram-se muito pelo esforço de identificação de atributos que distinguisse o empreendedor dos demais, na tentativa de definição de um empreendedor típico bem-sucedido, ou ainda, empreendedores como idealizadores de novos empreendimentos, não por virtudes particulares, mas por estarem no lugar certo e na hora certa (Carland; Carland, 1988; Sant'anna; Nelson, 2013; Junaid *et.al*, 2015

Guimarães *et al.* (2021) apresentando algumas análises bibliométricas realizadas no campo da Administração, que traçam a trajetória das investigações sobre o empreendedorismo, concluem que esse tem sido tratado sob uma perspectiva hegemônica norte-americana, invariavelmente economicista e, do ponto de vista epistemológico, eminentemente positivista, atribuindo ao tema a capacidade de criar valor e de trazer desenvolvimento para a sociedade.

Ainda segundo os autores, essa forma de tratamento sofre mudanças quando o tema é abordado por outros campos. Do ponto de vista da Sociologia, por

exemplo, numa prevalência da perspectiva crítica, a leitura que se faz do fenômeno do empreendedorismo é como uma ideologia do capitalismo contemporâneo, em que se perde espaço para segurança ou carreira no trabalho, e, portanto, por meio da criatividade, se busca a criação de espaços de inclusão diante da exclusão que a exploração capitalista promove. Neste cenário, o empreendedorismo surge como uma tentativa de garantir a adesão e a legitimidade às atividades antes não valorizadas na sociedade industrial.

Para Coelho (2011) a pesquisa sobre empreendedorismo ainda se encontra em débito por não dar a devida importância ao caminhar do empreendedor, olhando apenas para a linha de chegada. O autor ainda diz que pouco se estuda sobre os obstáculos, os erros, os pequenos fracassos e as adversidades superadas pelos empreendedores para que se atinja o que é visto como sucesso e se traga a pesquisa para uma linha comportamental, focando os empreendedores e não as organizações como um todo, conhecendo os comportamentos destes, suas práticas e hábitos, incluindo erros. Que se procure entender a raiz de problemas mais complexos ou práticas gerais das organizações, a partir da história e do comportamento do indivíduo empreendedor e deste ponto partir para a compreensão do comportamento organizacional.

Sobre o empreendedorismo, Sant'Anna e Nelson (2013) dizem que a evolução dos estudos de campo traz consigo a percepção de que empreendedores variam entre si significativamente e, ainda, que essas variações apresentam uma extensa gama de implicações tanto no comportamento destes como no desempenho de seus empreendimentos.

Para os autores isso faz com que o tipo de pesquisa, até então privilegiada, ceda espaço para novas formas de perceber e refletir sobre esse fenômeno, tão importante para o progresso econômico das nações, o que faz com que Junaid *et al.* (2015) advoguem que se continue avançando nos estudos sobre o empreendedorismo, mas é também necessário que se adote novas formas de gerar esse conhecimento.

Neste mesmo sentido, Macedo e Boava (2008) já indicavam a necessidade e a importância de se desenvolver estudos abrangentes acerca desse fenômeno, numa busca pela de maior solidez e completude da epistemologia do fenômeno empreendedor. Para os autores é preciso aproximar o nível quantitativo e qualitativo de produções que trazem compreensão e explicação desse objeto de pesquisa.

Acreditam que desta forma, diminuindo as diferenças de estágios no desenvolvimento da pesquisa explicativa e abrangente, construiremos uma teoria do conhecimento empreendedora que não seja rasa, direcionada à essência do empreendedorismo, investigando não só os aspectos que se relacionam ou pertencem ao ser que empreende e suas características, mas também, a partir da reflexão, conseguir se aproximar daquilo que torna possível as múltiplas existências do empreendedor (Macedo, Boava, 2008).

Numa reflexão sobre o empreendedor, suas múltiplas existências e sua identidade cultural, Paiva Júnior (2005) cita diferentes autores que compreendem que, para dar cabo destas formas de existir possíveis, o empreendedor deve estar apto a perceber tendências emergentes no ambiente, com seus profusos tipos de informações, fazendo sempre os devidos ajustes de acordo com as percepções das forças ambientais.

Dito isso, Paiva Júnior (2005) considera que um aspecto dos mais importantes para a compreensão das múltiplas existências do empreendedor é o entendimento que o empreendedorismo parece ser, antes e acima de tudo, um fenômeno regional, ou seja, seu comportamento é diretamente afetado por cultura, necessidades e hábitos de uma dada região.

Para esse autor, “o estudo da cultura é o estudo da maquinaria que os indivíduos empregam para orientar a si num mundo em que, de outra forma seria obscuro”. Alheios ao fato de que, em se tratando de um fenômeno social, a cultura faz-se presente em todo lugar, esta dimensão é muitas vezes, desprezada, isolada das demais dimensões, desconsiderando que a identidade cultural não é apenas herança recebida, é também processo de construção e reconstrução da realidade de uma sociedade onde as atividades produtivas acontecem e daí a importância de considerá-la (Paiva Jr., 2005, p. 2).

Paiva Júnior (2005) trazendo a voz dos pós-modernistas para a discussão, diz que a ciência não pode ser discutida através de moldes que se pretendam únicos e universais, advogando para que o conhecimento seja cada vez mais construído de forma contextualizada pela sua natureza histórica e cultural.

Neste sentido, o autor argumenta que ainda é incipiente a compreensão do fenômeno empreendedor, com base em aspectos que se relacionem a identidade cultural. Cita que há estudos que buscam suprir essa lacuna, mas se desenvolvem de forma superficial e generalizante, optando por escolha restrita ao modelo de

Hofstede (1997), cujo desenho da pesquisa atém-se a gerentes de vendas da IBM e não a empreendedores.

Paiva Júnior (2005, p. 4) enfatiza que, muito embora a ordem global busque impor a todos e a todos os lugares, uma única racionalidade, os lugares respondem ao mundo segundo os diversos modos de sua própria racionalidade, ou seja, “a escala do cotidiano e seus parâmetros: a co-presença, a vizinhança, a intimidade, a emoção, a cooperação e a socialização com base na contiguidade”.

Desta forma, em que pesem as similaridades, o fenômeno do empreendedorismo configura um amplo e complexo sistema social com características e lógicas de operação bastante heterogêneas, que diante das discussões feitas até aqui, nos parece guardar relações importantes com sua identidade cultural e, por tal, engendrar esforços de investigação para explorar as particularidades de empreendedores e suas ações imersas em contextos culturais distintos, ganha relevância.

Pretendemos, portanto, nos debruçar sobre a realidade local de uma das regiões cearenses reconhecida como uma das mais importantes do Estado, buscando trazer para o estudo a reflexão sobre os conceitos de região, regionalismo e regionalidade que, em que pese sua importância e ainda que sejam conceitos que façam parte de estudos em cenários acadêmicos distintos no campo da Administração, não se verifica expressiva quantidade de publicações que se debrucem na análise das implicações do regional sobre o seu objeto de estudo, o que é desejável para a construção e expansão do conhecimento nas diversas áreas que compõem esta ciência (Gil; Oliva; Gaspar, 2010).

Muito embora compreendamos o avanço no conceito de empreendedorismo, este estudo visa levantar reflexões que contribuam para uma visão mais ampla, polissêmica e provocadora deste conceito, envolvendo categorias do empreendedorismo e do sujeito empreendedor, tendo como base as referências da Administração e buscando oferecer subsídios para ponderação e aprofundamentos posteriores.

No que diz respeito à produção do conhecimento administrativo atrelado aos aspectos locais, esta, ao longo dos últimos anos vem sendo realizada por alguns pesquisadores brasileiros como Dantas (1996), Fischer (1996, 1997), Cavedon (2002) para citar alguns. Contudo, ainda é inexpressiva a geração de pesquisas com essa característica, especialmente, com relação a determinadas organizações cujas

interfaces remontam aos aspectos históricos e culturais peculiares de uma dada localidade ou região (Félix, 2008).

Entendemos ainda que, refletir sobre realidades locais, adotando como metodologia a *Grounded Theory*, ainda pouco utilizada no contexto brasileiro, sobretudo na ciência da Administração,³ pode proporcionar conhecimentos ímpares do campo de estudo, que promovem tanto o fortalecimento de uma Identidade Regional, na medida em que, ao dar voz ao campo, mitiga, em certa medida, o risco de impor lógicas ou categorias cognitivas de um campo ou contexto social a outro e de ocultar observações que poderiam escapar de quadros teóricos já consolidados (Locke, 2001; Sant'Anna; Nelson, 2013).

De acordo com Jacobus, De Souza e Bitencourt (2012), a utilização da Teoria Fundamentada na pesquisa em Administração traz significativas contribuições, uma vez que possibilita uma análise sensível à visão dos sujeitos que evidenciam o fenômeno, contribuindo, também, para suprir áreas cuja construção de teorias ainda é limitada ou em que o fenômeno social se mostra complexo. Cabe dizer que a *Grounded Theory* consiste num método qualitativo rigoroso e proveitoso no que diz respeito à análise de fenômenos fortemente influenciados pelo contexto no qual se insere.

Adicionalmente, a referida tese se insere num projeto mais amplo vinculado ao Grupo de Pesquisa de Redes Organizacionais do Programa de Pós-graduação em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul, que nos últimos três anos têm buscado privilegiar a Teoria Fundamentada em Dados — em suas vertentes Straussiana (Strauss; Corbin, 2008) e Charmaziana (Charmaz, 2009) — em alguns trabalhos de tese com vistas a contribuir tanto para a geração de teorias substantivas sobre diferentes contextos organizacionais e regionais quanto para a construção de conhecimento acerca da utilização desta metodologia no campo da Administração.

No trabalho em pauta, utilizamos como método para a condução das

³ Em análise bibliométrica realizada no início do projeto, utilizamos as palavras-chave com *Grounded Theory*, Teoria Fundamentada, empreendedorismo, empreendedor, *entrepreneur* e *entrepreneurship* relacionando-as com o operador booleano AND. Nos Anais da ANPAD, conseguindo localizar 29 artigos, a maioria destes discutindo a metodologia, sendo o mais antigo publicado em 2001 e o mais recente em 2017. Utilizando o Catálogo de Teses e Dissertações da CAPES, conseguimos identificar 44 teses. No *Web of Science*, chegamos ao número de 303 artigos. No refinamento, buscando a relação com aspectos culturais, estes números reduziram sensivelmente.

entrevistas a estratégia orientadora da história de vida, compreendendo ser esta capaz de gerar bons resultados quanto a apreender o senso de si, o significado da vida e da identidade empreendedora para além das restrições, através das narrativas dos empreendedores locais (Hatch; Wisniewski, 2003; Cunningham *et al.*, 2022; Cavalcante; Sousa Filho, 2023), atendendo o que anteriormente esboçamos sobre novas formas de conduzir o olhar para o fenômeno do Empreendedorismo.

Para Williams *et al.* (2016) a utilização das perspectivas narrativas sobre empreendedorismo são relativamente novas, ainda, contudo, importantes na medida em que podem apreender aspectos sobre a experiência vivida do indivíduo. Para os autores, estatísticas e análises quantitativas não são suficientes para capturar experiências individuais desse tipo de fenômeno existencial. É importante ouvir os contadores de histórias, cada um com um pequeno pedaço do “como” e do “por quê” o empreendedorismo assim é num contexto cultural específico.

Diante do exposto, no Quadro 1, sintetizamos as lacunas teóricas, empíricas e metodológicas do campo que entendemos justificar este estudo.

Quadro 1 – Lacunas Teóricas, Empíricas e Metodológicas

Campo	Lacunas
Teórico	No campo da Administração, as pesquisas sobre Empreendedorismo são fortemente dominadas pelo paradigma objetivista-funcionalista, balizadas pelo esforço de identificação de atributos empreendedores, na tentativa de definição de um empreendedor típico bem-sucedido, a partir de uma perspectiva hegemônica norte-americana, desconsiderando diferenças regionais e culturais.
	A pesquisa sobre empreendedorismo ainda se encontra em débito por não dar a devida importância ao caminhar do empreendedor, olhando apenas para a linha de chegada. Pouco se estuda sobre os obstáculos, os erros, os pequenos fracassos e as adversidades superadas pelos empreendedores para se tornarem e permanecerem empreendedores.
	Necessidade de pesquisas numa linha comportamental que foque nos empreendedores e não as organizações como um todo, compreendendo os comportamentos destes, suas práticas e hábitos, incluindo erros a partir da história de vida do indivíduo empreendedor.
Empírico	Uma ordem global que parece impor, a todos e a todos os lugares, uma única racionalidade, desconsiderando que pessoas e lugares respondam ao mundo segundo os diversos modos de sua própria racionalidade: a vizinhança, a intimidade, a emoção, a cooperação e a socialização com base na contiguidade.
	Poucos estudos sobre a Região do Cariri Cearense, que é de grande relevância para o Estado do Ceará, dentro da Ciência da Administração.
Metodológico	Metodologia adotada, <i>Grounded Theory</i> , ainda pouco utilizada no contexto brasileiro, sobretudo na ciência da Administração, com um número incipiente de pesquisas que utilizam a vertente Charmaziana.
	Imposição de lógicas ou categorias cognitivas de um campo ou contexto social a outro, perdendo observações mais sensíveis à visão dos próprios empreendedores, a partir de suas histórias, que poderiam escapar de quadros teóricos já consolidados.

Fonte: elaborado pela autora (2023).

Além da reflexão sobre os teóricos citados anteriormente e as demais fontes de pesquisa, convém ressaltar — e aqui fugindo momentaneamente da impessoalidade que a ciência pede — que esta proposta de pesquisa tem forte influência do meu percurso acadêmico, mas também pessoal. A escolha de um tema é fruto de inserções no real, de interesses e circunstâncias que a ele proporcionam suas razões e seus objetivos (Minayo, 1998).

Assim, devo dizer que abraçamos esta proposta, que acabou se configurando, particularmente para mim, como algo além de uma pesquisa científica, uma forma de me situar no mundo acadêmico, vinculada à minha história, às minhas memórias e à minha forma de olhar a vida cotidiana e lê-la.

O interesse particular em relação a esse tema vem, antes de tudo, das lembranças da infância e das histórias contadas por minha avó Francisca sobre suas idas a Juazeiro durante as romarias, na tentativa de trazer renda extra para casa e, ainda, das histórias contadas por minha tia-avó Minervina, devota do “Padim Ciço” até os últimos dias de sua vida.

As histórias que aludiam à resistência, à fé, à esperança de um povo sofrido e mesmo assim feliz. Minha avó falava do burburinho das ruas, das cores, dos odores, da dormida apertada nos ranchos, das feiras e dos romeiros que muitas vezes olhavam quase tudo e compravam quase nada. Minha tia-avó, falava da fé, dos milagres de um homem santo que na terra passou para cuidar dos pobres do sertão e da saudade que sentia da “terra santa” onde viveu tantos anos, terra onde todos, alguma vez na vida, se valeriam de uma benção ou um milagre do “Padim”.

Foi revisitando minha memória que decidi, durante meu mestrado, abraçar o desafio de empreender um estudo etnográfico, que versasse acerca da cultura, dos “Negócios da Fé” e do desenvolvimento sócio-territorial (Félix, 2008), e que, por fim, me levassem a migrar, na qualidade de romeira universitária, da cidade de Fortaleza/CE, minha terra natal, para fixar morada na cidade de Juazeiro do Norte/CE, onde atuo profissionalmente e me configuro enquanto professora efetiva do curso de Administração da Universidade Federal do Cariri desde 2010, o que sinaliza o meu interesse pessoal pelo tema de pesquisa.

1.5 Organização do relatório do trabalho

A pesquisa que subsidiou o alcance dos objetivos aqui propostos foi

conduzida com base no arcabouço teórico da metodologia da *Grounded Theory*, segundo a perspectiva charmaziana (2009) e, dessa forma, houve inicialmente, pouca ênfase na teoria existente sobre a temática do empreendedorismo, uma vez que a referida metodologia — criada por Barney Glaser e Anselm Strauss, em 1967 — é uma metodologia que se destina ao desenvolvimento de uma teoria fundamentada em dados coletados em campo e analisados sistematicamente (Bianchi; Ikeda, 2008; Goulding, 2005; Locke, 2001).

Portanto, o trabalho encontra-se estruturado de uma maneira um pouco diferente do que normalmente ocorre com a utilização de outras metodologias de uso mais tradicional nas pesquisas em Administração. O trabalho conta, além da Introdução e das Considerações Finais, com mais outros quatro capítulos.

No capítulo destinado a Fundamentação Teórica, apresentamos de maneira sucinta um panorama geral acerca dos estudos sobre o empreendedorismo, sendo esta temática tratada e apresentada de forma mais aprofundada na análise dos resultados, conforme preceitua a metodologia por nós adotada.

Ainda nesta parte, considerando tratar-se a *Grounded Theory* de uma metodologia não amplamente conhecida e pouco utilizada no âmbito das pesquisas em Administração, e, ainda, devido às contribuições que a presente tese pretende trazer, entendemos oportuno apresentar alguns aspectos teóricos e especificidades dessa teoria, que consideramos serem os mais relevantes, segundo seus criadores e principais expoentes.

Em seguida, no capítulo três, discorreremos sobre os aspectos metodológicos, apresentando os paradigmas, qualificando as pesquisa, apresentando os sujeitos e os critérios de inclusão e tratando dos métodos, técnicas e instrumentos utilizados para coleta e análise dos dados.

Utilizamos a quarta parte desta tese para apresentar alguns achados na literatura sobre o sertão e o sertanejo, “alpercatas” alheias que nos serviram para pisar no campo antes de encontrarmos as nossas próprias. Por termos como lócus da pesquisa a Região do Cariri — localizada no sertão cearense — achamos oportuno nos aprofundarmos um pouco mais, trazendo alguns aspectos históricos que consideramos relevantes sobre o processo de formação desta região, que é também uma de suas principais: Juazeiro do Norte, Terra de Padre Cícero.

Por fim, no quinto capítulo, em conformidade com a metodologia adotada retornamos à literatura do empreendedorismo para aprofundarmos os

conhecimentos e discutimos os resultados obtidos a partir dessa, apresentando as categorias empíricas encontradas no campo que subsidiaram a construção da teoria substantiva que aqui apresentamos e que é, portanto discutida à luz de alguns estudos sobre o empreendedorismo. Desta forma esperamos encontrar nosso “Sertanejo Empreendedor”.

1.6 Contribuições da pesquisa

Acreditamos que o presente estudo traz contribuições de natureza econômica, científica e social na medida em que amplia o conhecimento acerca de um fenômeno de reconhecida importância econômica, considerando os aspectos de regionalidade e refletindo sobre a multiplicidade de inter-relações que forjam o “Sertanejo Empreendedor” a partir de metodologia de pesquisa carente de uso pela academia da ciência da Administração no Brasil.

Neste ponto é oportuno trazer um pouco de Darcy Ribeiro e sua obra *O Povo Brasileiro*, em que discute a formação e o sentido do Brasil. Depois de fazer um percurso pelas matrizes e gestação étnica do povo brasileiro e ainda pelo seu processo sociocultural, ele dedica um capítulo a falar dos Brasis dentro do Brasil. Ao introduzir o assunto, o autor afirma que, embora a procura por generalizações seja irresistível como aventura intelectual, é nos quadros locais que “a história, na verdade das coisas se passa [...] como eventos que o povo recorda e a seu modo explica” e conclui ser esta a razão para se olhar e refletir sobre cenários regionais (Ribeiro, 1995, p. 44).

Acreditamos, ainda, que de forma transversal, esse olhar pode favorecer a construção de contextos organizacionais mais aderentes às realidades locais, contribuindo para o delineamento de políticas para um desenvolvimento local sustentável, centradas em empreendedores locais, seus comportamentos, características e o processo de empreender.

Contribuir para fomentar reflexões geradoras de novas formas de pensar, esta é a real pretensão deste trabalho.

2 REVISÃO DA LITERATURA ou “Ô, QUE LÉGUA TÃO TIRANA”

“O real não está no início nem no fim, ele se mostra pra gente é no meio da travessia.”
Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

Neste capítulo, apresentamos alguns conceitos operacionais do trabalho que dialogam com o nosso objeto de estudo e que contribuirão para a discussão dos achados empíricos que embasaram a elaboração da Teoria Substantiva sobre o Sertanejo Empreendedor.

A pesquisa que subsidiará o alcance dos objetivos aqui propostos será conduzida com base no arcabouço teórico da metodologia da *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada nos Dados, criada por Barney Galland Glaser e Anselm Leonard Strauss, em 1967 e apresentada no livro *The Discovery of Grounded Theory*.

O lugar da revisão bibliográfica na pesquisa de Teoria Fundamentada é objeto importante de uma discussão que já vem de muito tempo e um dos pontos mais controversos, o que foi, inclusive, motivo de discordância entre seus criadores, levando-os a seguirem caminhos diferentes em sua luta para libertar novos pesquisadores das algemas de antigas ideias (Charmaz, 2009). Em que pese essa divergência de postura, os autores clássicos da Teoria Fundamentada defendem, em maior ou menor medida, o adiamento da revisão bibliográfica para que o pesquisador evite ver os dados pela “lente das ideias anteriores, o que é geralmente conhecido como ‘teoria recebida’” (Charmaz, 2009, p. 222).

Os autores argumentam que os neófitos na pesquisa podem se encantar com ideias de outras ideias e pesquisadores experientes e estabelecidos podem ficar fascinados pelas suas próprias ideias e, desta forma, em ambos o caso, a ciência perde com a possibilidade de os dados serem forçados a caber em categorias preexistentes (Charmaz, 2009).

Assim, aqueles que decidem enveredar numa pesquisa científica nos moldes da *Grounded Theory* são orientados a protelar a revisão da literatura para evitar a importação de ideias preconcebidas e a imposição delas ao seu trabalho. Tal adiamento é apresentado pelos criadores da metodologia como algo valioso, pois incentiva o pesquisador a articular suas próprias ideias daquilo que emerge do campo, mas também é visto por eles como uma questão problemática numa academia que costuma avaliar seus estudantes pelo tanto que estes conseguem articular acertadamente as teorias-chaves em seus campos ou que espera que os

alunos produzam teses que comprovem a sua habilidade em aplicar teorias e métodos bem estabelecidos (Charmaz, 2009).

Sem dúvida, essa questão foi o que fez com que esta parte do trabalho — durante todo o processo de construção e avaliação desta tese, até que pudesse ser qualificada — fosse uma légua bem tirana. “Mas alegre o coração! Padim Ciço ouviu minha prece. Fez chover no meu sertão”, assim como dizem os versos Luiz Gonzaga, foi a satisfação de adotarmos a perspectiva de Charmaz (2009) para a condução da pesquisa e escrita da tese e sua ideia de conceitos sensibilizadores, a ser tratada mais adiante.

Dito isso, o presente capítulo apresenta, de maneira sucinta, um panorama geral acerca dos estudos sobre o Empreendedorismo, conceitos sensibilizadores que nortearam e arrazoaram o nosso ponto de partida para além dos já apresentados na justificativa do trabalho.

Assim, considerando a metodologia escolhida para a construção desta tese, e conforme esta preceitua, a literatura sobre a temática do Empreendedorismo será tratada e apresentada de forma um pouco mais aprofundada na análise dos resultados, podendo-se acrescentar outros conceitos operacionais e a visão de outros autores, que auxiliem a demonstrar como a teoria substantiva apresentada refina os conceitos já existentes.

Em seguida, apresentamos alguns aspectos teóricos e especificidades da Teoria Fundamentada que consideramos serem os mais relevantes, segundo seus criadores e principais expoentes, uma vez que a *Grounded Theory*, além de ser uma metodologia não amplamente conhecida e pouco utilizada no âmbito das pesquisas em Administração, é considerada também como uma perspectiva teórica.

Ao final de cada parte, identificamos a principal contribuição teórica do que foi discutido, que foram apropriados para o trabalho de campo, e a apresentação de seus resultados.

2.1 Empreendedorismo: alguns conceitos sensibilizantes

Para a construção desta parte do referencial, foram importantes as considerações de Fillion (1999) em seu artigo “Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios”, tanto para que pudessemos ter uma visão geral de alguns elementos centrais da temática como foi visto pelos

pioneiros do campo (economistas e behavioristas) quanto para nos aproximarmos de uma definição do que é visto como empreendedorismo e como indivíduo empreendedor que assumimos no presente trabalho. De modo algum podemos dizer que a escolha por este artigo para formamos nossos conceitos sensibilizantes se deu de forma aleatória. Despertou-nos o interesse por tratar de pequenos negócios, o que entendíamos estar alinhado à realidade a qual iríamos investigar.

Para Fillion (1999) as discussões sobre pequenas empresas devem ser, forçosamente, antecedidas de reflexão sobre o conceito de proprietários-gerentes de pequenas empresas, que não pode ser falado sem que se trate do conceito de empreendedorismo.

Desde as primeiras ideias acerca deste fenômeno até às publicações mais recentes, parece existir certo consenso quanto à importância do desenvolvimento teórico e prático do empreendedorismo para a economia,⁴ questão de emprego e renda, o que nos últimos tempos o tem levado a receber reconhecimento por Estados, organizações e outros coletivos (Cury; Veiga, 2021; Guimarães *et al.*; 2021; Krüger *et al.*; 2022).

Apesar da importância dada, há que se dizer que não se trata de um conceito em que exista uma concepção única; contudo, em linhas gerais, pode-se falar de uma aquiescência que alude atributos, qualidades pessoais, conhecimentos, habilidades, motivações, atitudes, visões e orientações (Cury; Veiga, 2021; Krüger *et al.*, 2022).

De acordo com Fillion (1999), a literatura sobre empreendedorismo possui um considerável nível de diferenças no tocante a definição do termo empreendedor, pois pesquisadores se inclinam a ver e definir empreendedores utilizando antecedentes de suas próprias disciplinas. Contudo, o autor ressalta que surgem grandes semelhanças quanto à percepção do que seja um empreendedor, quando olhamos cada disciplina, ou seja, os economistas, de um modo geral, associam o empreendedor com inovação, enquanto os comportamentalistas se concentram e dão ênfase aos aspectos criativos e intuitivos.

Muito embora o termo empreendedorismo já tivesse sido usado antes, para

⁴ Fillion (1999) considera que nos modelos clássicos de desenvolvimento econômico os empreendedores sejam apenas citados em economia, e muito pouco representados por uma função, e diz que apenas os economistas interessados pelos empreendedores encontravam-se à margem da perspectiva clássica.

Filion (1999), está evidente que foi o economista Schumpeter o primeiro a prestar clara apreciação do papel empreendedor como um todo, lançando o campo do empreendedorismo e associando-o à inovação como a essência do fenômeno, e também mostrando a importância dos empreendedores na explicação do desenvolvimento econômico.

Contudo, o autor faz uma ressalva quanto à crença costumeira de que o empreendedorismo nasce tão somente das ciências econômicas, considerando que uma leitura cuidadosa dos dois primeiros autores do campo — Cantillon (1755) e Say (1803; 1815; 1816; 1839) — Filion (1999) aponta que eles, para além do interesse em economia, também se interessavam pela criação, desenvolvimento e gerenciamento de novos negócios (Filion, 1999).

Cantillon (1755) e Say (1803; 1815; 1816; 1839) *apud* Filion (1999) consideravam que os empreendedores aproveitavam as oportunidades com a perspectiva de obterem lucros e, por investirem seu próprio dinheiro, corriam e assumiam os riscos intrínsecos. Porém, Say fazia diferenciação entre empreendedores e capitalistas, associando-os à inovação e os considerando como agentes de mudança, sendo o primeiro a definir a figura do empreendedor na concepção moderna do termo, o que levou Schumpeter (1954) a admitir que a parte mais importante do seu trabalho era difundir aos anglo-saxões o universo dos empreendedores como apresentado por Say (Filion, 1999).

Essencialmente interessados no entendimento da atribuição do empreendedor como motor do sistema econômico, os economistas viam os empreendedores como detectores de oportunidades de negócios, criadores de empreendimentos, dispostos a correr riscos e que tinham a responsabilidade de sobreavisar o mercado a respeito de novos elementos (Filion, 1999).

Quanto à disposição de correr riscos, Filion (1999) acrescenta que Knight (1921) e Hoselitz (1952; 1968) ampliam essa ideia mostrando que a assunção destes se dava pelo estado de incerteza no qual trabalhava e um nível mais alto de tolerância que capacitava os empreendedores para o trabalho em condições de ambiguidade e incerteza.

Buscando literatura mais recente, podemos perceber que alguns autores ainda se referem aos empreendedores como agentes de transformação e atores essenciais no sistema econômico, percebendo e agindo sobre uma oportunidade desconhecida e sendo aptos para fazer diferentes combinações dos meios capazes

de propiciar desenvolvimento econômico e social (Almeida; Valadares; Sediya, 2017; Schaefer; Minello, 2017; Siluk *et al.*, 2018; Krüger; Bürger; Minello, 2019; Krüger *et al.*, 2022).

Cury e Veiga (2021) consideram que o empreendedor é aquele que cria, explora, encontra e coloca em prática oportunidades, combinações de componentes, produtos e processos, reconhecendo novos mercados, gerando novas empresas e desenvolvendo áreas, novas ou não, o que é corroborado e complementado por quando estes dizem que a atividade empreendedora compreende a capacidade de descobrir e explorar novas oportunidades de atuação e adquiri-la reflete a turbulência do ambiente em que se encontram tais agentes de transformação.

Contudo, para Krüger *et al.* (2022), o empreendedorismo também tem sido investigado e apresentado como uma forma de ser, o que nos leva novamente a Fillion (1999) que pontua que a recusa dos economistas em aceitar modelos não-quantificáveis levou o universo do empreendedorismo a ser visto por uma nova perspectiva — voltada para um conhecimento que aprofundasse a respeito do comportamento do empreendedor — a perspectiva *behaviorista*.

Dentro da perspectiva comportamental, Max Weber (1930) foi pioneiro no interesse pelo empreendedorismo e pelos empreendedores, ressaltando como elemento imperioso para a explicação do comportamento empreendedor o sistema de valores. No entanto, é atribuído a David C. McClelland o início da contribuição das ciências do comportamento para o empreendedorismo (Filion, 1999).

Numa análise sobre as proposições de McClelland e as críticas que se fizeram a elas, Fillion (1999) conclui aquilo que o comportamentalista realmente mostrou foi que o ser humano é um produto social e que, portanto, é coerente cogitar que, como tal, encaminha-se a reproduzir os seus próprios padrões de comportamento e, comumente, a existência de uma referência dentro do seu meio social teria um papel fundamental na decisão de fundar um negócio.

Depois de McClelland, os comportamentalistas imperaram até o início da década de 1980, no campo do empreendedorismo, com o propósito de chegarem numa definição sobre o empreendedor e as características inerentes a este. Durante esse período, muitas foram as publicações que descreveram uma série de características atribuídas aos empreendedores, produzindo resultados diversos e por vezes contraditórios, mesmo que alcançados por meio de metodologias esmeradas (Filion, 1999).

Até o momento em que Filion (1999) escreveu o artigo que citamos no início desta discussão, não havia sido possível estabelecer com clareza um perfil psicológico/comportamental absolutamente científico do empreendedor. Ainda não se havia chegado ao ponto de poder avaliar uma pessoa e afirmar, com certeza, se ela iria ser bem-sucedida ou não como empreendedora. O que era possível de se fazer era dizer se o indivíduo teria as características e aptidões mais comumente encontradas em empreendedores.

Ainda de acordo com Filion (1999), embora cada pesquisador propusesse sua definição de empreendedor — fosse aquele que cria um negócio que cresce; ou, empreendedor como o indivíduo que introduz alguma inovação — as pesquisas, de certa forma, acabaram por serem fontes de várias linhas mestras para futuros empreendedores, ajudando-os a se situarem melhor.

Para Filion (1999), uma das conclusões sobre as características dos empreendedores é que eles são moldados pelo ambiente em que vivem, refletindo as características de um período e de um lugar e, do ponto de vista do comportamento empreendedor, o empreendedorismo parece ser antes e acima de tudo um fenômeno regional, o que faz com que as culturas, as necessidades e os hábitos de uma determinada região direcionem os comportamentos dos agentes, repercutindo na forma como atuam e engendram suas empresas.

Ainda que grandes empreendedores exerçam uma influência que ultrapasse os limites da sua região e até do seu país, eles refletirão a cultura de suas comunidades e a sua regionalidade, sendo muitas vezes bons condutores de suas culturas regionais podendo, inclusive, modificá-las (Filion, 1999).

Krüger *et al.* (2022) entendem que, partindo da perspectiva do indivíduo, o que caracteriza o comportamento empreendedor é a pretensão de criar ou aperfeiçoar um empreendimento e, a intenção empreendedora é um aspecto precedente da ação empreendedora que indica o esforço que a pessoa fará para realizá-lo, e, portanto, quanto maior a intenção de um indivíduo em realizar determinado ação, maior a probabilidade de que esse se efetive. Essa intenção empreendedora pode ser afetada por vários fatores, como necessidades, valores, desejos e crenças.

Retornando às ideias de Filion (1999), além do aspecto social, os seres humanos que adquirem habilidades e se desenvolvem enquanto praticam um ofício também desempenham um papel importante no que diz respeito às características e

ao comportamento empreendedor. Desta forma, os empreendedores são pessoas que devem ser capazes de definir suas necessidades de aprendizados e de aprender continuamente a se ajustarem às atividades de seus ofícios.

Filion (1999), ao considerar que a pesquisa sobre empreendedorismo e pequenas empresas frequentemente conduz à identificação de diferentes tipos de empreendedores, em seu estudo, apresenta algumas dessas tipologias, que pelos motivos metodológicos já expostos, não achamos necessário rerepresentá-las aqui. No entanto, toda a explanação sobre as duas principais perspectivas do campo do empreendedorismo — economicista e comportamentalista — acrescidas dos aspectos das tipologias, culmina na definição de empreendedor.

Para Filion,

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões moderadamente arriscadas, que objetivam a inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (Filion, 1999, p. 19).

Alvim e Loiola (2010) apresentam o ato de empreender como uma ordenação de competências de naturezas diversas — técnicas, gerenciais e relacionais — abrangentes, complexas, dinâmicas e contingenciais que exigem regular averiguação das configurações das competências para que atendam às novas demandas do contexto, favorável ou desfavorável, uma vez que influencia na viabilidade do empreendimento.

Baggio e Baggio (2014, p. 27) definem o empreendedorismo como a “iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz; utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive; aceita assumir os riscos e a possibilidade de fracassar”.

Para Cury e Veiga (2021) empreender exige elevado grau de energia, perseverança e imaginação para que uma ideia se transforme em realidade, mas, também se baseia na capacidade de manter contatos, construir redes, gerir e reconhecer oportunidades. É importante que o posicionamento do empreendedor, diante do contexto, evidencie o comprometimento que este tem com o que é relevante para si mesmo e para sua empresa.

Guimarães *et al.* (2021) ressaltam que o estudo da temática do empreendedorismo abrange mais do que apenas a visão econômica clássica ou comportamental. Há outras concepções que podem contribuir para conduzir a investigação a um patamar diferente, que integram aspectos teóricos, ontológicos e epistemológicos, levando os pesquisadores por novos caminhos — paradigma interpretativista; as perspectivas do empreendedorismo regional; a Teoria Ator-Rede; performática e construcionista social.

Devido a essa multiplicidade de compreensões, na presente tese partimos da definição de empreendedorismo de Fillion (1990) e, dentro de uma perspectiva construcionista social, acrescentamos a ela ideias de Baggio e Baggio (2014) para chegarmos à definição que nos norteará.

Desta forma esboçamos uma definição do que entendemos ser um empreendedor, a saber: é um indivíduo 1) com elevado grau de energia, perseverança e imaginação; 2) capaz de estabelecer e atingir objetivos; 3) consciente do ambiente em que vive, refletindo e sendo bom condutor de sua cultura e regionalidade; 4) com iniciativa para criar um novo negócio, utilizando os recursos disponíveis de forma criativa; 5) disposto a aprender de forma contínua a respeito dos seus negócios e de possíveis oportunidades; 6) aceita tanto assumir riscos moderados quanto a possibilidade de fracassar, e; 7) tem o desejo de transformar o ambiente social e econômico onde vive.

2.2 *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada em Dados

A *Grounded Theory* surge do esforço colaborativo e exitoso de dois pesquisadores do campo da Sociologia, Glaser e Strauss (1967) dispostos a gerar um caminho alternativo à supremacia da lógica hipotético-dedutiva, positivista, nos estudos sociológicos. Mais do que um caminho alternativo, a metodologia proposta por estes pesquisadores era também uma reação diante da perda de espaço que toda uma linda tradição de pesquisa qualitativa estava padecendo na Sociologia (Glaser; Strauss, 1967; Charmaz, 2009; Pinto; Santos, 2012)

Apesar da presença, da solidez e do respeito que era dado a alguns programas doutorais qualitativos, os pesquisadores viam as investigações científicas, marcharem progressivamente e com mais força para desenhos de pesquisas em termos quantitativos. Sobretudo nos Estados Unidos, os estudiosos

quantitativos, a despeito das críticas veementes que se fazia à quantificação, viam seus métodos cada vez mais aprimorados ganharem espaço nas universidades, nas publicações em periódicos científicos e nas agências de financiamento (Glaser; Strauss, 1967; Charmaz, 2009).

Neste contexto marcado pelo positivismo, em que todo o esforço parecia estar concentrado em replicar teorias, testar hipóteses preliminarmente estabelecidas, falsear teorias concorrentes, descobrir relações causais e realizar previsões sobre o mundo, muito pouco era feito para a construção de novas teorias, sobretudo aquelas que se aproximassem, verdadeiramente do cotidiano das pessoas (Charmaz, 2009).

A busca por instrumentos, procedimentos, planos e conhecimento válido, técnico, passíveis de repetição e verificação, pressupunha ainda um pesquisador/observador dotado de imparcialidade e passividade e, assim sendo, as pesquisas de cunho qualitativo que objetivavam analisar e interpretar os significados atribuídos pelos sujeitos de pesquisa incitava críticas quanto ao seu valor científico (Charmaz, 2009).

Nas palavras de Charmaz (2009, p. 18) “os pesquisadores dos anos de 1960 viam a pesquisa qualitativa como impressionista, anedótica, não sistemática e tendenciosa”, uma visão que gerava problemas, pois, como a prioridade dada por eles era reproduzir e verificar resultados desvalorizavam em suas pesquisas os problemas humanos; assim desconsideravam questões de pesquisas não ajustadas aos planos positivistas, e; quando reconheciam a pesquisa qualitativa, faziam-no como um exercício preliminar para aprimorar instrumentos que seriam utilizados nas pesquisas qualitativas. “Conforme o positivismo ganhava força [...] a divisão entre teoria e pesquisa crescia simultaneamente” (Charmaz, 2009, p. 18).

Na contramão do empenho dos pesquisadores e cientistas da época — cujos esforços pareciam estar concentrados em apenas validar teorias existentes, abstratas, formais e generalizáveis — Glaser e Strauss (1967) buscaram articular, sistematizar e apresentar as estratégias de pesquisa de seus trabalhos conjuntos, sobre a experiência da morte em hospitais dos Estados Unidos, realizados naquela década, defendendo no livro *The Discovery of Grounded Theory* o desenvolvimento de teorias baseadas em dados, no lugar da dedução de hipóteses de teorias já existentes (Glaser, Strauss, 1967; Charmaz, 2009; Pinto; Santos, 2012)

Glaser e Strauss (1967), portanto, elaboraram uma metodologia de pesquisa que propunha explorar a realidade dos sujeitos estudados para forjar uma teoria

fundamentada em dados representativos desta realidade, em vez de obrigá-la a se encaixar em pressuposições ou categorias/conceitos teóricos pré-existentes. Desta maneira, a teoria deixaria de ser o ponto de partida e, por sua vez, a construção de uma teoria substantiva seria o ponto de chegada (Charmaz, 2009; Pinto; Santos, 2012).

Vanguardistas, Glaser e Strauss (1967), não apenas se opuseram aos pressupostos metodológicos positivistas e quantitativos da época, mas também contestaram consensuados entendimentos metodológicos, oferecendo estratégias para a prática da pesquisa qualitativa como uma lógica própria (Charmaz, 2009).

Foram ousados em afirmar que, a despeito da sistematização que as teorias quantitativas utilizavam, isso não garantia a geração de um conhecimento teórico imparcial e não enviesado, pois, de acordo com os autores, um pesquisador “pode se tornar doutrinário e pode não conseguir enxergar além dos limites do arcabouço teórico que escolheu” (Glaser; Strauss, 1967, p. 46) e gerar resultados e conclusões que tem muito mais a ver com os (pré) conceitos teóricos de pesquisadores exageradamente comprometidos com uma teoria em particular, do que com a verdade científica (provisória) da “realidade empírica” (Glaser; Strauss, 1967; Charmaz, 2009; Pinto; Santos, 2012).

Desta forma, no modelo de pesquisa da *Grounded Theory*, parte-se da observação empírica, numa lógica invertida, em que o pesquisador primeiro decide o que e onde estudar. A partir disso — tendo identificado o problema em termos gerais, selecionado o local onde esse problema pode ser estudado, o pesquisador fica aberto às evidências que emergem, gradualmente, dos dados, e que, num efeito cumulativo, ditam a sua agenda de pesquisa (Locke, 2001; Charmaz, 2009; Pinto, Souza, 2012).

Para os criadores desta metodologia, o tipo de teoria a ser desenvolvida pela *Grounded Theory* se enquadra como teorias substantivas, que se referem a explicações de situações cotidianas, desenvolvidas por pesquisa empírica e que nasceriam diretamente de dados do mundo real (Bianchi; Ikeda, 2008; Goulding, 2005; Locke, 2001).

Sobre o tipo de teoria que emerge dos dados, Glaser e Strauss (1967) tipificam-na em teoria formal e teoria substantiva. Como teorias formais, entendem-se aquelas amplas, gerais e com presunção de generalizações, sendo aplicáveis a várias disciplinas, interesses e problemas (Goulding, 2002; Pinto; Sousa, 2012). Por

outro lado, as teorias substantivas ponderam sobre a complexidade da vida social. Dão-se numa dada situação circunscrita, apenas dentro dos limites de um dado contexto social, e, portanto, são tidas como peculiares e inerentes ao seu escopo; ricas em nuances e sutilezas advindas da compreensão ou explicação de uma realidade local particular, e; que se apresentam a partir das vivências de um determinado grupo social representativo da realidade dos sujeitos (atores) estudados. Portanto, não há preocupação de generalização estatística (Flick, 2004; Ichikawa; Santos, 2002; Goulding, 2002, Pinto; Sousa, 2012).

Locke (2001) afirma que o valor de uma teoria substantiva vem da utilidade no dia a dia não apenas para os pesquisadores, mas também para os “leigos” e dessa forma, para que seja vista como boa, necessita ser apreendida, compreendida, aplicada e mostrar-se relevante para a prática da realidade cotidiana daqueles que vivenciam o processo social explorado. Concordamos com Pinto e Sousa (2012) quando estes dizem que alcançar tal feito não é ofício simples.

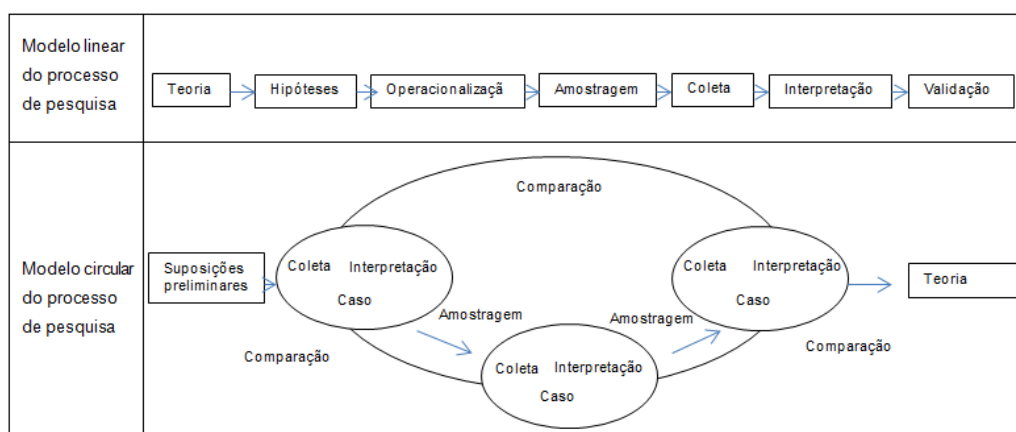
As teorias substantivas formuladas pela metodologia da *Grounded Theory* assim são “a partir dos termos que os próprios agentes sociais usam para interpretar e organizar o seu mundo” (Pinto; Santos, 2012, p. 420). Contudo, é um engano pensar que é suficiente apenas obter o discurso dos entrevistados para a geração de uma teoria substantiva, pois esta não se constitui por si tão somente com e a partir das palavras.

O processo de construção de uma teoria substantiva exige do pesquisador mergulhos num esforço hermenêutico que começa quando ele olha para os dados e indagar: “o que está acontecendo aqui?” e que só termina quando este consegue vislumbrar um conjunto de conceitos e relações configurando, assim, uma teoria substantiva. Este mergulho incluem comparações constantes da amostragem, além da codificação, categorização, redação de memorandos, e o estabelecimento da codificação teórica e seletiva (Glaser; Strauss, 1967).

A aplicação da *Grounded Theory*, não é linear. O pesquisador se movimenta entre as diversas etapas da pesquisa de forma cíclica, sobretudo entre os processos de coleta e análise e vice-versa, o que é um ponto forte da metodologia, pois o pesquisador se vê obrigado a ponderar com certa constância sobre o processo de pesquisa em sua inteireza. No entanto, essa circularidade no processo não é livre de problemas, pois não se encaixa com o que o paradigma tradicional utiliza nas avaliações das pesquisas acadêmicas (Noble, 2002; Flick, 2004).

Portanto, há uma análise dos achados entre si por meio de um método denominado de Método da Comparação Constante em busca de conceitos e pressupostos significativos para a área em estudo, ao invés da averiguação das teorias já concebidas (Glaser; Strauss, 1967; Charmaz, 2009). Essa diferenciação da Teoria Fundamentada com outros métodos pode ser visualizada através de um esquema formulado por Flick (2004), apresentado na Figura 2.

Figura 2 — Modelos de Processo e Teoria de Pesquisa



Fonte: Fick (2004, p. 61).

Para Charmaz (2009), Glaser e Strauss trouxeram uma mensagem revolucionária ao proporem que uma análise qualitativa sistemática tinha lógica própria e poderia gerar teoria. Ao tratar os componentes definidores da prática da Teoria Fundamentada apresentada por seus criadores, Charmaz (2009) elenca algumas delas, afirmando que o engajamento nessas práticas ajudam os pesquisadores a controlar seu processo de pesquisa, bem como um aumento do poder analítico do trabalho.

Entre as práticas encontram-se 1) o envolvimento simultâneo na coleta e análise de dados; 2) a construção de códigos e categorias analíticas a partir dos dados e não a partir de hipóteses preconcebidas logicamente deduzidas; 3) a utilização do método de comparação constante que envolve fazer comparações durante cada etapa; 4) o avanço do desenvolvimento teórico durante cada etapa de coleta e análise de dados; 5) a criação de memórias para categorias elaboradas, definindo relações entre categorias e identificando lacunas; 6) uma amostragem voltada para a construção teórica (amostragem teórica) e não para a representatividade populacional, e; 7) a realização de uma revisão da literatura após

o desenvolvimento de uma análise independente (Charmaz, 2009).

Estas práticas apresentadas necessitam de algumas condições como, por exemplo, o pesquisador precisa buscar pesquisa com base no método da *Grounded Theory*: o pesquisador precisa se comprometer a evitar ter sua mente ocupada com ideias pré-concebidas, desenvolver uma habilidade de pensar conceitualmente a partir dos padrões que emergem no processo de coleta e codificação/categorização dos dados do campo (sensibilidade teórica); exercício constante de transcender as simples descrições das narrativas e abstrair, para conceituá-las e dar significado. Esse é o calcanhar de Aquiles do pesquisador que envereda por este tipo de pesquisa, pois as limitações do estudo podem advir do perfil do pesquisador e da sua habilidade — ou da falta dela — em reconhecer os *insights* e fazer elaborações teóricas a partir deles (Glaser; Strauss, 1967; Ichikawa; Santos, 2002; Nobel, 2002; Charmaz, 2009).

Em síntese, a *Grounded Theory* busca conceber teorias a partir de dados obtidos no campo, que serão submetidos de forma sistemática a uma análise comparativa constante, sendo comparados, codificados, categorizados, agrupados e reagrupados, até que seja encontrada uma categoria central (*core category*) que sirva como fio condutor dos conceitos que emergirem, costurando-os de maneira organizada para formar uma teoria substantiva (Glaser, Strauss 1967; Glaser 1978; 2004; Charmaz, 2009).

Assim, a cada entrevista, o pesquisador precisa organizar os incidentes (termo utilizado na metodologia da *Grounded Theory* para se referir às afirmações relevantes dos sujeitos para o objetivo da pesquisa), codificando-os e analisando-os para dispor do próximo caso, pautado na relevância para o surgimento da teoria (Charmaz, 2009; Noble, 2002; Glaser; Strauss, 1967).

Adotando considerações ontológicas e epistemológicas do subjetivismo, que consideram a realidade como uma construção social (Berger; Luckman, 2014) o método se aproxima do interacionismo simbólico e busca explicar a realidade a partir dos significados atribuídos pelos sujeitos às suas experiências. Dessa forma, observa-se e compreende-se o mundo contextualizado dos participantes e as interpretações que estes fazem dele e de si mesmos (Locke, 2001, Bandeira-de-Mello, 2006).

Para Gil (2019), o propósito do pesquisador que busca desenvolver sua pesquisa com base nesta metodologia, não é, pois, o de testar uma teoria, mas de

buscar compreender como determinada situação acontece e se desenvolvem os motivos que levam aos participantes a agirem da forma como agem. Gil (2019, p. 66), ainda alerta que a teoria que emerge dos dados não pode ser entendida como uma realidade objetiva, mas sim como “reconstruções da experiência” que é contada pelo pesquisador conjuntamente com os sujeitos da pesquisa por meio de uma teoria.

Em que pese tratar-se de um método subjetivista, não alinhado aos cânones positivistas, os procedimentos de análise da *Grounded Theory* intencionam tornar os resultados os mais objetivos possíveis, de maneira que se abra possibilidade de escrutínio público sobre o processo de pesquisa utilizado (Sant’Anna; Nelson, 2013; Bianchi; Ikeda, 2008; Goulding, 2005; Bandeira-de-Mello, 2006; Locke, 2001).

Walsh *et al.* (2015) dizem que, para o paradigma conceitual da *Grounded Theory*, fundamental são seus princípios de emergência, exemplos teóricos e a comparação constante. Como princípio de emergência, apontam para a exigência de que o pesquisador se mantenha aberto às descobertas empíricas na área em estudo, libertando-se de ideias pré-concebidas ou marcos teóricos retirados da teoria existente. É necessário entrar no cenário da pesquisa com o mínimo de ideais pré-determinadas possível — especialmente as logicamente deduzidas *a priori* — e, desta forma, a relevância será alcançada através dos processos em conjunto de amostragem teórica e comparação constante, garantindo assim que a teoria emerja dos dados e não de teoria existente.

Desta forma, neste momento do projeto, nos distanciamos tanto quanto possível das teorias sobre a temática do empreendedorismo, focando prioritariamente, em arcabouços teóricos acerca da *Grounded Theory*, tendo como bases teóricas principais: Blazer e Strauss (1967), Strauss e Corbin (2008), Locke (2001), Charmaz (2009), Bryant e Charmaz (2007). Além desta bibliografia, considerada clássica e fundamental para os estudos baseados em Teoria Fundamentada (Bandeira-de-Mello, 2006), alguns artigos e teses selecionadas na análise bibliométrica contribuíram para algumas considerações teóricas e metodológicas apresentadas neste trabalho.

Cabe ressaltar que privilegiar essa metodologia não nos impediu, contudo, de identificar, sem aprofundamento, importantes conexões possíveis do que se pretende estudar, com o arcabouço teórico acerca do empreendedorismo, de forma a nos possibilitar perceber as contribuições que este trabalho trará para o estado da

arte; e, ainda, trabalhos acadêmicos e outras obras (da antropologia, da sociologia, da história, da geografia e da literatura) que nos auxiliaram na identificação das características do sertão nordestino e do sertanejo — apresentando-os ao longo de toda a tese e não, necessariamente, de forma concentrada como Fundamentação Teórica.

Ressaltamos que, como dito anteriormente, pela perspectiva de Charmaz (2009) é possível a realização de uma revisão da literatura após o desenvolvimento de uma análise independente, que evidencie os possíveis achados da teoria substantiva.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS ou “DE ALPARCATA E PÉ NO CHÃO”

“Quem elegeu a busca, não pode recusar a travessia [...]”
Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

3.1 Caracterização e tipo de pesquisa

Para Gil (2019) entre os diversos fatores presentes no processo de decisão por uma metodologia científica, a escolha depende, em grande parte, da consonância do método escolhido com a natureza do objeto e dos objetivos da pesquisa que se quer realizar. Desta forma, considerando a natureza do objeto de estudo e os objetivos traçados a alcançar, a presente pesquisa delineou-se como uma investigação, de abordagem qualitativa, empírico-indutiva, exploratória e descritiva, estudo de campo, com orientação filosófica alinhada a uma estrutura interpretativa com base no interacionismo simbólico/construtivista social que, segundo Creswell (2014), proporcionam ao pesquisador a complexidade de visões que levam à construção de uma dada realidade.

A pesquisa se deu segundo estratégia da *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada, associando o uso das técnicas e procedimentos apresentados pelo viés mais ortodoxo da referida metodologia (Glaser, 2004; Strauss, Corbin, 2008), a um viés mais construtivista-interpretativista manifesto na perspectiva da Teoria Fundamentada de Charmaz (2009), que pauta sua fundamentação teórica nas visões ou perspectivas dos indivíduos e por meio de normas históricas e culturais que operam na vida destes.

A opção pela abordagem qualitativa se deu a partir do entendimento de que esta fornece uma compreensão mais profunda de fenômenos sociais complexos ou únicos, cuja interpretação dos resultados surge da percepção do fenômeno no contexto em que se desenvolve, não sendo, portanto, vazia de significado e privilegiando os sujeitos sociais detentores dos atributos que o pesquisador almeja conhecer (Trivinos, 1987; Minayo, 1994).

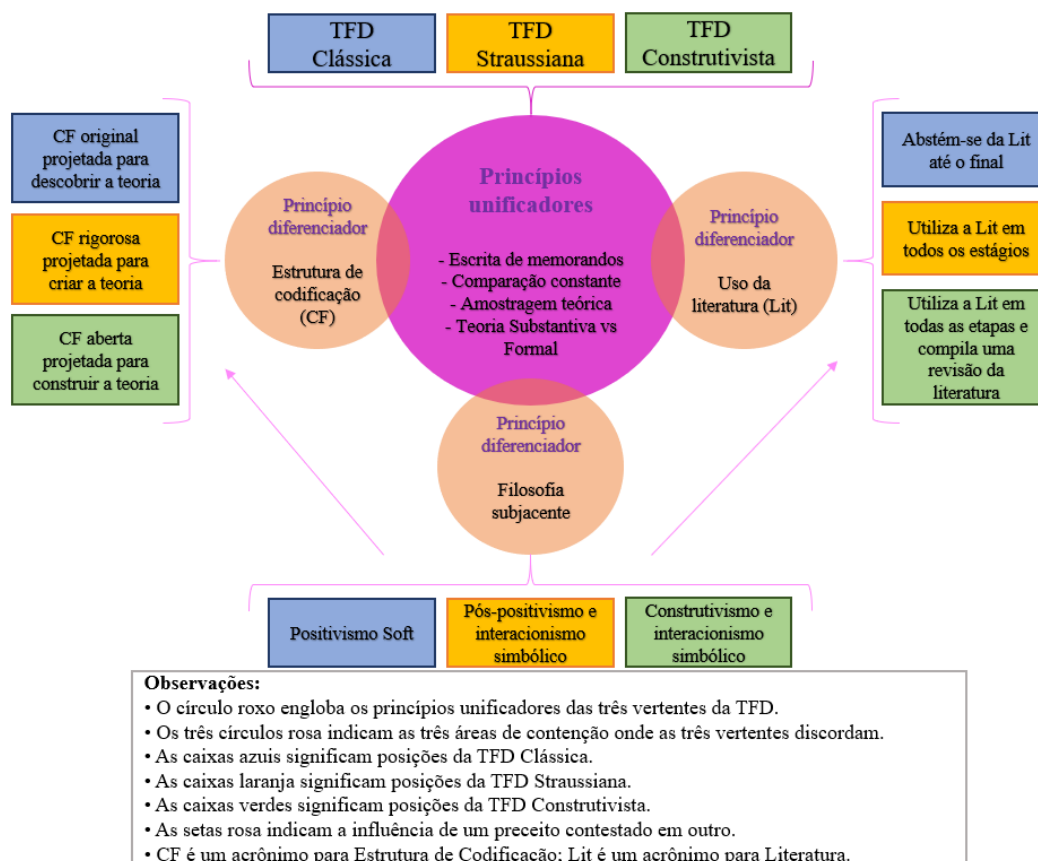
Outro fator que nos levou a metodologia qualitativa foi o entendimento de que o estudo tem um caráter exploratório (Gil, 2019), não no que diz respeito ao empreendedorismo em si, mas no que diz respeito àquele a quem buscamos: o “Sertanejo Empreendedor”.

No que diz respeito à mencionada associação de diferentes perspectivas da *Grounded Theory* para a condução da pesquisa, apesar desta, reforçamos que

encontramos em Charmaz (2009) o nosso Fio de Ariadne, uma vez que é a perspectiva que ela apresenta que harmoniza o pensamento dos criadores e principais expoentes da *Grounded Theory*, o que nos parece muito interessante e pertinente.

Além disso, Charmaz (2009) assume e defende uma perspectiva construtivista, pois entende que o conhecimento é uma construção do sujeito entrevistado e do pesquisador e que é resultado, não da interpretação da coleta de dados em si, mas, da criação dos dados, associando-a à perspectiva interpretativista de Strauss e Corbin (2008), e dessa forma a autora entende a importância de se colocar, temporalmente, de lado a revisão bibliográfica, para evitar as restrições ao pensamento livre que a literatura possa impor, conforme o proposto por Glaser (1978), mas não propõe que isso seja feito de forma extrema (Charmaz, 2009; Medeiros, 2021). Apresentamos na Figura 3 alguns dos princípios unificadores e diferenciadores da Teoria Fundamentada, por Medeiros (2021), para uma melhor compreensão das três perspectivas.

Figura 3 — Princípios unificadores e diferenciadores da Teoria Fundamentada



Fonte: Medeiros (2021, p. 91).

Cabe dizer que buscar uma mescla de ambas as perspectivas não nos parece uma decisão incoerente, uma vez que a abordagem construtivista de Charmaz (2006, 2009), que, segundo Creswell (2014), inclui enfatizar mundos locais diversos, múltiplas realidades e as complexidades de mundo, visões e ações particulares, colocando maior ênfase nas visões, valores, crenças, sentimentos, suposições e ideologias dos indivíduos, não desconsiderando a necessidade de reunião e codificação de dados e uso de amostragem teórica em sua abordagem.

Ao longo de sua obra, Charmaz (2009) revela sua proposta construtivista-interpretativista, elencando alguns pressupostos:

1. a estratégia de pesquisa não precisa ser rígida;
2. conceitos sensibilizadores podem auxiliar os pesquisadores nos primeiros estágios da pesquisa como a formulação do roteiro de entrevista e a desenvolver ideias próprias sobre os dados;
3. o comprometimento com o desenvolvimento das ideias emergentes que evidencia a necessidade de buscar por novos entrevistados para tornar claro um determinado ponto;
4. amostras pequenas podem ser suficientes para o trabalho para gerar dados relevantes, adequados e suficientes para representar o fenômeno em estudo;
5. possibilidade de utilizar outras fontes suplementares de dados;
6. dados sobre contextos de pessoas, processos e ambientes contribuem para a compreensão do fenômeno;
7. a entrevista deve explorar o tema buscando alcançar o significado e os símbolos atribuídos pelos entrevistados (ênfase interacionista simbólica);
8. apresenta a Teoria Fundamentada como um *continuum*, e desta forma o pesquisador pode escolher, conforme as suas linhas epistemológicas, uma perspectiva mais objetivista ou mais construtivista.

Entendemos que privilegiar a perspectiva de Charmaz (2009), sem, contudo, abrir mão de procedimentos mais sistemáticos de outras abordagens da *Grounded Theory* como, por exemplo, a de Strauss e Corbin (2008), auxiliou a execução do trabalho, uma vez que esta era a primeira experiência da pesquisadora com a metodologia. Acreditamos também que essa fusão de métodos contribuiu para um resultado mais rico, pois, ao final dele, tivemos condições de ter as vozes dos empreendedores locais que participaram da pesquisa e ainda esboçar uma

representação gráfica ou um esquema criado a partir da categoria central da teoria substantiva.

Ressaltamos que a representação da teoria ou processo na *Grounded Theory*, segundo Charmaz (2009) é uma representação de uma teoria co-elaborada a partir do diálogo entre “nativos” e pesquisador, com base na compreensão deste último, não um retrato da realidade. Portanto, partindo disso, não buscamos estabelecer, necessariamente, relações causais e sim apresentar a existência de múltiplas realidades em um contexto específico, sem esquecermos que fatos e valores são indissociáveis.

Acreditamos que as escolhas feitas, no que diz respeito à abordagem da pesquisa, estão alinhadas quanto à ontologia, a epistemologia e ao paradigma de pesquisa. Considerando essas escolhas, encontramos na *Grounded Theory* uma diretriz metodológica coerente e aberta o suficiente, que faz jus à complexidade do objeto em estudo. Para Flick (2004) a *Grounded Theory*, por suas raízes no Interacionismo Simbólico compreende todas as teorias como construções simbólicas da realidade.

Walsh *et al.* (2015) ampliam essa visão pontuando de que a *Grounded Theory* é ensinada em muitas escolas de doutorado em todo o mundo e exemplificada na maioria dos livros que tratam de metodologia de pesquisa, além de publicações em periódicos como um método de pesquisa qualitativa. Contudo, os autores advogam que as diretrizes da *Grounded Theory* podem ser aplicadas com quaisquer dados (qualitativos e/ou quantitativos) a partir de diferentes pressupostos filosóficos (positivismo, interacionismo, construtivismo, realismo crítico, entre outros), e de diferentes fluxos e intenções atribuídas pelo pesquisador.

Para Creswell (2014) pesquisas assim configuradas permitem que os investigadores busquem significados subjetivos das experiências de seus pesquisados, ouvindo atentamente ao que as pessoas dizem ou fazem no seu contexto de vida, abordando os processos de interação entre os indivíduos, como também focando nos contextos específicos em que as pessoas vivem e trabalham para compreender os contextos históricos e culturais dos participantes.

Por tratar-se de um método ainda pouco utilizado no contexto brasileiro das pesquisas em Administração nas pesquisas relacionadas ao empreendedorismo (Silva; Gil, 2015), a seção que se segue traz outras informações visando melhor compreensão da metodologia e conseqüentemente do desenho da pesquisa.

3.1.1 Tipo de pesquisa e procedimentos de coleta de dados

Considerando a escolha pela *Grounded Theory* ou Teoria Fundamentada em Dado — método de natureza indutiva, com pouca ênfase inicial na teoria existente, qualitativo e que mantém estreita semelhança com outros, como a etnografia e a fenomenologia, sofrendo forte influência do interacionismo simbólico — o processo de coleta de dados se deu através de entrevistas não estruturadas, segundo a estratégia da História de Vida (Vogt; Bulgacov, 2019), para permitir a descoberta de novas ideias e temas. Dispomos, ainda, com a observação não participante.

A coleta de dados na Teoria Fundamentada pode servir-se da utilização de grande número de técnicas de coleta, como são exemplos: a observação participante, as entrevistas, os discursos, as cartas, as biografias, as autobiografias, a pesquisa bibliográfica, dentre outras. Conquanto o número ou a técnica de coleta escolhida utilizada, o que contribui para o fortalecimento da construção da teoria substantiva emergente é a interpretação gradual, sistemática, comparativa e sensível daquilo que foi coletado.

Nesse sentido, Charmaz (2009, p. 25) defende que a principal diretriz para o procedimento de coleta de dados é ter em mente que o uso dos dados tem como “objetivo estudar o modo como as pessoas compreendem as suas circunstâncias e a forma como atuam nestas. Dessa maneira o que se busca são dados detalhados e completos, estabelecendo-os em seus contextos sociais e relevantes”.

Com antecedentes na narrativa, a estratégia da História de parte dos registros de histórias individuais de uma vida inteira, por meio de mediação do entrevistador (Vogt; Bulgacov, 2019), o que, na tese em pauta, foi utilizada como uma estratégia orientadora e método de condução da coleta de dados, associados às demais diretrizes da *Grounded Theory* (Hatch; Wisniewski, 2003; Yitshaki; Kropp; Honig, 2021).

Entendemos que essa estratégia contribuiu para ampliar o espaço de fala dos sujeitos da pesquisa, que assim podem responder e/ou falar o que julgam ser importante, e contribuir, de certa maneira para evitar a importação e a imposição de ideias preconcebidas ao trabalho, como nos orienta Charmaz (2009).

Para Mageste e Lopes (2007) a história de vida, nas últimas décadas, se mostra como valiosa ferramenta para a análise da vida de indivíduos, com potencial considerável para o desenvolvimento teórico do campo da Administração,

principalmente em estudos que envolvam, entre outros aspectos, os culturais.

A utilização dessa estratégia no processo de coleta dos dados da tese se revelou relevante e desafiadora. Relevante por possibilitar uma abrangência e aprofundamento, a partir do olhar do próprio sujeito, do senso de si,⁵ dos significados, do comportamento e suas identidades empreendedoras e da constatação e compreensão de seus reflexos no meio social para além das restrições de suas histórias de vida individuais (Cunningham *et al.*, 2022; Colling; Oltramari, 2019). Desafiador pelo volume dos dados que esse tipo de estratégia gera, exigindo uma atenção e habilidade ainda maior no processo de tratamento (transcrição e codificações).

Na Teoria Fundamentada é desejável que as questões guias sejam modificadas quando a coleta de dados avança, como uma forma de refinamento, propiciando as informações pretendidas e refletindo as categorias e conceitos que requerem maior desenvolvimento (Gil, 2019; Harley *et al.*, 2009).

Sobre a entrevista para a coleta de dados na *Grounded Theory*, Gil (2019) diz que esta não necessariamente é dirigida a uma categoria específica, mas a pessoas que de alguma forma se relacionam com o fenômeno a ser pesquisado. Gil (2019) alerta para a necessidade de que, ao longo do processo o entrevistador, entre outras perguntas, se questione sempre quais categorias de análise as respostas sugerem e que relacione sempre cada nova entrevista com a entrevista anterior. Ainda sobre o processo de coleta de dados, o autor diz ser oportuno que o pesquisador anote ideias significativas para a construção da teoria à medida que estas forem surgindo.

O trabalho de campo teve o seu início entre os meses de janeiro e março de 2021, não se tratando de uma coleta de dados formal de pesquisa. Ocorreu através de conversas informais com dois empreendedores locais de forma não sistemática, eminentemente exploratória, sem o suporte de um instrumento de pesquisa e resultando apenas em algumas observações, a fim de nos familiarizarmos com o cotidiano e a dinâmica destes e alguns outros aspectos que foram considerados relevantes. Essas conversas contribuíram para a tarefa de construção de um roteiro inicial de entrevista e observação, que apresentamos no Apêndice A; a partir dela, podemos vislumbrar outros possíveis sujeitos de pesquisa.

⁵ O senso de si pode ser descrito como uma perspectiva complexa e primária de organização das experiências subjetivas constituídas por capacidades que entram em ação no curso da vida, na interação entre o indivíduo e seu meio (Brazão, 2011).

Partindo da perspectiva escolhida, a de Charmaz (2009), iniciamos propriamente a primeira fase de campo em novembro de 2021, fase marcada por “dedos de prosa” e visitas aos sujeitos em seus empreendimentos. A condução das entrevistas não-estruturadas se deu segundo a estratégia de História de Vida. Ressaltamos que antes de aplicarmos as entrevistas propriamente ditas, ao menos uma visita foi realizada a cada sujeito, com vistas a promover uma interação mais fluída, quebrar a barreira do estranhamento inicial, que acreditamos ser comum a um processo que requer alguma análise do comportamento humano com alguma profundidade.

Depois de pelo menos uma visita inicial, agendávamos as outras visitas para realização da entrevista e para o processo de observação não participante, considerando a disponibilidades de cada sujeito; contudo, todas as entrevistas se deram de forma presencial e no local de trabalho dos empreendedores. Ao final de cada entrevista, deixávamos claro o processo que se sucederia e a possibilidade de novas entrevistas para esclarecer alguns pontos de entrevistas anteriores, no que os empreendedores se mostraram bastante receptivos.

Assim, nesta primeira fase do trabalho de campo, podemos dizer que, para além da coleta de dados, privilegamos o estreitamento dos laços entre a pesquisadora e os sujeitos entrevistados e, dessa forma, contamos com conversas informais e visitas a outros espaços do cotidiano dos empreendedores, suas casas e locais onde alguns destes desenvolvem projetos sociais.

Sobre o roteiro de entrevistas, optamos por fazer poucas perguntas com o foco na maneira pela qual os empreendedores locais se tornam e permanecem empreendedores, evocando sua história de vida e outras narrativas, mas deixando os entrevistados à vontade para falarem do seu percurso enquanto empreendedores, evocando suas memórias anteriores ou não ao início deste percurso empreendedor. Destas falas, o sertão e o sertanejo se apresentaram naturalmente.

Charmaz (2009) diz que ao embarcar no processo de pesquisa com bases na Teoria Fundamentada, o processo de entrevista, que ela denomina de “entrevista intensiva” deve ser como uma conversa suavemente guiada e unilateral, capaz de explorar a perspectiva dos participantes da pesquisa sobre sua experiência pessoal com o tema de pesquisa, podendo ser ora mais amplo e fluído como as histórias de vida das pessoas e ora mais estreito e focado como a visão do participante sobre a

questão específica da pesquisa.

Assim, achamos uma decisão favorável e acertada a opção por um roteiro com poucas perguntas (Apêndice A), que foi sendo modificado à medida que as entrevistas com os sujeitos avançavam (inclusões, exclusões, ordem das perguntas) como reflexo daquilo que o campo nos entregava.

Charmaz (2009, p. 57) diz que o pesquisador precisa conduzir as entrevistas buscando aprofundar a experiência e as situações dos participantes, dando ênfase na compreensão da perspectiva, dos significados e da experiência e que, portanto, trat-se de um processo de fala, incentivo, escuta e aprendizado: “Durante a entrevista, o participante fala, o entrevistador incentiva, ouve e aprende”.

A *Grounded Theory* é uma metodologia, como dito anteriormente, que exige muita sensibilidade do pesquisador. A escuta atenta com a mínima intervenção possível será a forma de condução das entrevistas. Entendermos ter sido este um valioso direcionamento, sobretudo por que, mesmo ao final da tese, ainda nos sentimos tateando no que diz a aplicação da metodologia em sua totalidade e seus resultados. Sem dúvida, trata-se de um método que exige muito do pesquisador. Como diz Charmaz (2009, p. 31), métodos são meras ferramentas e o pesquisador precisa “ver através do arsenal de técnicas metodológicas [...] através de um olhar aguçado, a mente aberta, o ouvido apurado e a mão confiante”.

As entrevistas com os sujeitos da pesquisa foram gravadas com aparelho gravador digital de voz, transcritas tão logo quanto possível e analisada antes da entrevista seguinte com o propósito de verificar a necessidade de mudança do roteiro e conduzir o processo de comparação entre entrevistas, conforme prevê o método em questão.

Se o valor da explanação dos procedimentos metodológicos reside em apresentar trilhas de pesquisa e replicação para os que virão, não seria justo, tampouco adequado, deixar de dizer que algumas entrevistas levaram um tempo superior à quinze dias para serem transcritas, organizadas e codificadas, algo indesejável nesse tipo de pesquisa, pois assim ficamos mais sujeitos aos caprichos de nossa memória”, o que diminui nosso entendimento quanto ao que os dados podem nos fornecer, sobretudo quanto às expressões faciais/corporais dos entrevistados, que podem dizer muito sobre o que é falado.

Para a tarefa de transcrição utilizamos o suporte do *WebCaptioner*.⁶ Os ajustes das transcrições foram realizados pela pesquisadora, repassando e conferindo os áudios originais e algumas observações e informações escritas em diário de campo, quando estes não eram claros. Assim nesta primeira fase contamos com aproximadamente 16 horas e 36 minutos de tempo de entrevista, em média 1 hora e 3 minutos por entrevista. Esta fase foi concluída em março de 2023.

A segunda fase de coleta de dados em campo ocorreu nos meses de julho e agosto de 2023, e o objetivo foi fazer checagens quanto aos códigos e categorias que emergiram das análises realizadas na fase anterior. Nesta fase, as entrevistas foram feitas apenas com dois dos entrevistados da fase anterior (em dois momentos distintos), escolhidos com base na riqueza de informações que vieram das entrevistas realizadas com estes na primeira etapa. Acreditamos com isso ter conseguido atingir a saturação teórica que ocorre quando no desenvolvimento da teoria substantiva chegamos ao ponto de não surgirem “novas propriedades, dimensões ou relações durante a análise” (Strauss; Corbin, 2008, p. 143).

Com base na perspectiva norteadora de Charmaz (2009), buscamos não tolher as narrativas dos empreendedores no anseio por atingirmos a saturação necessária para afirmações teóricas. Importou-nos, também uma perspectiva retórica do empreendedorismo na tentativa de apreender aspectos da identidade cultural desses empreendedores, por acreditarmos na riqueza que pode trazer para um estudo como o nosso.

No que diz respeito às observações, registramos, entre outras coisas que nos chamaram atenção durante as entrevistas e visitas, comportamentos dos entrevistados e a quantidade de tempo gasto em cada encontro. Contamos com as notas em diário de campo para registrar estas observações, acontecimentos e descrições e algumas interpretações que julgamos pertinentes acerca do cotidiano, discurso e prática dos sujeitos. Tais notas subsidiaram, no momento da análise dos dados, a construção de alguns dos memorandos iniciais.

Em menor quantidade, no diário de campo, foram registradas algumas notas sobre os sentimentos da pesquisadora durante os encontros e diante dos achados. Assim o fizemos acreditando que isso pudesse ter alguma influência na teoria que

⁶ Site que realizava transcrições por meio de reconhecimento de voz em tempo real e automática que funcionou de forma on-line e gratuita até outubro de 2023.

seria gerada, já que esta foi co-elaborada a partir do diálogo entre a pesquisadora e os sujeitos da pesquisa. Percebemos que esta prática se mostrou menos importante no que diz respeito à construção da teoria substantiva propriamente dita, e muito mais como um termômetro quanto à importância atribuída aos achados.

Após a estratégia para a coleta de dados, estes são utilizados para os procedimentos de análise através da codificação inicial, focalizada e teórica, seguindo as diretrizes da perspectiva charmaziana.

3.2 Participantes da Pesquisa

Segundo Pinto e Santos (2012) embora em muitas pesquisas sociais se priorize a lógica da amostragem representativa, esta não atende à condução de uma pesquisa suportada pela metodologia da Teoria Fundamentada, cujo objetivo é a construção de uma teoria substantiva.

Especificamente, no arcabouço teórico da *Grounded Theory*, fala-se da “amostragem teórica” como de um tipo de amostragem direcionada pela própria teoria em construção, baseada na ideia de procurar locais, pessoas, fatos que maximizem as oportunidades de fazer descobertas e comparações, tornando mais densas as categorias que emergirem do campo (Strauss; Corbin, 2008; Charmaz, 2009; Goulding, 2002).

No início do trabalho de campo, a seleção dos dois primeiros entrevistados se baseou na “sensibilidade” da pesquisadora. Por sua vivência por mais de uma década como professora do Curso de Administração na Universidade Federal do Cariri, e, por antes já ter realizado sua pesquisa de Mestrado, tendo a cidade de Juazeiro do Norte-CE como recorte espacial, contribuiu para que fosse realizada a primeira inserção em campo.

Dadas às especificidades da metodologia em uso, delineamos alguns tipos de pessoas que gostaríamos de entrevistar. Desta forma, o recorte social deste estudo foi representado por 1) pessoas que fossem reconhecidas, pelos próprios filhos da Região do Cariri, como empreendedoras em uma ou mais cidades constantes no recorte espacial apresentado anteriormente; 2) empreendedores atuando há pelo menos 10 anos, não havendo predileção por tipos de negócios, porém, privilegiando aqueles que pudessem ser considerado de pequeno porte; 3) sujeitos, não necessariamente nascidos dentro do recorte espacial estabelecido, mas que

atuassem dentro dele e que tivessem uma origem ou história de vida com fortes vínculos com o sertão, tendo tido, em algum momento de suas histórias contato com a “lida” sertaneja (atividade rural); e 4) não tenha tido formação acadêmica em gestão de negócios, previamente ao ato de empreender.

Achamos necessário deixar claro aqui que a noção de sertanejo adotada por este trabalho não está atrelada à prática, no tempo presente, em atividades rurais, porém, durante a escolha dos sujeitos, não colocamos isso como critério de exclusão para compor o *corpus* da pesquisa, sujeitos que estivessem à frente de negócios ligados ao campo, ainda hoje.

Também é preciso ressaltar que, no campo da Literatura, Geografia, Antropologia, História e, ainda, no senso comum, o povo sertanejo, por muitos e por muito tempo, foi definido e caracterizado em oposição ao povo do litoral e associado ao trabalho com a terra e com o gado. Mesmo não estando absorta às discussões mais recentes nestes campos e ao que elas apontam para como este tipo de definição e caracterização pode conter nuances racistas e eugênicas, ainda assim a adotamos como critério para qualificar o sertanejo, neste trabalho.

E, apesar de, particularmente, comungarmos da ideia de que os empreendimentos do povo sertanejo vão além do determinismo biológico e geográfico, já ultrapassado pela ciência, mas, essa forma de caracterizar esse povo ainda é presente no cotidiano nordestino e no entendimento do senso comum. Entendemos e partimos do pressuposto de que este povo, ao longo da história construiu uma cultura, originada no modo de vida rural e num cenário inóspito, imprimindo, nesse território, códigos peculiares de existência através dos quais fazem sua mediação com o mundo.

É pelo enraizamento e sentimento de pertença por este lugar, pelos valores culturais que carregam consigo e pelas marcas dos que viram e viveram, quando da labuta “na roça” era parte do cotidiano destes sujeitos que encontramos os nossos Sertanejos Empreendedores.

Ainda assim, importante dizer que o sertão nordestino mudou: não é mais tão deserto, vincula-se às escalas nacional e global. O seu povo hoje experimenta a instantaneidade do mundo com os suportes tecnológicos que há também nas terras que beijam o mar.

Também havemos de dizer que, de fato, houve um tempo em que os limites entre os espaços urbanos e os espaços rurais — por suas expressões paisagísticas

e organização sócio-espaciais distintas, suas realidades diferenciadas e dinâmicas próprias, e; suas características econômicas, políticas, sociais e culturais — eram mais nítidos, hoje são cada vez mais tênues.

A seleção das pessoas que compuseram o *corpus* da pesquisa, aconteceu a partir da articulação com os próprios entrevistados, através da técnica de amostragem de rede ou “bola de neve”: não intencional e probabilística, que utiliza cadeias de referência. Esse tipo de técnica é especialmente útil para estudar populações de difícil acesso ou, quando nos deparamos com a imprecisão sobre sua quantidade, dificuldades com as quais nos deparamos quando a população a ser pesquisada possui poucos membros, ou quando estes estão espalhados por uma grande área (Vinuto, 2014).

Conscisamente para a execução da técnica “bola de neve”, inicialmente, o pesquisador dispõem de informantes-chave ou “sementes”, visando localizar pessoas com o perfil traçado para a pesquisa, inserido na população geral. Após este ponta pé inicial, as pessoas indicadas pelas “sementes” são solicitadas a indicarem novos contatos com as características desejadas, a partir de sua própria rede pessoal, e assim sucessivamente (Vinuto, 2014).

É importante ressaltar que, a partir desse tipo de amostragem não é presumível determinar a probabilidade de seleção de cada participante na pesquisa, tampouco podemos considerar que a amostra aumentará a cada nova entrevista a partir de indicação de novos nomes por informantes-chave. O pesquisador tem que considerar que alguns fatores podem interferir no aumento da rede de sujeitos para a pesquisa: 1) as pessoas indicadas poderão não ter interesse em fazer parte da pesquisa; 2) os indicados não tenham, de fato, as características específicas pensadas como critério de inclusão e que devem ser verificadas a todo o momento; 3) novos nomes não sejam indicados, ou; 4) os nomes apontados e entrevistados não tragam informações novas para a análise (Vinuto, 2014).

A presente tese foi esculpida como um estudo de Teoria Fundamentada, portanto, cabe considerar o que o arcabouço teórico dessa metodologia trata no que diz respeito à amostragem, a qual é denominada de amostragem teórica e que é uma parte fundamental para a *Grounded Theory*.

A amostragem teórica não dimensionada no início da pesquisa se dá ao longo do processo de investigação, tendo como critério básico para que um grupo ou um sujeito seja escolhido, o potencial de “maximizar oportunidades, de comparar fatos,

incidentes ou acontecimentos para determinar como uma categoria varia em termos de suas propriedades e de suas dimensões” (Strauss; Corbin, 2008, p. 196) e dar densidade a estas categorias (Glaser; Strauss, 1967).

Para Charmaz (2009, p. 195) a lógica da amostragem teórica implica, primeiramente, na obtenção de dados para a construção de ideias provisórias sobre eles e, a partir daí, fazer um exame das ideias que surgem através de nova investigação empírica. Essa é a principal ideia de Strauss e Corbin (2008), a amostragem teórica é cumulativa e, desta maneira, “cada nova coleta edifica e acrescenta algo à coleta e à análise de dados anteriores”.

Na amostragem inicial, uma grande quantidade de dados é coletada. Códigos são gerados. Esses códigos se tornam categorias não definitivas, apenas sugestivas. Uma nova coleta de dados é realizada, isso reforça as categorias sugestivas, mas também faz com que o pesquisador perceba lacunas. Novas lacunas significam novas perguntas, nova coletas e novas análises e, assim, entre avanços e retrocessos, entre coletas e análises, a pesquisa vai se desenvolvendo, do início ao fim, como diz Charmaz (2009).

Na visão de Strauss e Corbin (2008, p. 197) à medida em que o pesquisador dispunha de algumas categorias advindas da amostragem inicial, “a amostragem se volta para o desenvolvimento, a densificação e a saturação dessas categorias”. Implica dizer que a análise guia a continuidade da coleta de dados e o tamanho da amostra, uma vez que a amostragem e a análise acontecem de forma concomitante (Strauss; Corbin, 2008).

Um ponto básico da amostragem teórica diz respeito à representatividade da amostra que é garantida por sua relevância, pelos *insights* que, acreditamos, uma pessoa possa trazer para a ampliação e o enriquecimento dos significados acerca do fenômeno e para o desenvolvimento da Teoria (Strauss; Corbin, 2008).

Para Flick (2004) é a amostragem teórica que define gradualmente o tamanho da amostra. Para Glaser e Strauss (1997), ela é que provê a orientação constante ao pesquisador quanto ao direcionamento do processo de coleta, organização e interpretação dos dados suficientes para se chegar à saturação teórica capaz de dar sustentação à teoria substantiva emergente.

A saturação teórica, em certa medida, depende da habilidade do pesquisador para olhar os dados e conseguir verificar sua relevância e discernir o que é pertinente ou não ao estudo, e, diante disso, coletar, codificar e analisar os dados,

até que dados novos não sejam mais encontrados ou que dados relevantes comecem a se repetir (Strauss; Corbin, 2008; Charmaz, 2009).

Essas ideias ressaltam que o último critério para o tamanho da amostra da pesquisa será a saturação teórica, ou seja, quando nenhum dado adicional relevante para a compreensão da categoria ou do grupo puder ser encontrado (Strauss; Corbin, 2008; Harley *et. al*, 2009); mas isso não está totalmente desvinculada da sensibilidade de quem conduz a pesquisa, e, num viés construtivista, nem dos sujeitos pesquisados.

Justificadas nossas escolhas sobre o processo de coleta de dados da tese — com aplicação de entrevistas — esclarecemos que contamos inicialmente com três intermediários e, chegamos à indicação de uma amostra de 23 empreendedores. Contudo, deste número, 14 aceitaram ser entrevistados, oito disseram não ter interesse ou disponibilidade de tempo para participar da pesquisa, e um tardou a definição quanto a sua participação, o que a inviabilizou, uma vez que a pesquisa de campo já havia extrapolado em muito o tempo previsto para a sua execução. Entre os oito que não concederam entrevistas, dois disseram que acreditavam não ter muito a contribuir com o estudo, embora fosse explicado que a entrevista consista, basicamente, em contar a sua história de vida e a sua história empreendedora.

Dos sujeitos que aceitaram participar, 14 empreendedores, todos foram entrevistados, porém, quatro destes não tiveram suas entrevistas consideradas, pois não atendiam os critérios de inclusão definidos: um sujeito excluído por não atender ao requisito de não ter formação formal em gestão de negócios, embora atendesse os demais requisitos; um sujeito excluído por não se configurar como empreendedor, conforme a definição que consideramos para este trabalho (não iniciou o negócio e, sim, o herdou), e; um sujeito cujo negócio havia sido criado há menos de cinco anos.

Assim, a amostra final da pesquisa foi de 10 empreendedores, que atuam dentro do recorte espacial estabelecido, cujos dados foram coletados em 19 entrevistas. Os empreendedores que participaram da pesquisa consentiram com o uso das entrevistas concedidas através de Termo de Consentimento (Anexo B) e foram informados, na ocasião da coleta, que nem seus nomes nem os nomes de suas empresas seriam divulgados, sendo tratados anonimamente ao longo da pesquisa e na divulgação de seus resultados.

A tese contou, portanto, com a participação generosa e valiosa de 10 (dez) empreendedores distribuídos no recorte espacial da seguinte maneira: Juazeiro do

Norte (cinco), Crato (quatro) e Nova Olinda (um). Para caracterizarmos os sujeitos protegemos sua identidade utilizando um código.

O quadro de respondentes foi constituído por nove empreendedores do gênero masculino e uma do gênero feminino, com idades entre 45 e 84 anos. Embora não apresentada na Tabela 1, que caracteriza os respondentes da pesquisa, no tocante ao estado civil dos empreendedores, oito deles se declararam casados, e dois se disseram divorciados, todos com filhos em quantidades e idades variadas, sem que tenhamos feito o registro dessa informação em detalhes.

Ainda sobre a questão dos decedentes, achamos oportuno registrar que cinco empreendedores afirmaram ter pelo menos um filho fazendo parte da empresa seja como funcionário seja participando mais diretamente do processo de gestão. Os outros quatro disseram não ter decedentes trabalhando no empreendimento, mas que contam com a participação de seus cônjuges nos negócios.

O participante que disse não ter nem os filhos e nem a esposa trabalhando com ele, fez questão de ressaltar que, embora, hoje, o filho exerça outra atividade, é motivo de orgulho dizer que a primeira experiência profissional do descende foi lá, conforme visto no excerto a seguir.

Excerto de Entrevista – SE 08

Eu valorizo muito isso aqui, né? Mas eu valorizo ainda mais por que é daqui, que é onde a gente tirou o sustento dos meus filhos, né? DAQUI (dando ênfase com o tom da voz e gesto). Eu tenho três filhos, não, eu tenho quatro filhos, que tem uma menina que a gente criou desde pequena, né? Minha esposa é Agente de Saúde é o salário que a gente tem por certo em casa, é o dela, né. Porque a gente tem esse negócio que é pequeno e que a gente sabe que não é certo, mas antes da minha mulher ter a profissão dela, a gente criou os filhos foi daqui. E assim, faz tempo que eu sou xilógrafo, né? E meu filho começou a trabalhar aqui comigo, fazendo gravura aqui, ainda garotinho, comigo, que é o meu filho, né? Que eu só tenho um filho homem que é esse. Eu tenho uma filha que é bióloga, a outra tá terminando psicologia e a mulher (se referindo à esposa) fez serviço social. O meu filho, que saiu daqui, esse fez física, depois fez Mestrado em Campina Grande, o Doutorado lá em Natal e agora tá no Pós-doutorado lá na Suécia. Então, olha só o que saiu daqui, né? Então, esse negócio aqui, pra mim é um mundo que a gente tem que valorizar, né? E eu? E eu, o que é que eu tô fazendo? Eu tô fazendo xilogravura, com esse negócio de artesanato, mesmo sem muito estudo, que é o que eu sei fazer e eu sou muito, muito feliz. (voz embargada, mas esboçando um sorriso).

No que diz respeito à educação formal, nenhum dos respondentes possuía formação acadêmica em nenhum curso relacionado à gestão até iniciarem seus empreendimentos, critério esse que foi definido para participação no estudo. Contudo, três dos participantes declararam ter iniciado ou concluído uma formação em outras áreas. Um afirmou ter o segundo grau completo (científico, que equivale ao atual ensino médio); outro disse ter estudado até o 1º ano do segundo grau

técnico; e cinco declararam ter apenas o primeiro grau completo/incompleto (a maior formação neste grupo é a quinta série do primeiro grau).

Entre os que iniciaram ou concluíram um curso superior, houve um padrão que se destacou no motivo da escolha pelo curso; a saber, a disponibilidade do curso na cidade em que residiam, sem que houvesse despesas adicionais de manutenção durante a graduação. Assim, dois dos participantes se formaram em Ciências Biológicas antes de começarem a empreender, ambos do gênero masculino, enquanto que a participante do gênero feminino iniciou a graduação em História, não tendo concluído o curso.

Sobre terem alguma formação acadêmica em Administração posterior ao início do empreendimento, um dos participantes do gênero masculino disse ter feito um MBA (*Master Business Administration*) muito tempo depois de começar a empreender. Do mesmo modo, a única participante do gênero feminino disse ter entrado no curso de graduação em Administração e concluído 17 anos depois de começar a empreender.

Todos os participantes tiveram experiências de trabalho anterior ao início do trabalho como empreendedores. As experiências são variáveis, mas têm em comum a experiência de trabalho no espaço rural (“roça”), nos sítios em que residiam, antes de virem a morar em área urbana. Antes de migrarem do espaço rural para cidades interioranas (Cajazeiras/PB, Crato/CE, Juazeiro do Norte/CE, e Nova Olinda/CE) ou para capitais (Fortaleza/CE, São Luiz/MA e Rio de Janeiro/RJ) todos alegaram experienciar a lida no campo desde muito pequenos, sendo a menor idade declarada 06 (seis) anos. A idade de migração para a cidade variou entre 09 (nove) e 14(quatorze) anos de idade. Algumas destas informações não são apresentadas na tabela que sintetiza a caracterização dos sujeitos, mas as informações se encontram nas transcrições das entrevistas de cada sujeito.

Tabela 1 — Caracterização dos Sujeitos da Pesquisa

Código	Gênero	Idade	Grau de Instrução (anterior ao empreendimento)	Município de Origem	Município da Residência Atual (RMC)
SE1	F	50	Superior Incompleto	Cajazeira/PB	Juazeiro do Norte
SE2	M	81	Segundo Grau Completo	Aurora/CE	Juazeiro do Norte
SE3	M	84	Primeiro Grau Incompleto	Arneiroz/CE	Nova Olinda
SE4	M	56	Primeiro Grau Completo	Crato/CE (Sítio Cipó)	Juazeiro do Norte
SE5	M	57	Superior Completo	Crato/CE (Sítio não especificado)	Crato
SE6	M	69	Segundo Grau Incompleto	Lavras da Mangabeira/CE (Sítio Taquari)	Crato
SE7	M	48	Primeiro Grau Incompleto	Crato/CE (Sítio Pai Mané)	Crato
SE8	M	64	Primeiro Grau Incompleto	Lavras da Mangabeira/CE (Sítio não especificado)	Juazeiro do Norte
SE9	M	45	Primeiro Grau Incompleto	Assaré/CE (Sítio não especificado)	Crato
SE10	M	64	Superior Completo	Aurora/CE (Sítio Barreiro Branco)	Juazeiro do Norte

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

As experiências profissionais dizem respeito a trabalho no comércio, construção civil, prestação de serviços, setor bancário, ensino (dois deles foram professores, um em escolas de primeiro grau e o outro em escola de ensino técnico) e outras atividades (guardador de carros, vendedor de picolé, cobrador de ônibus). Os dez sujeitos tiveram número superior a duas experiências de trabalho, além do trabalho rural, antes de iniciarem seus negócios. Dois deles afirmaram terem iniciado pequenos negócios informais, antes de iniciarem o que eles consideram de fato como sua atividade empreendedora, com funcionários e com alguma estrutura, de acordo com a perspectiva deles, negócios com os quais seguem mantendo até os dias de hoje.

No que diz respeito ao tempo de empreendedorismo, este também variou, mas todos se mostraram superior aos 10 anos estabelecidos como critério de inclusão na pesquisa (ver Tabela 2).

Tabela 2 — Caracterização dos Empreendimentos por Empreendedor

Cód.	Setor do Empreendimento	Tempo do Empreendimento	Município do Empreendimento
SE1	Serviço (Estética e Beleza)	28 anos	Juazeiro do Norte
SE2	Indústria e Comércio (Panificação)	28 anos	Juazeiro do Norte
SE3	Produção Manual e Comércio (Artesanato - Couro)	52 anos	Nova Olinda
SE4	Indústria de Velas	29 anos	Juazeiro do Norte
SE5	Moda (Roupas e Acessórios)	30 anos	Crato
SE6	Comércio de Material de Construção	29 anos	Crato
SE7	Produção Manual e Comércio (Artesanato - Couro)	23 anos	Crato
SE8	Produção Manual (Artesanato - Xilogravura)	15 anos	Juazeiro do Norte
SE9	Comércio e Serviço de Alimentação	10 anos	Crato
SE10	Indústria de Material de Limpeza	25 anos	Juazeiro do Norte

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

O tempo que eles consideram ter iniciado seu empreendimento não coincide, normalmente, com o tempo de formalização da empresa, identificados em sites de informação cadastral de empresas. Para efeito do presente trabalho, optamos por considerar o tempo que eles se consideram empreendedores, uma vez que, a diretriz deste trabalho é a de apresentarmos o Sertanejo Empreendedor na perspectiva dos próprios sujeitos.

Quanto às informações relativas ao empreendimento, sobre o porte da empresa, apenas uma se caracteriza como Empresa de Porte Médio, a indústria de material de limpeza, todas as outras nove podem ser caracterizadas como Micro Empresa ou Empresa de Pequeno Porte, suprimindo informações sobre número de funcionários e outras informações que envolvam valores de faturamento, por entendermos estas não serem relevantes para o que nos propomos neste estudo e, ainda, por considerarmos que estas podem se tratar de informações vistas como estratégicas ou capazes de gerar algum problema para os sujeitos de pesquisa caso elas não coincidam com informações fornecidas aos órgãos governamentais e outros específicos de cada área de negócio. Sobre a coincidência das informações dadas com as informações prestadas, não fizemos nenhum comparativo e, desta forma, nada podemos afirmar ou negar.

3.4 Caracterização do Lócus da Pesquisa

Como lócus da pesquisa, instituímos a Região do Cariri, sertão sul cearense, de cuja principal cidade, Juazeiro do Norte, dista 537 km⁷ da capital Fortaleza, que se destaca nacionalmente por seus valores simbólicos e culturais, por sua identidade territorial e pela sua força criativa. Composto por 29 municípios,⁸ o Cariri tem como características geoambientais prevaletentes os domínios da chapada do Araripe, sertões e serras secas, distribuídos em uma área territorial de 17.390,30 km².

Com população de 1.014.610 habitantes, a Região do Cariri se configura como a segunda maior do Estado, ficando atrás, somente, da capital Fortaleza (11,26% da população do Estado do Ceará), conforme dados de 2017. A densidade demográfica, neste mesmo ano, era 58,34 hab. / km² (Instituto de Pesquisa Econômica do Ceará, 2018).

Quanto à taxa de urbanização, a Região do Cariri tinha, em 1970, uma taxa de 27%, alcançando 49% em 2000, e chegando a 2010 com 57%. Em 2015, o Produto Interno Bruto (PIB) da Região era de (R\$ mil) 10.361 e o PIB per capita (R\$) 10.315 (Instituto de Pesquisa Econômica do Ceará, 2018).

A região do Cariri concentra grande número de atividades econômicas, além dos serviços, sustentadas por micro e pequenas empresas, principalmente: empresas locais produtoras de calçados, redes de dormir, artesanato (madeira e couro, principalmente), pedras ornamentais, transformação de ferro em ferramentas, turismo religioso e natural, comércio varejista e serviços médicos e odontológicos (Instituto de Pesquisa Econômica do Ceará, 2018).

Em 2009, foi criada a Região Metropolitana do Cariri (RMC) pela Lei Complementar nº 78, com o intuito de reduzir as disparidades econômicas e sociais entre a capital e o interior e, também, minimizar o desenvolvimento desigual do triângulo CRAJUBAR (Crato, Juazeiro e Barbalha) em relação aos municípios vizinhos. Desta forma, a RMC foi idealizada pelo Governo Estadual, visando a criação de um novo polo de desenvolvimento socioeconômico que pudesse dividir

⁷ Refere-se aqui à distância de condução. A distância em linha reta é 400,66 km (<https://distanciadades.net/>, 2023).

⁸ Abaiara, Altaneira, Antonina do Norte, Araripe, Assaré, Aurora, Barbalha, Barro, Brejo Santo, Campos Sales, Caririáçu, Crato, Farias Brito, Granjeiro, Jardim, Jati, Juazeiro do Norte, Lavras da Mangabeira, Mauriti, Milagres, Missão Velha, Nova Olinda, Penaforte, Porteiras, Potengi, Salitre, Santana do Cariri, Tarrafas e Várzea Alegre (IPECE, 2018).

com a Região Metropolitana de Fortaleza a atração de investimentos e ampliar a qualidade de vida de sua população.

Por ser a segunda região urbana mais expressiva do Estado do Ceará foi instituída como região metropolitana incluindo além da conurbação formada pelos municípios de Crato, Juazeiro do Norte e Barbalha, mais seis municípios, Jardim, Missão Velha, Caririaçu, Farias Brito, Nova Olinda e Santana do Cariri, numa área total de 5.456,01 km² (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2022).

O conjunto urbano da Região Metropolitana do Cariri (RMC) está situado a uma distância média de 600 km das duas metrópoles regionais nordestinas mais próximas, Fortaleza e Recife. As três cidades principais (Juazeiro do Norte, Crato e Barbalha) mantêm vínculos tanto em termos de proximidade territorial quanto de complementaridade socioeconômica e cultural no Cariri cearense.

O Plano de Desenvolvimento Urbano Integrado da Região Metropolitana do Cariri (PDUI-RMC) apresenta algumas das potencialidades deste território, que é considerado um dos principais polos econômicos e populacionais do Nordeste brasileiro — importante potencial hídrico, marcado pela grande disponibilidade de águas subterrâneas. Referência estadual do ponto de vista cultural, religioso e histórico, com forte apelo turístico. A região é um polo científico do Ceará e é área estratégica para a pesquisa arqueológica, geológica e paleontológica, também apresenta grande potencial para o desenvolvimento dos esportes de aventura e do ecoturismo, além do potencial agrícola, tendo em vista o tipo de solo local e a oferta hídrica (Ceará, 2018).

Como recorte espacial final, este estudo delimitou-se a três das nove cidades que compõem a Região Metropolitana do Cariri (Juazeiro do Norte, Crato, e Nova Olinda), tendo como foco a participação de atores sociais, empreendedores, atuantes nas referidas cidades.

Segundo os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o número de empregados cadastrados no Cariri/CE em 2021 foi 119.591, o que representou uma variação de 13,5% em relação ao ano anterior. A remuneração média do trabalhador no ano de 2021 foi de R\$ 1.862,39, e o número de estabelecimentos cadastrados foi 19.876, representando uma variação de 5,02% em relação ao ano anterior (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023).

Figura 4 — Recorte Espacial (Região Metropolitana do Cariri).



Fonte: Adaptado pela autora (Ceará, 2018).

Segundo os dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), o número de empregados cadastrados no Cariri/CE em 2021 foi 119.591, o que representou uma variação de 13,5% em relação ao ano anterior. A remuneração média do trabalhador no ano de 2021 foi de R\$ 1.862,39, e o número de estabelecimentos cadastrados foi 19.876, representando uma variação de 5,02% em relação ao ano anterior (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023).

Quanto aos setores econômicos que mais reuniram trabalhadores em 2021 na Região do Cariri, a Administração Pública, Defesa e Seguridade Social reuniu 38.941, seguido pelo Comércio Varejista, 19.132 trabalhadores, e Atividades de Atenção à Saúde Humana, com 8.133 pessoas (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023).

No ano de 2021, 50% dos trabalhadores eram mulheres, com uma remuneração média por pessoa de R\$ 1.968,25; 50% correspondiam a homens com remuneração média de R\$ 1.865,98. Em 2021, 30% dos funcionários pertenciam a pequenas empresas, 12,1% dos funcionários pertenciam a médias empresas, 28,3% dos funcionários pertenciam a microempresas, e 29,7% dos funcionários pertenciam a grandes empresas (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023).

De acordo com os dados da Receita Federal do Brasil (RFB), consolidados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2023), do total de

estabelecimentos com registro até 2023, 11,2% correspondem a Outros (6.061 estabelecimentos), 52,1% correspondem a Micro Empresário Individual (MEI) (28.266 estabelecimentos), 33,9% correspondem a Microempresa (ME) (18.428 estabelecimentos), e 2,85% correspondem a Empresa de Pequeno Porte (EPP) (1.548 estabelecimentos).

Ainda de acordo com dados da Receita Federal, das novas empresas ativas em 2023, 1,53% correspondem à Empresa de Pequeno Porte (EPP) (77 estabelecimentos), 22,4% correspondem a Microempresa (ME) (1,127 estabelecimentos), 72,8% correspondem a Micro Empresário Individual (MEI) (3,665 estabelecimentos), e 3,3% correspondem a Outros (166 estabelecimentos) (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, 2023).

3.3 Tratamento e análise dos dados

Os dados foram tratados utilizando o método de análise de Charmaz (2009) com o auxílio do software de tratamento qualitativo de dados, Atlas Ti. (9.0) — licença educacional L-9A7-989 — concluindo com uma teoria emergente desse processo de análise (Gil, 2019). Para a apresentação de alguns dos resultados, com suporte dos trechos das narrativas nos baseamos na da Descrição Densa (Geertz, 1989).

Charmaz (2009, p. 67) sugere a codificação em um processo de duas fases: 1) a fase inicial, em que estudamos os fragmentos dos dados (palavras, linhas, segmentos, incidentes); e, 2) a fase focalizada, onde selecionamos o material que parece representar os códigos iniciais mais significativos ou frequentes e os utilizamos para testar um número maior de dados, classificando-os, sintetizando-os, integrando-os e organizando-os.

Dentre as possibilidades de codificação inicial apresentadas por Charmaz (2009), utilizamos a codificação linha a linha (indicada quando se tem entrevistas, observações, documentos, etnografias e autobiografias) e a codificação incidente por incidente, que permeia uma linha ou mais da mesma narrativa. Na codificação inicial exploramos analiticamente os dados, em toda a sua potencialidade: quebrar, examinar, comparar, conceituar e categorizar os dados (Charmaz, 2009).

Os códigos e categorias gerados nessa fase inicial foram refinados na fase seguinte, a fase de codificação focalizada. Na fase focalizada de codificação os

códigos e categorias da fase anterior são trabalhados para que a integração teórica seja realizada. Nessa fase avaliamos os códigos iniciais que entendemos ter o maior poder analítico, gerando categorias provisórias ou categorias emergentes. Agrupamos conceitos similares, com características peculiares e/ou aproximadas, formandando subcategorias e categorias emergentes, originando, assim, as principais categorias analíticas (Strauss; Corbin, 2008; Charmaz, 2009; Corrêa; Gosling, 2020).

Num primeiro momento de codificação inicial tratamos os dados de forma manual, seguindo o que Charmaz (2009) diz sobre o pesquisador potencializar a nossa experiência com o método e buscar o desenvolvimento de um olhar mais sensível que nos torne capazes de averiguar se os dados são suficientes e ricos o bastante para revelar o que está abaixo da superfície.

Num segundo momento, ainda na codificação inicial, utilizamos o software Atlas Ti, inclusive na codificação focalizada e categorização teórica. Cumpre atentar para o fato de que, apesar da agilidade que estes promovem, a tarefa de criar códigos e categoriais é do pesquisador (FLICK, 2004), e, ainda, como consideram Bandeira-de-Mello e Cunha (2004), são passíveis de trazer certo risco de alienação e distanciamento do pesquisador da essência dos dados.

Em ambas as fases — codificação inicial e focada — fez uso dos memorandos pré-teóricos (iniciais e avançados) para traçar um fio condutor ao longo do processo de análise comparativa com a anotação de *insights*, questões, e proposições em relação aos dados, o que auxilia não apenas no processo de codificação e categorização, mas também no processo de articulação teórica. (Glaser, 1978; Nobel, 2002). Exemplos destes Memorandos são apresentados na parte de Resultados desta tese.

Depois das codificações, categorizações e redação de memorandos, a pesquisa caminhou para a codificação teórica (Charmaz, 2009) ou seletiva (Strauss; Corbin, 2008), integrando e sintetizando as categorias provenientes do processo completo de codificação e análise para criar uma teoria substantiva fundamentada em dados, a partir do desenvolvimento de uma categoria central (*core category*), que resume e sintetiza a explicação teórica do fenômeno estudado.

Esse código-categoria não é a teoria em si, mas sim uma palavra-chave ou frase-chave que reflete a síntese da integração das categorias desenvolvidas precedentemente. Ele pode ser retirado dos códigos ou categorias existentes, mas

também pode ser uma palavra ou frase nova que resume os resultados anteriores. Em sua narrativa, ele descreve contextos, condições, interações e consequências e são referências pelos dados coletados — evidências comprobatórias da teoria alcançada (Charmaz, 2009).

Para Strauss e Corbin (2008) uma categorial central é uma categoria que tem poder analítico, advindo de sua capacidade de reunir outras categorias e formar um todo explanatório. A categoria central tanto pode surgir da lista de categorias existentes como ser um termo, uma frase mais abstrata ou uma ideia conceitual, caso o pesquisador entenda que embora as categorias existentes contem uma história, nenhuma delas é suficiente para capturar a história inteira.

A partir da escolha da categoria central, parte-se para a escrita da teoria substantiva que, para Strauss e Corbin (2008) tem como formato narrativo o seguinte: (A) condições levam ao (B) fenômeno, que surge num (C) contexto que leva a (D) ações e depois a (E) consequências (Strauss; Corbin, 2008).

Enquanto Charmaz (2009, p. 186) prefere falar de teorização ao invés de teoria. Ela considera que “o conteúdo da teorização atinge a essência da vida estudada e propõem novos questionamentos” e, neste caso, analogias e metáforas são bem vindas, pelo poder que estas têm de “explicar as significações e emoções tácitas agrupadas” na categoria que gerou a teoria (Charmaz, 2009, p.231).

Cabe, por fim, dizer que mesmo sabendo que a Teoria Fundamentada não necessita ser ratificada, pois ela por si só já tem um poder inerente de autocorreção, e as expectativas em relação aos estudos da teoria fundamentada possam variar (Glaser: Strauss, 1967; Charmaz, 2009), utilizamos nessa tese, duas formas de validação da teoria substantiva evidenciada. A primeira forma de validação foram os critérios estabelecidos na perspectiva charmaziana (Charmaz, 2009, p. 244) e a segunda, o retorno ao campo para apresentação da teoria há dois participantes da pesquisa. Acreditamos que, ao seguirmos esses passos fomos capazes de apresentar uma teoria substantiva acerca do “Sertanejo Empreendedor”.

4 DE SERTÃO ADENTRO

“Sertão é isto: o senhor empurra para trás, mas de repente ele volta a rodear o senhor dos lados. Sertão é quando menos se espera.”
Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

O nosso ponto de partida é o Sertão. Lugar inóspito onde vive um povo em constante migração? Que palavras definem esse lugar? Aridez, misticismo, barbárie, miséria? Exótico, pitoresco, distante? Polifônico. Definido para muito além de sua localização e condições geográficas é lugar de imensa riqueza discursiva, cultural. Palavra que evoca imagens, sensações, sentimentos, encantamento.

Onde fica o sertão nordestino? Como ele é? E que povo é esse que aqui se enraizou? Ora, a realidade haverá de ser sempre mais rica que qualquer tentativa de apreensão que se faça dela. Mesmo assim, trazemos, aqui, um pouco deste lugar, que tanto inspira falar. É o Sertão de Euclides, Guimarães, Alencar, Patativa, Raquel, Darcy e é também o meu — que nasci e me criei nas terras onde se vê o mar, logo ali, mas, que pra cá vim há mais de década e escolhi olhar para o sertão e sobre ele falar.

Sobre o Brasil Sertanejo, Darcy Ribeiro (1995) fala sobre uma faixa nordestina de terras com enormes extensões semiáridas das caatingas que conformou um tipo específico de população com uma subcultura típica: a sertaneja. Assinalada pelo domínio ao pastoreio, é uma população detentora de traços característicos identificáveis no modo de viver, vestir-se, comer, divertir-se, na organização da família, na estruturação do poder, na sua visão de mundo e, ainda, numa religiosidade propensa ao messianismo.

As atividades pastoris, nas extensas áreas de terra, coberta de pastos pobres e submetidas a secas periódicas, moldaram não só a vida mais a própria figura do homem sertanejo. Os núcleos formados nos currais plantavam roçados, por vezes abatiam um gado e colocavam sua carne para secar e amansavam vacas que os alimentavam com o leite e o que derivava dele, coalhada e queijo, o que garantia uma subsistência bem mais abundante e segura do que a de outros núcleos rurais brasileiros (Ribeiro, 1995).

Povoado a partir de uma colonização baseada em extermínio do povo indígena, habitantes naturais, para o sertão se mudaram luso-brasileiros que, no movimento de aumento da pecuária, estabeleceram uma relação de mando com aqueles índios que aceitaram o jugo. Surgia daí a figura do caboclo, fruto do

caldeamento do colonizador com o colonizado, o branco com indígena selvagem (Chacon, 2007).

No sertão nordestino, com base no modelo de sesmarias, a mão-de-obra que serviu de base ao sistema produtivo — a pecuária — não foi a escrava e, sim, a unidade familiar ligada ao latifúndio (Chacon, 2007). Embora rigidamente hierarquizada, as relações com os donos das terras e dos rebanhos assumia configuração menos desigual do que a que era mantida nos engenhos. “O senhor, dono das terras, quando presente, se fazia compadre e padrinho, respeitado por seus homens, mas também respeitador das qualidades funcionais destes, ainda que esse respeito não” se estendesse à “dignidade pessoal” dos mesmos (Ribeiro, 1995, p. 309).

Para Ribeiro, a condição de vida desse povo contrastava com a condição de vida nos engenhos açucareiros, o que fazia com que a criação de gado se tornasse um trabalho mais atrativo para brancos pobres e mestiços dos núcleos litorâneos, levando muitos destes a se dirigirem ao pastoreio, fosse pela busca de um trabalho mais livre e mais afeito à vida aventureira dos litorâneos e/ou movidos pela esperança de um dia se fazerem criadores. E “assim é que os currais se fizeram criatórios de gado, de bode e de gente: os bois para vender, os bodes para consumir, os homens para emigrar” (Ribeiro, 1995, p. 312).

Nas palavras de Euclides da Cunha no livro *Os Sertões*, “o sertanejo é antes de tudo um forte. [...] É desgracioso, desengonçado, torto, Hércules-Quasímodo”. De andar sem firmeza, de postura abatida e displicente, recostando-se na primeira parede que encontrasse “homem fatigado que aparenta ser, refletindo uma preguiça invencível” (Cunha, 2018, p. 88).

Contudo, também Euclides da Cunha diz que toda essa aparência ilude e nada surpreende mais do que vê-la desaparecer diante do surgimento “de qualquer incidente que lhe exija o desencadear das energias adormecidas”. São próprias desse povo sertanejo, “transmutações completas”: da tendência constante à imobilidade e à quietude ao desdobramento inesperado num “titã potente” em força e agilidade extraordinárias (Cunha, 2018, p. 89).

Cunha também entende que o sertanejo é caracterizado pelo entremeio impressionador de extremos impulsos e longas apatias. Na visão dele, essa polarização é tão característica deste povo, que se mostra, ao mais leve exame, em todas as minúcias da vida sertaneja. O escritor evidencia isso quando fala da figura

do Vaqueiro.

“Cavaleiro chucro e deselegante” montado “em pequenos cavalos do sertão — desferrados, maltratados, resistentes e rápidos como poucos” — vagaroso escoltando as boiadas, mas, basta uma rês se desgarrar pela caatinga de arbustos tortuosos, não haverá como conter-lhe o ímpeto: cavalo e sertanejo se fundem “a criação bizarra de um centauro bronco” enfrentando todos os desafios de acervos de pedras a espinhos mordentes e como cavaleiro robusto empresta vigor ao cavalo pequenino e frágil. Dominada e restituída a rês ao rebanho, eis o sertanejo, outra vez desgracioso, inerte, em sua andadura lenta e aparência triste (Cunha, 2008, p. 90).

Para Ribeiro, num movimento de expansão, a ocupação do sertão foi acontecendo a partir das estradas abertas pela batida das boiadas, marchando de pouso em pouso e assentando-se em locais de água permanente e boas pastagens. Pousos que se transformariam em vilas e cidades: núcleos humanos que, apesar da enorme distância entre eles, desenvolveram formas de sociabilidade pautadas na cooperação pela necessidade de recuperar e apartar o gado nos campos, que acabaram se transformando em culto a santos padroeiros e festividades do calendário religioso. Com excessão desses momentos de convivência social, o que predominava era o isolamento dos núcleos sertanejos (Ribeiro, 1995).

O sertão, espaço considerado inóspito, de clima ruim, sem os atrativos existentes nas terras litorâneas, não convidava à permanência de quem vinha de fora (Chacon, 2007). Para Cunha (2008), no sertão a vida assumia um caráter selvagem e o sertanejo tinha como velhos conhecidos os horrores da seca e os combates travados num solo exaurido pelo Sol, numa intermitência de horas felizes de abundância e horas cruéis de miséria.

A luta do sertanejo começa cedo: “fez-se homem, quase sem ter sido criança”. Condenado à vida não tem trégua em seu combate, de pronto encara a existência pela sua face tormentosa o que lhe exige imperiosamente a convergência de todas as energias. O sertanejo tem árdua aprendizagem de revezes. Faz-se forte, esperto, resignado e prático. Batalhador perenemente combalido aprende a atravessar a vida entre ciladas e surpresas repentinas, aprende a reagir de pronto, afinal, no caminho descobriu que “viver é adaptar-se” (Cunha, 2008, p. 93).

Para Chacon (2007) marca presente na história do sertão é a exclusão. O sertão e o sertanejo foram postos de lado no processo de colonização: lugar a ser

explorado, cujos habitantes excluídos de qualquer arranjo decisório e sem subordinação à organização institucional da Colônia, ficavam esquecidos (“ao deus-dará”) ou a disposição dos caprichos dos poderosos, de acordo com momento político, quase sempre guiado pelos imperativos da produção. Assim foi sendo determinada a história do sertão e a construção social do sertanejo.

No processo de formação do sertão, assim que findava a conquista do terreno, o dono da sesmaria, o verdadeiro dono do poder, não nutria interesse em ficar por ali e, desta feita, era o caboclo, já nascido ali, que ganhava a “liberdade” de tocar a criação dos rebanhos. Para Chacon (2007) é assim que surge o a figura peculiar do Vaqueiro, não moldurada totalmente no regime de subordinação que vigorava fora do sertão.

Para Cunha (2008, p. 95), os fazendeiros dos sertões (donos das sesmarias) viviam no litoral, longe de seus domínios, domínios estes que, por vício histórico, tampouco eram conhecidos, mas eram usufruídos parasitariamente, o sertão usurpado lhe gerava rendas. O dono da terra, ausente, conhecia a “fidelidade sem par”: a submissão do vaqueiro que, mesmo sem fiscalização, ficavam na mesma quadra de terra — do seu nascimento até a sua morte — uma vida inteira cuidando fielmente dos rebanhos que não lhes pertenciam.

Na visão de Chacon (2007), com o surgimento da figura do Vaqueiro, emerge uma nova classe, que nem podia ser vista como dominante e tampouco como dominada. Não eram possuidores de terras, mas também não eram escravos. Era o Vaqueiro que dominava o manejo do gado e, também, o conhecimento das técnicas de sobrevivência necessárias para a vida no sertão.

Já esquecido pelo resto do Brasil, essa ordem social vigorava no sertão e não havia interesse em impedir que assim permanecesse. Segundo Chacon (2007) os vaqueiros, então, tocavam mais que os rebanhos, tocavam o processo de colonização nordestina, determinando uma forma de viver diferenciada da sociedade escravocrata.

Cunha por outro lado diz que, a dinâmica que existia entre os donos da terra e o sertanejo era uma servidão inconsciente. O povo sertanejo erguia choupanas de “pau a pique⁹ à borda de cacimbas, rapidamente, como se armassem tendas; e

⁹ Pau a pique ou Taipa de mão é uma técnica construtiva antiga, característica do sertão que consiste no entrelaçamento de madeiras verticais fixadas no solo, com vigas horizontais, amarradas entre si

entregavam-se em abnegação a uma servidão que não eram capazes de avaliar” (Cunha, 2008, p. 95).

Ainda segundo Cunha (2008), entre os traços que distinguem o povo sertanejo, um é verdadeiramente encantador a seus olhos: aquele a qual chama de probidade dos matutos. O escritor diz que uma honestidade que pode parecer fantasia nas demais regiões do país, nos sertões é fato vulgar, corriqueiro.

Aquele povo não tinha grande instrução formal, aprendia o abc como exigência da arte em que era versado, a saber: conhecer os sinais nos ferros das suas fazendas e nos das circunvizinhanças, com os quais os animais do rebanho eram marcados. Isso era o suficiente para garantir que, se surgisse numa quadra de terra um animal alheio com uma marcação conhecida, este seria restituído ao dono de pronto (Cunha, 2008).

Se a marca só fosse decifrada muitos anos depois, o dono, ao invés de receber apenas o animal que fugira, receberia tudo o que fora produto dela. E, caso o animal intruso não tivesse nenhuma marca, este era tratado como os demais do rebanho até que morresse de velho, mas não era marcado, pois afinal, não lhe pertencia. Assim era a probidade sertaneja cumprida “sem juizes e sem testemunhas, o estranho contrato que ninguém escreveu ou sugeriu” (Cunha, 2008, p.95).

O contrato de probidade sertaneja em relação ao patrão desconhecido, por sua vez, tinha “uma cláusula única: de lhe darem em troca dos cuidados um quarto dos produtos da fazenda”, percentagem que era respeitada, “dando conta” ao dono da terra aos mínimos pormenores (Cunha, 2008, p. 95).

Outra característica do povo sertanejo que é evocado nos escritos de Cunha (2008) é a solidariedade. O sertanejo é um povo que se faz solidário a todos, auxiliando incondicionalmente em qualquer conjuntura. Euclides da Cunha a denomina solidariedade de esforços:

Se foge a algum boi levantadiço, toma da guiada, põe pernas ao campeão, e ei-lo escanchado no rastro, jogado pelas veredas tiradas a facão. Se não pode levar avante a empresa, pede campo, frase característica daquela cavalaria rústica, aos companheiros mais vizinhos, e lá seguem todos, aos dez, aos vinte, rápidos, ruidosos,

por cipós, dando origem a uma trelhiça que é preenchida com barro cru e transforma-se em uma parede.

amigos – campeando, voando pelos tombadores e esquadrinhando as caatingas até que o bruto, desautorizado, dê a venda no termo da corrida, ou tombe, de rijo, mancornado às mãos possantes que se lhe arrefecem aos chifres (Cunha, 2008, p. 96).

Conforme Ribeiro (1995), com o tempo, chegou a mudança e todo o Nordeste pastoral começou a dedicar-se a atividades suplementares como o cultivo do mocó, um tipo nativo de algodão arbóreo resistente e capaz de sobreviver nas áreas mais secas do sertão e cujas sementes constituía ração ideal para o gado. Cada criador se fazia também lavrador de mocó, ocupando nessa tarefa os familiares dos vaqueiros e, ainda, pessoas que povoaram os sertões semiáridos atraídos pelo novo cultivo.

Desta forma, em cada fazenda, podia-se encontrar a casa de telhas do criador, com varandas, portas e janelas; as rancharias singelas dos vaqueiros e as palhoças miseráveis que abrigavam os lavradores de mocó (Ribeiro, 1995). A relação de trabalho que se estabelecia entre dono da terra e vaqueiro guardava importantes diferenças entre aquele e o agricultor. Se ao vaqueiro era dada alguma esperança de mudança social, ao agricultor essa esperança era negada a cada entrega da metade de tudo que produzia, tornando difícil uma alteração de status dessa parcela da população (Chacon, 2007).

Para Chacon (2007), nesse cenário, o vaqueiro firmava sua imagem de liberdade, de perseverança e conquista, em oposição à imagem do agricultor pobre, dominado e submisso, sem chance de mudar a condição de miséria que lhe seria própria. Mas, de fato, para a autora, no processo de formação desse território e dessa gente sertaneja, vaqueiros e agricultores, ambos eram elementos de um arranjo de poder ocupando o lugar de submissão.

O que nos remete a fala de Ribeiro (1995, p. 316) quando este diz que, sob domínio tirânico, as relações do sertanejo com o seu patrão se revestiam de respeito e reverência. Vaqueiro ou lavrador esforçavam-se em demonstrar prontidão servidora, lealdade pessoal e política. Sempre temerosos de se tornarem malvistas por qualquer atitude e verem-se desgarrados, excluídos do nicho em que viviam, uma vez que isso representaria um mergulho na terra de ninguém e na condição de fora da lei.

Contraditoriamente, a única saída que ensejava o sertanejo era libertar-se da opressão em que vivia, contraponha-se a essa lealdade e medo: emigrando para

outras terras ou caindo no banditismo (Ribeiro, 1995). A vontade de libertar-se diante de uma não aceitação da condição em que se encontrava se traduz em alguns episódios históricos de revolta organizada por movimentos religiosos, como a Guerra de Canudos ou o Caldeirão de Santa Cruz (em Juazeiro do Norte), ou pela violência, como o Cangaço (Chacon, 2007).

A cristalização dessa forma de viver permitiu a tipificação de uma sociedade alicerçada na luta pela sobrevivência diante da adversidade: vaqueiro, lavrador, posseiro ou cangaceiro, todos comungavam das mesmas crenças e costumes, alicerçadas nas mesmas dificuldades cotidianas: dependência de um meio inóspito de solo pobre e água escassa, excluído da lógica de desenvolvimento do país e com pouca inserção social e/ou comercial na lógica de poder (Chacon, 2007).

Diante das mudanças, algo era conhecido daquele povo, uma variante trágica: a seca. “O sertanejo advinha-a e prefixa-a graças a ritmo com que se desencadeia o flagelo”, mas resiste e não foge logo. Observa, misturando ensinamentos práticos com crendices, como quem estuda o mal que aflinge para conhecer, suportar, suplantar com uma singular serenidade pra luta. Não cruza os braços: fortalece os muros dos açudes, limpa as cacimbas, prepara o roçado para as plantações ligeiras para “o cair das primeiras chuvas”. Olha para as alturas como quem tenta desvendar o futuro (Cunha, 2008, p. 102).

Cunha (2008) assinala que o homem possui uma anormalidade de não se acostumar nunca às calamidades naturais que o cercam. Chega a exemplificar que embora as crianças peruanas tenham seus berços embalados pelas vibrações da terra, nenhum povo teme mais aos terremotos que o peruano, concluindo que “o sertanejo faz exceção à regra: a seca não o apavora” (Cunha, 2008, p. 102).

Apesar dos tantos episódios em que a seca complementa uma vida tormentosa, o sertanejo alimenta um transe de uma resistência impossível. Resignado e tenaz ele reage, não se dá por vencido, pois ainda lhe resta sustentar os filhos. E por saber que está em função imediata da terra e daquilo que dela vem, e, também, da consciência de sua fraqueza — apesar de estampar rudeza em seu temperamento — apela para a Divindade numa religiosidade que, assim como ele, é mestiça e forte (Cunha, 2008).

Para Ribeiro (1995) essas condições geraram uma população sertaneja com uma mentalidade conservadora, caracterizada por uma religiosidade singela inclinada a um fanatismo messiânico, com hábitos austeros, predisposição ao

sacrifício e, ainda, pelas qualidades morais como o culto e a honra pessoal, o brio e a fidelidade e certa “atitude de reserva e desconfiança, correspondente a quem vive num mundo alheio, pedindo desculpas por existir” (Ribeiro, 1995, p.327).

Contudo, Ribeiro (1995) diz que uma nova polarização se configurou com o passar do tempo: de um lado, partidos políticos tradicionais, sustentadores de uma velha oligarquia, e, de outro, movimentos reformistas que, junto com o regresso da terra natal, os imigrantes sertanejos carregavam na bagagem a imagem de regiões mais vanguardistas com costumes mais livres e mais abertos, atuavam como alargadores e reorientadores das energias para uma nova consciência social.

Para Chacon (2007), o sertão tem sua história marcada por uma luta constante pela sobrevivência e, como consequência, foi construída uma cultura de resistência e solidariedade que auxiliou o sertanejo a avançar-se diante das adversidades. Contudo, ter, por tanto tempo a sua imagem atrelada à seca, à pobreza e à dependência aparenta ter contribuído para uma visão superficial e simplista do sertão em que se perdem inúmeras relações que se desenrolam nesse cenário.

4.1 “Só deixo o meu Cariri no último pau-de-arara”: um oásis dentro do sertão

Estreitando o campo de visão, dentro do sertão nordestino, mais especificamente, Cearense, apresentamos um pouco da Região do Cariri, considerada como um “Oásis dentro do sertão”, e o processo de formação da principal cidade, Juazeiro do Norte, que trouxe visibilidade para essa região.

O Cariri Cearense é uma região que, quando comparada as demais regiões do Nordeste seco, é admirado pela fertilidade de seu solo e a fartura que detém em recursos hídricos e que contribuiu para o cultivo agrícola e o desenvolvimento de atividades econômicas. O Cariri é visto como um território sagrado.

Na formação territorial desta região, destaca-se a figura do Homem *Kariri* e da relação que este homem nutriu com água que brota dela. Os índios *Kariris*, em suas lendas contadas, diziam serem provenientes de um lago encantado e, quando se fixaram na Chapada do Araripe, continuam alimentando o seu sistema de crenças com mitos relacionados à água e seu poder de fecundação (Abreu, 1976).

Quando nos referimos aos índios *Kariris*, os situamos geograficamente nos Sertões do Nordeste Brasileiro, por ser este o território que habitavam quando

chegaram de modo mais constante os bandeirantes, colonos e sesmeiros. O território da Nação dos *Kariris* compreendia o que conhecemos hoje como: Cariris Velhos, próximo a Taperoá (na Paraíba); áreas do Rio Grande do Norte; também o sertão pernambucano e as áreas próximas ao rio São Francisco nos Estados da Bahia, Sergipe e Alagoas; e os Cariris Novos, abrangendo o Sul do Ceará, conhecido também como Cariri Cearense (Cariry, 2001).

Foi em defesa do “Oásis do sertão” — espaço mítico, de fertilidade e fartura —, que os índios *Kariris* guerrearam contra invasores brancos e mestiços colonizadores e, ainda antes, contra outras tribos dos Sertões, que movidas pela escassez e pelas secas, tentavam se estabelecer naquela região com tantas nascentes que favoreciam a prática agropastoril (Cariry, 2001).

Com a passagem do tempo, o chão já tido como sagrado desde a sua ocupação pelo “Homem *Kariri*”, encontra-se num milagre envolvendo uma beata e um Padre, e, nas histórias que correram sertão adentro, causas para continuar a ter a notabilidade de espaço celestial.

Joaseiro¹⁰ era ‘lugar de passagem’, pouso de viajantes que, vindos de longas andanças por terras sertanejas, encontravam naquele povoado, descanso antes de seguirem viagem. Era lugarejo com apenas duas ruas, aproximadamente duzentos habitantes, trinta de duas casas cobertas de palhoça, além de uma capela, uma escola, e que quase nada tinha pra oferecer do ponto de vista comercial. Terra que assim ficou até próximo ao final do século XIX (Cava, 1985).

Contam aqueles que registraram a história do lugar que, no começo, existiam três juazeiros que serviam de sombra para tropeiros que faziam o trajeto ente duas localidades do sul cearense (Carvalho, 1998) — Missão Velha e Crato — o que acabou por dar nome ao que, por um bom tempo, foi apenas um local em referência. Carvalho (1998, p. 20) diz que o lugarejo “era a fazenda Tabuleiro Grande, sesmaria de Leandro Bezerra, sítio que ganhou uma capela [...] e vielas desalinhadas em torno dos juazeiros, álibis para a fundação do vilarejo”. Sobre os três pés de juazeiros, que demarcavam o centro da futura cidade, estes não mais existem, mas foram assimilados pela tradição popular como um dos símbolos do lugar.

O pé de Juá (*zizyphus joazeiros*) é uma árvore de porte alto que é vista como “sentinelas da vida”: suas folhas estão sempre verdes, como quem provoca ao sol

¹⁰ Grafia original do nome da cidade de Juazeiro do Norte/CE.

inclemente e o chão agressivo do sertão e faz questão de destoar do cinza da paisagem em época de estio (Carvalho, 1998).

A história de Juazeiro — vilarejo que no tempo presente é uma das maiores cidades do Ceará, centro econômico do Cariri e considerável centro de religiosidade e cultura popular do Nordeste se mistura com a história de vida de seu inaugurador, Padre Cícero Romão Batista, nascido em 24 de março de 1844, no município do Crato, filho de Joaquina Vicência Romana e do pequeno comerciante Joaquim Romão Batista (Stighen, 2000).

Cícero Romão Batista desde menino mostrava suas fortes inclinações para a vida religiosa, fazendo voto de castidade ainda com 12 anos. Quando ordenado Padre, identificou-se com as condutas religiosas de Padre Ibiapina, um admirável missionário do sertão, e das camadas sociais mais baixas (Carvalho, 1988).

Envolto pela Chapada do Araripe, embora não livre das secas, o Cariri era vale fértil, com veios duradouros de água, o que, por si só, atraía os mais pobres do sertão, e que, além de água, encontravam nestes missionários a ligação com o Divino, a quem tanto clamavam pedindo chuva (Carvalho, 1998; Barros, 2001).

Na narrativa popular, toda a história de vida de Padre Cícero reveste-se de mistério e sacralidade, do nascimento à morte, o que, para Carvalho, assim aconteceu “para que houvesse uma coerência com os desdobramentos que sua história teria, a partir daí” (Carvalho, 1988, p. 48). Fato é que Padre Cícero Romão Batista deu sentido à sua inclinação religiosa realizando seus estudos e ordenando-se padre, na capital cearense, Fortaleza, pelo Seminário da Prainha, o que só pôde fazer com o auxílio de um rico comerciante da cidade do Crato, que era seu padrinho e que o auxiliava, desde a morte de seu pai (Stinghen, 2000; Della Cava, 1985).

Em 1871 retorna o padre à sua cidade natal, Crato, e começa a celebrar missas nas capelas da região, quando em 11 de abril de 1872, chega à sesmaria de Tabuleiro Grande (Joaseiro), para rezar a missa na Capela de Nossa Senhora das Dores, ministrando sacramentos e dando confissão aos moradores, mas sem nenhuma pretensão de assentir o cargo de capelão oferecido pelos seus hospederes, duas figuras ilustres do povoado (Stinghen, 2000; Della Cava, 1985).

Intencionando ficar por pouco tempo, o padre, em obediência aos seus votos e à promessa que havia feito aos dois hospedeiros — que garantiam moradia e emolumentos por conta dos serviços sacerdotais — ficou por alguns dias no lugarejo, mas seu desejo era partir pra Fortaleza, o que mudou, depois de um sonho

que ele teve, no qual homens, mulheres e crianças, trajando farrapos, com seus poucos pertences, miseráveis vindos de todos os lugares dos sertões eram dados aos cuidados do sacerdote pelo próprio Cristo (Carvalho, 1998; Della Cava, 1985)

Poucos meses depois, naquele mesmo ano, Padre Cícero, por vocação ao trabalho apostólico ou pela pressão da necessidade de sobrevivência, que lhe reivindicavam tornar-se capelão em algum local, pegou seus poucos pertences e mudou-se do Crato para Joaseiro na companhia de sua mãe viúva e duas irmãs solteiras. Em Juaseiro começou seu sacerdócio entre os pobres, fato que ataria a sua história à história daquele lugar quase de forma indissociável (Barros, 2001; Cava, 1985).

Para Della Cava (1985), nessa época, o vilarejo era formado por apenas cinco famílias (os Gonçalves, os Macedo, os Sobreira, os Landim e os Bezerra de Menezes), sendo o restante da população formado por trabalhadores das fazendas de açúcar, muito deles, descendentes de escravos e alguns mestiços sem posses que vieram trabalhar nos pequenos engenhos.

Num quadro de inexistência de comércio organizado, com os mais pobres vivendo à margem da economia de troca, Padre Cícero trouxe não só a palavra divina, mas também lições de trabalho, levando muitos a acreditarem que ele faria tanto pelo progresso do lugar, como de fato, se deu.

Segundo Della Cava (1985, p. 42) embora haja demasiada “ficção e poucos fatos sobre a vida do Padre Cícero Romão do momento de sua chegada (1872) até o ano de 1889, o que é considerado fato nestes relatos é o sucesso que Padre Cícero teve em trazer de volta à Igreja os elementos desordeiros da população de Joaseiro”, trazendo a ordem para o lugar, além, da prestigiosa reputação que o sacerdote gozava entre os sertanejos: de homem pobre e desprezado dos bens materiais, cujas batinas, sapatos e até seus cortes de cabelo eram fornecidos pelos benfeitores de maiores posses do Crato.

Notícias sobre as transformações de Joaseiro caminharam por todo o Sertão, o que, segundo Barros (2001, p.149), propiciou a formação de “um pólo de atração de miseráveis em busca de um lugar de refrigério [...] núcleo de desvalidos em busca da proteção do padre”. Dos lugares mais distantes vinham sertanejos em direção à modesta capela de Nossa Senhora das Dores, mãe dos sertanejos e de todos os que sofrem.

O esplendor da ação de Padre Cícero aconteceu em um período de muitas

mudanças: a transição do século XIX para o século XX; do Império para a República, e, da redefinição entre Igreja e o Estado, quanto às atribuições do poder estatal, civil e eclesiástico (Cava, 1985). Um período que mesclava incertezas com um conjunto de ideias de progresso, modernização e civilização, o que contribuiu para que Padre Cícero se consolidasse como uma liderança, “Conselheiro do Sertão”, a quem um número crescente de fiéis sertanejos, castigados pela seca e por insuficiências materiais inerentes a essa, recorriam em busca de orientação.

Nesse sentido, Padre Cícero incentivava a combinação da oração com o trabalho, o que rompia com uma representação do trabalho associado à dor, à humilhação e ao castigo. Assim, inaugurava um novo discurso: o trabalho como forma de orar, para pedir e agradecer as dádivas materiais (Araújo, 2005). E, portanto, o padre difundiu uma concepção de desenvolvimento guiada pelo trabalho e pela fé, com intenso trabalho pastoral propalando a emergência de novas práticas de trabalho que contribuíram para a construção de um mundo mais igualitário e mais livre.

Tal concepção tinha fortes bases no catolicismo popular, anteriormente difundido no sertão pelo Padre Mestre Ibiapina, fonte de inspiração para Padre Cícero (Araújo, 2005; Walker, 2006). Para Della Cava (1985, p. 33), Padre Mestre Ibiapina era um ardoroso missionário e defensor dos pobres, “trocou a toga pela batina” (deixou a política e a advocacia para se ordenar padre) e “a compaixão que demonstrara pelos pobres, nos tribunais de Justiça, empregada na causa de Deus” promovendo importantes mudanças nas estruturas religiosas do Cariri.

Padre Ibiapina, ao longo de trinta anos, caminhava pela sequidão do sertão nordestino pregando e inflamando o povo sertanejo, num trabalho missionário que não se limitava ao campo espiritual, mas buscava por melhorias materiais para as populações sertanejas que sempre o recebia com veneração (Félix, 2008).

E assim foi, até o seu falecimento em 1883, atravessando seis estados nordestinos, causando incômodo à cúpula da Igreja Católica e reunindo ricos e pobres no trabalho em comum pela glória de Deus e pelo progresso material do homem. Sob sua mobilização, fiéis trabalhavam não apenas nos concertos das igrejas, mas construíam açudes, poços e cacimbas em regimes de multirão com recursos de quem mais posses tinham (Della Cava, 1985; Stinghen, 2000; Barros, 2001; Araújo 2005).

Na ação missionária de Padre Ibiapina é possível perceber a existência de

uma vinculação entre trabalho e fé, que louva a prosperidade espiritual sem renegar a material. E, assim, considerando os feitos de Padre Cícero no Cariri Cearense, mais diretamente em Joaseiro, “Terra da Promissão”, alguns autores consideram que Padre Cícero recebeu de Padre Ibiapina a base de desenvolvimento que difundiu. Uma herança teológica, filosófica e sociológica que moldou a ocupação e a expansão da cidade de Joaseiro (Della Cava, 1985; Stighen, 2000; Barros, 2001; Araújo, 2005).

Tradição que defende a sociabilidade fraternal, o catolicismo popular prega o amor entre “filhos de Deus” e, nas práticas dos missionários, que percorriam os sertões nordestinos entre fins do século XVII e o início do século XIX, localiza-se o seu nascimento. Os missionários, conhecedores das potencialidades revolucionárias da “utopia cristã”, eram pessoas muito bequistas pelo povo nordestino pela coragem de cumprir suas missões sem ter qualquer conforto. Vagavam pelos sertões com suas longas barbas, vestes simples, hábitos rústicos e eram vistos pelo povo como pessoas que levavam, verdadeiramente, uma vida humilde. (Stinghen, 2000; Barros, 2001; Félix, 2008).

Para autores como Della Cava (1985), Stinghen (2000), Barros (2001) e Araújo (2005), a tradição missionária, sem dúvida, está entre os notáveis elementos culturais que contribuíram para firmar a dimensão da fé no espaço social de Joaseiro, o que também acabou contribuindo para a projeção daquele vilarejo, predominantemente rural, em importante centro de comercialização. Padre Cícero, com uma ideia de desenvolvimento que associava material e imaterial, trabalho e fé, promovia uma ação evangelizadora que impelia os devotos a atribuírem novas dimensões ao cotidiano: a necessidade de contruírem uma vida melhor, também considerando o aspecto material e econômico.

Para Della Cava (1985) diz que essa ação era uma maneira de agir mística para a obtenção de melhoria material. Desta forma, Padre Cícero edificava um espaço social em que conformismo e esperança caminhavam lado a lado na resistência e na “peleja” recompensada (Félix, 2008) e o povo nordestino via a preocupação do sacerdote com a desgraça popular e suas esperanças em dias melhores como distintivo deste homem em relação a outros homens. Via-o como um santo, de reconhecida grandeza, luz, sabedoria, força, bondade e amor (Barros, 2001).

Para Barros (2001), no catolicismo popular a santidade é definida pela prática

do missionário alinhada ao Evangelho. Uma santidade que se mostra no trabalho cotidiano de proteção e respeito aos que sofrem; também na humildade, na boa convivência, no equilíbrio de conduta e, sobretudo, na empatia diante da amargura e da esperança de homens destituídos de direitos e cidadania. Muito mais do que apresentar poderes sobrenaturais, neste contexto, ser santo é “ser bom” (Barros, 2001).

Deste modo, carregada de potencial político de resistência e transformação, a ação evangelizadora de Padre Cícero Romão, ultrapassa o discurso religioso transcendente e começa a apontar respostas concretas aos problemas corriqueiros: a seca e a fome (Stinghen, 2000).

E o vilarejo cresce conduzido pelo porta-voz, protetor, defensor e representante de seus “amiguinhos”, como o padre se dirigia aos seus seguidores (Barros, 2001). Começa, então, “um dinamismo econômico e uma rápida ocupação do espaço” (Della Cava, 1985, p. 41), um tempo de prosperidade mesmo diante do martírio da seca e da fome dos anos de 1877-1879. Padre Cícero, com seus conselhos, expandia a ocupação do Vale do Cariri, empregando grande número de mão-de-obra, ao passo que incentivava as vítimas da seca a se dedicarem a novos cultivos agrícolas (Della Cava, 1985).

O lugarejo agora já é um povoado com centenas de casas e Padre Cícero seguia distribuindo o que tinha com os mais pobres, orientando os trabalhos e incentivando os sertanejos que ali chegavam a se fixarem no local como agricultores (Barros, 2001). Padre Cícero Romão Batista, entre o povo sertanejo já era tido como “santo”, contudo, foi no decorrer do ano de 1889, quando uma grande seca tomou conta do Vale do Cariri, que se deu emergência do padre “milagreiro”.

Mais uma vez, o sertanejo, envolto por profunda tristeza e buscando consolo divino, entrega ao Padre Cícero a sua esperança de vida (Barros, 2001; Araújo, 2005). Neste contexto, presenciam, no dia 1º de março de 1889, a hóstia consagrada e recebida pela beata Maria Madalena do Espírito Santo de Araújo — uma lavadeira, negra, natural de Joaseiro — das mãos de Padre Cícero se transformar em sangue. Um “milagre” que repercutiria de tal forma pelos sertões nordestinos, que culminaria com Padre Cícero sendo totalmente banido do mundo ortodoxo da Igreja oficial (Della Cava, 1985).

Excluído da Igreja, mas cada vez mais admirado pelo povo simples do sertão, o sacerdote via levas infindáveis deromeiros chegarem a Joaseiro para o

conhecerem. Joaseiro tornou-se um centro de romarias e, à medida em que a peregrinação crescia, aumentava o desenvolvimento urbano do local, resultando num movimento migratório de sertanejos vindos de Pernambuco, Paraíba, Alagoas, Rio Grande do Norte, Maranhão e Bahia (DellaCava, 1985; Stingham, 2000; Barros, 2001; Araújo, 2005).

Para Carvalho (2004, p. 9), começava ali a consolidação da Terra de Padre Cícero como pólo de atração da “diáspora sertaneja”. Devotos, que em sua maioria provinham do meio rural, de baixo poder aquisitivo, percorriam longas distância à pé para visitar o Padre, até que chegasse o dia de receberem a benção do *Padim* para se estabelecerem naquela “Terra de Promissão” (Della Cava, 1985; Araújo, 2005).

O milagre da hóstia é a pedra fundamental da cidade mística de Padre Cícero que fez com que surgisse, então, “o padre empreendedor”, que, proibido de celebrar missas e ministrar sacramentos; e ocupado em orientar o estabelecimento de uma multidão na Terra da Mãe das Dores. Do milagre da beata, o Padre Cícero constrói a sua cidade mística, acolhendo os devotos e romeiros que lhe são fiéis (Araújo, 2005).

Em que pese o objetivo maior de reaver a sua reintegração à Igreja Católica, Padre Cícero estabeleceu um compromisso social com a expansão econômica do povoado do Joaseiro. O movimento religioso atingiu extensões políticas e econômicas; a ascensão da liderança espiritual entre os mais pobres e a repressão da alta hierarquia da Igreja ao fenômeno de Joaseiro arrebanhou adeptos e defensores políticos e econômicos de vários e importantes seguimentos, que fizeram doações significativas à causa (Della Cava, 1985; Barros, 2001; Araújo, 2005).

O mito Padre Cícero fortalece sua ação econômica empreendida na cidade do Joaseiro, vinculando a materialidade do espaço econômico com a imaterialidade da fé. Em 1909, Joaseiro já contabilizava mais de quinze mil habitantes, muitos que migraram movidos pela fé e pelo desejo de aprender e desenvolver um ofício capaz de acabar com a difícil situação de vida na qual, muitos, se deparava (Della Cava, 1985).

O sacerdote dedicava toda a sua energia para estimular a fé e o trabalho na “terra da promessa”. Em 1909, o fundador de Juazeiro adquiriu uma das primeiras máquinas de beneficiar algodão do Cariri, o que colocou “Juazeiro em contato com a revolução industrial: a máquina rasgou as matas e, em nome de Deus, desvirginou o sertão” (Ramos, 1995, p. 125).

E a cultura do algodão, quase totalmente abandonada, fez sua reentrada no Cariri. A produção algodoeira se expandiu na região, incrementando favoravelmente a economia da região, atraindo investimentos diretos de capitais estrangeiros para o setor (Della Cava, 1985; Barros, 2001; Araújo, 2005; Félix, 2008).

Comum é atribuir ao “Padim” o progresso da cidade de Juazeiro como seu principal milagre: aquele que construiu e consolidou uma cidade mesmo em situações adversas. Padre Cícero tinha entre suas preocupações dar ocupação ao contingente de sertanejos que não paravam de chegar e, reconhecendo a impossibilidade de absorver toda aquela mão-de-obra unicamente nas atividades agrícolas, incentivava aos que ali chegavam a que praticassem uma arte, expandindo assim as oportunidades através da produção de manufaturados (Della Cava, 1985; Ramos, 1995; Barros, 2001; Félix 2008).

Faz parte do “milagre econômico” atribuído ao Padre Cícero uma notável expansão agrícola, e ainda mais notável crescimento urbano que ofereceu infraestrutura e serviços, além de incrementar o comércio local. Os conselhos e ensinamentos do patriarca da cidade ofertados aos mais necessitados fizeram com que se espalhassem pela vila diversas oficinas e até uma fundição que produzia sinos e relógios de parede e de torre para igreja, destinados à exportação. Além disto, foi também pela mobilização do Padre que a borracha foi introduzida na região, sendo extensivamente cultivada nas serras, na primeira década do século XX (Cava, 1985).

Diante disto, em 1911 se deu a autonomia municipal do Joazeiro, formando-se, oficialmente, a cidade do Padre Cícero, o qual se elegeu o primeiro prefeito (Della Cava, 1985, p. 199), sem, no entanto, manter-se como “conselheiro do sertão” que continuava a orientar seus devotos nos mais diversos assuntos, sendo a díade fé e trabalho, o mais presente entre suas orientações.

Por tal motivo, segundo Walker (2006), expressa-se nos dias de hoje, na cidade de Juazeiro que, “cada casa é uma oficina, e cada oficina um oratório”. Para Ramos “isto se configura numa imagem fundante para grande parte dos moradores da cidade” (Ramos, 1995, p. 125). O progresso como um milagre que, desde as primeiras décadas do século XX até hoje, definem a cidade do Padre Cícero. “Os romeiros que vinham em busca da ‘cidade sagrada’ encontravam a ‘cidade profana’ que ofereciam possibilidades de sobrevivência através de atividades comerciais e artesanais” (Ramos, 1995, p. 90).

Padre Cícero, detentor de extremo carisma, foi hábil articulador de uma ampla rede social que promoveu uma reestruturação socioeconômica não apenas em Joazeiro, mas em toda a Região do Cariri. O padre costumava reunir multidões diante da sua moradia, ao cair da noite para falar sobre o código de ética do sertanejo devoto, que deveria ser seguido para o alcance da prosperidade. Buscava imprimir no imaginário sertanejo o trabalho fundamentado na honestidade, no comprometimento e no respeito às autoridades, sem, contudo, esquecer-se de ressaltar que não se podia abrir mão da dignidade e do trabalho assalariado (Cava, 1985; Barros, 2001; Araújo, 2005).

Àquele povo, o patriarca da cidade sempre tinha incentivos e orientações, no sentido de que cada um fosse parte atuante, pela força da fé e do trabalho, da construção de uma cidade autônoma e independente e que a subsistência das pessoas pudesse ser assegurada, implantando assim a base civilizacional e econômica do Joazeiro e do Cariri (Araújo, 2005).

“Nenhum romeiro, empreenderia qualquer tarefa, nem aceitaria qualquer emprego, sem antes obter seu conselho ou comando” (Cava, 1985, p. 143), sua benção, que não se constituía apenas numa permissão, mas como um sinal de prosperidade nos negócios, como assinala Della Cava (1985).

Há uma narrativa popular, de conhecimento de muitos moradores da Juazeiro dos dias atuais, que mostra claramente a referida representação mencionada por Della Cava (1985). Tal história conta que um romeiro, artesão, ao se aconselhar com Padre Cícero, falou de sua situação de pobreza e, ao ser questionado quanto ao que sabia fazer, se disse flandreiro. Padre Cícero, de pronto, o disse para fazer tantas quantas lamparinas ele pudesse. Obediente, o homem fez lamparinas dia e noite, mas, posteriormente chegou a questionar o conselho do sacerdote. Contudo, Padre Cícero se manteve firme em sua orientação ao romeiro (Félix, 2008).

A história ainda conta que, enquanto o flandreiro produzia as lamparinas, Padre Cícero articulava uma campanha de divulgação da data comemorativa a Nossa Senhora das Candeias, solicitando a todos os devotos e romeiros, que viessem em procissão para a igreja, à noite, cada um segurando uma lamparina, indicando o artesão, que tendo vendido todo o estoque de lamparinas, ainda precisou ampliar a produção para dar cabo do ritmo crescente e acelerado das encomendas. Contam que o flandreiro ficou rico (Félix, 2008).

A romaria de Nossa Senhora da Candeiras ainda é comemorada nos dias de

hoje (2023), mantendo a tradição do uso da lamparina e essa narrativa faz parte das histórias estimadas pelos artesãos e comerciantes locais, como símbolo do importante legado que Padre Cícero deixou ao seu povo sertanejo.

Aos vinte de julho de 1934, assim como diz Araújo (2005), as empreitadas do “sagrado” se deram por encerradas, Padre Cícero morreu consagrado pelos seus fiéis, mas desprezado pelo clero (Della Cava, 1985, Stinghen, 2000, Araújo, 2005).

Segundo Della Cava, com a morte do patriarca, na mente de alguns moradores e comerciantes da cidade estaria decretada a morte de Juazeiro, o que levou até os mais otimistas a fecharem as portas de suas lojas e deixarem a cidade. “Mas, [...] os romeiros continuaram a chegar. [...] muitos acreditavam [...] que o Padre Cícero voltaria em breve, o aguardando tão esperado retorno, trabalhando. Graças a isto aquela que outrora havia sido insignificante aldeia continuou a crescer” (Della Cava, 1985, p. 312).

Para Carvalho (1998, p. 66) “a morte do Padre vai ser o grande episódio, que encerra um ciclo” e passa a desencadear um novo dinamismo na Terra Santa: expandindo a produção artesanal das fabriquetas de bens simbólicos e a comercialização das lembranças da cidade sagrada.

Na década de 1960, Juazeiro se transforma em “cidade oficina”, guiada pela ideias que Padre Cícero apregoou em vida. Ramos nos fala que “os habitantes devotos ornamentavam suas salas com oratórios e instalavam nos fundos de quintal oficinas e pequenas fábricas para produzir bens simbólicos e bens de consumo não-duráveis” (Ramos, 1995, p.61).

E assim, nos quintais das casas, na informalidade das oficinas, ofícios eram transmitidos de uma geração à outra, de pai para filho, como tradição familiar, não submetida às normas e regras das organizações do mercado formal, mas sim, de acordo com as necessidades, possibilidades e conveniências cotidianas (Araújo, 2005).

O Juazeiro do Padre Cícero, como a cidade ainda hoje é reconhecida em todo país por suas romarias, continua por apresentar o maior desempenho econômico da Região do Cariri. Assim, continuando como elementos norteadores de seu desenvolvimento a díade tão prezada pelo seu fundador: trabalho e fé (Araújo, 2005).

E foi dessa maneira que, de um sonho, se fez uma cidade tida por seus moradores como uma cidade empreendedora.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

"Vou longe. Se o senhor já viu disso, sabe: se não sabe, como vai saber? São coisas que não cabem em fazer idéia."
Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

Para conhecer o Sertão e as pessoas que nele vivem é preciso reconstruir a história não só do lugar, mas também as histórias vividas por seus habitantes, resgatando e compreendendo a formação da sociedade e dos indivíduos, suas práticas sociais, produtivas e discursivas. Como diz Guimarães Rosa, em *Grande Sertão: Veredas*, "o Sertão é sem lugar".

Para Fillion (1993, p. 52) as descobertas de pesquisas podem ser divididas em dois grupos: "as que aperfeiçoam o conhecimento de um aspecto da realidade estudada, de outro as que aperfeiçoam o modo de pensar [...] numa área particular", sendo que grande parte das pesquisas realizadas se enquadram na primeira categoria.

Assim, achamos oportuno fazermos algumas considerações logo de início. Embora acreditemos que a presente tese contribua, em alguma medida, para ambas as categorias explanadas na fala de Fillion (1993), cumpre ressaltar que não partimos de nenhuma construção *a priori* e, portanto, as categorias de análise apresentadas neste capítulo não foram tiradas da literatura, mas construídas a partir dos dados do campo e das interpretações que foram feitas em torno deles.

Não tencionamos chegar e apresentar uma "versão da realidade dos fatos", mas perseguirmos, antes disso, apontar detalhes, semelhanças, diferenças, contradições e imprecisões a partir dos diversos retalhos narrativos com vistas a construir uma interpretação que amplie o entendimento quanto aos caminhos que levaram os empreendedores locais a empreenderem e o que contribui para que se mantenham empreendendo.

Ao retornamos a literatura — já analisados preliminarmente os dados — com o intuito de encontrar algo mais do que os "conceitos sensibilizantes" acerca do empreendedorismo, do potencial gerador de conhecimentos da história de vida e do sertão e do sertanejo (Charmaz, 2009) nos deparamos entre tantas outras com a ideia de Laplatine (1997) acerca do que é real, realidade e imaginário, que achamos oportuno trazer neste momento dados os aspectos subjetivos daquilo que se estudou.

Para Laplatine (1997, p. 11) por nossos pensamentos serem sempre de

natureza perceptiva, o homem cria imagens que não são passivas, uma vez que se contituem a partir de como percebemos a vida social, as pessoas e a natureza que nos circundam. A imagem que nós fazemos das pessoas, das histórias que elas nos contam e dos fatos que as envolvem, não corresponde, necessariamente, ao que elas são pra si ou para outros, pois imagens são marcadas por sentimentos e experiências que tivemos em relação a elas.

Isso significa que aquilo que atribuímos a imagem de algo ou alguém, embora possa em parte ser ou possuir, são, como diz Laplatine (1997, p. 11) “aumentadas ou denegridas,¹¹ mutáveis, transformadas e plena de significados que lhe fornecemos no percurso de nossas experiências e lembranças vividas e concebidas nos encontros e desencontros que com ela estabelecemos”.

Então, qual é a realidade dessas pessoas ou do fenômeno social que nos circundam e que nos pusemos a estudar? Responde-nos, Laplatine:

A realidade consiste no fato de que essa pessoa, os objetos sociais (outras pessoas) e o mundo da natureza existem em si mesmos, independentes da nossa presença e dos significados que atribuímos a todos eles. Os objetos existem no mundo da sociedade e da natureza com características físicas e sociais específicas, definidas por suas experiências históricas, pelas condições ecológicas e pelos seus contextos socioculturais. Essa existência em si mesma, das coisas e dos homens, faz com que a realidade seja algo dado a ser percebido e interpretado. [...] se faz presente em sua concretude independentemente da nossa percepção, difere do real. O real é a interpretação que os homens atribuem à realidade. O real existe a partir das ideias, dos signos e dos símbolos que são atribuídos à realidade percebida (Laplatine, 1997, p. 11-12).

Termos isso em mente foi como a primeira chuva no sertão: arrefeceu a nossa angústia diante de uma imensidão de dados com os quais nos deparamos ao final da coleta. Esses dados mesmo que já viessem sendo codificados e categorizados a cada coleta, por força da metodologia, ainda carecia de categorização teórica que nos possibilitasse dar sentido e significado à altura daquilo

¹¹ O Governo Federal do Brasil disponibilizou cartilha, em março de 2023, sobre expressões racistas que devem ser evitadas e, entre elas, a palavra denegrir está inclusa. A origem da palavra “denegrir” é latina e significa enegrecer. A expressão é utilizada para expimir a ideia de macular, manchar ou sujar alguma coisa. A junção das duas coisas faz surgir a ideia de que tornar algo negro é negativo e portanto deve ser evitada, pois reforça uma visão preconceituosa que liga a pessoa negra a coisas ruins. Contudo, por tratar-se de uma citação direta, mantivemos a palavra que foi utilizada pelo autor, embora concordemos, pessoalmente, com a diretriz do governo brasileiro (BRASIL, 2023).

que ouvimos e observamos da realidade dos empreendedores locais que fizeram parte da pesquisa, que apresentamos nas próximas seções.

5.1 Resultados Obtidos, Análise e Discussão

“O real não está no início nem no fim, ele se mostra pra gente é no meio da travessia.”

Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

Para Charmaz,

o texto reflete as escolhas feitas pelos autores. O estilo da escrita dos autores que utilizam a teoria fundamentada, em geral, se baseia no relatório convencional. Os pesquisadores registram as suas teorias fundamentadas e descrevem os “fatos” para sustentá-las. Entretanto você pode ampliar a variedade de possibilidades [...]. Você pode fazer uso dos artifícios retóricos e das estratégias de redação que refletem o modo como você construiu a sua teoria fundamentada e acentuar o vigor do seu texto. [...] Vá além de uma análise das ações e dos fatos (Charmaz, 2009, p. 231).

Ao tratar sobre a elaboração e apresentação dos resultados de trabalhos que utilizam a Teoria Fundamentada em Dados, numa perspectiva construtivista-interpretativa, Charmaz (2009), orienta a pensar naquilo que o pesquisador considera relevante, como contexto cultural, antecedentes históricos, atmosfera emocional, como forma de matizar as afirmações, significações e contrabalancear a lógica da exposição de resultados com a lógica da experiência teorizada. É este caminho que buscamos seguir para a apresentação dos resultados. Portanto, entendemos ser útil apresentarmos os achados do campo e as reflexões teóricas que se faz a partir destes, concomitantemente.

Para uma melhor compreensão, subdividimos essa seção em duas: uma em que objetivamos apresentar uma síntese do processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor e outra que apresentamos a teoria substantiva construída a partir dos dados coletados (da qual o processo é ponto de partida importante), a partir de uma perspectiva charmaziana, apresentando a categoria central e o que dela se pode falar.

Através da análise da história de vida dos dez empreendedores que participaram da pesquisa — considerando marcos de suas histórias e do sentido dado a estes e, ainda, o que se assemelha em cada uma das narrativas —

esboçamos um esquema para apresentar em síntese o processo pelo qual os sujeitos se tornaram empreendedores e assim se mantiveram.

Considerar o que se assemelha em cada narrativa coletada não nos fechou os ouvidos para perceber aquilo que distoava do comum no que era dito. Acreditamos que essa escuta atenta foi beneficiada pela metodologia que escolhemos para a coleta de dados — uma entrevista como base na história de vida e temática — o que é potencializado pela sistemática da *Grounded Theory* de comparação constante dos dados.

O retorno à literatura após a coleta de dados reforçou-nos a uma satisfação com as escolhas metodológicas feitas, quando nos deparamos com ideias como as de Vogt e Bulgacov (2019) que ressaltam que a partir dos anos dois mil, e cada vez mais intensamente, as pesquisas que se direcionam para a investigação do empreendedorismo focam na compreensão deste como um processo dinâmico e não estático: o processo de tornar-se empreendedor ou uma empreendedora.

E aqui buscamos colher as histórias de vida e apresentar fragmentos destas histórias como suporte para o esboço do processo de vir a ser um Sertanejo Empreendedor. As narrativas coletadas contam sobre experiências pessoais, contextualizadas sócio e historicamente, em alguns momentos da vida dos sujeitos da pesquisa.

A história de vida de uma pessoa é composta por várias histórias dessa pessoa (Atkinson, 2002; Hatch, & Wisniewski, 2003; Vogt; Bulgacov, 2019). Colocamos aqui esta obviedade não sem propósito, pois resulta de uma intenção de reforçarmos a ideia de que as vidas são talhadas por um encadeamento de acontecimentos (Atkinson, 2002; Vogt; Bulgacov, 2019) e, portanto, as nossas histórias de vida são capazes de engendrar ordens e significados sobre quem somos e como agimos. Somos nossas histórias e construímos nossas novas histórias, também, a partir delas e dos significados que a elas atribuímos.

Neste sentido, as experiências de vida contribuem com uma visão de vida, de mundo e de nós mesmos, que, ao ser narrada, é descritiva e, em simultâneo, subjetiva. Na medida em que contamos uma história, esta vai sendo interpretada por quem conta e, além disso, por quem ouve (Atkinson, 2002; Vogt; Bulgacov, 2019).

Então, a partir dos relatos narrativos foi possível acessar as subjetividades dos indivíduos e a visão particular que eles têm de seu mundo social, de onde emerge semelhanças e diferenças quando comparadas às narrativas de outros

indivíduos, como considera Jones (1983). Contudo, toda história tem um plano de fundo (Vogt; Bulgacov, 2019) e, sendo assim, ainda que cada história de vida contenha uma visão individual, ela engloba ideias sobre o contexto, o social, o cultural, o econômico e o histórico no qual essa pessoa está inserida (Closs; Antonello, 2012; Vogt; Bulgacov, 2019).

No caso desta pesquisa, a realidade vivenciada pelos empreendedores na sua vida “na roça”, anterior a ação de empreender, é a linha que alivinha as histórias e que nos possibilitou, a partir das semelhanças, ter um esquema do processo decorrente da análise dos dados.

As narrativas dos sujeitos participantes da pesquisa revelaram o impacto dos eventos históricos nas suas vidas sertanejas que influenciaram seus valores e seu modo de agir aplicados à sua história de vida empreendedora. Isso se adequa com a ideia de Jones (1983), quando ele diz que as histórias de vida reforçam a compreensão que os indivíduos são membros de uma cultura, e, portanto, não devem deixar de assim serem vistos, pois isso tem impacto em seus modos de ação.

Além disso, para Jones (1983) há um caráter contínuo e relacional das experiências ao longo do tempo, ou seja, algumas dessas experiências ganham relevância como constituintes de uma sequência de outras experiências. O autor ainda chama atenção para a necessidade de reconhecer o papel de outros significantes como, o grupo familiar, na construção das experiências dos indivíduos. As narrativas trazem as trajetórias dos indivíduos, posturas e percepções, e traz a possibilidade de estabelecer algumas conexões entre o presente e passado (Reis; Antonello, 2006; Vogt; Bulgacov, 2019).

Evidenciamos, nas narrativas colhidas em campo, a relação das experiências vivenciadas na lida da roça, a identificação com o sertão e como sertanejo e os significados atribuídos a estes pelos sujeitos com o jeito de empreender, com o que contribuiu para o início da vida empreendedora e a maneira como estes vêm se desenvolvendo enquanto empreendedores, para assim se manterem.

Passamos então para as subseções: Desocultando os caminhos pelos quais nos propomos fazer o retorno à teoria sobre o empreendedorismo, com maior aprofundamento, conforme a vertente metodológica por nós adotadas, ao mesmo tempo em que descrevemos o processo pelo qual alguém se torna e se mantém empreendedor, e a subseção seguinte, Sertão, a força que nunca seca, em que apresentamos a Teoria Substantiva que foi construída a partir dos dados analisados.

5.2 Desocultando Caminhos: o processo empreendedor do sertanejo

"Esta vida está cheia de ocultos caminhos. Se o senhor souber, sabe; não sabendo, não me entenderá."
Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

Dornelas (2013) afirma que empreendedorismo é a convergência de pessoas e de processos que resulta na transformação de ideias em oportunidades e, destas últimas, por sua vez, surgem negócios. Iniciando as discussões pelo processo empreendedor, identificamos na literatura diferentes modelos de processos empreendedores, sendo dois deles os mais comumente citados: o modelo de Timmons (1994) e o modelo de Hisrich e Peters (1998).

O modelo de processo empreendedor de Timmons (1994) não é constituído por fases, mas sim por fatores. O autor constrói o seu modelo a partir da análise de três fatores fundamentais: a oportunidade, os recursos e a equipe empreendedora.

Para Timmons (1994), a oportunidade é o início do processo empreendedor e é a partir da avaliação da oportunidade de negócio que se apresenta que o empreendedor toma a decisão quanto à continuidade ou descontinuidade do projeto de exploração desta. Assim, o processo empreendedor é impulsionado pela oportunidade.

O segundo fator fundamental no modelo de Timmons (1994) é o resultado que, para o autor, compreende tanto as pessoas, os recursos financeiros, os ativos e os planos necessários à implementação da oportunidade, bem como as decisões estratégicas tomadas em torno destes.

O último fator é o que Timmons (1994) denomina de equipe empreendedora, ou seja, as pessoas que atuam com o empreendedor no processo. Entendendo que existe uma ligação estreita entre o crescimento latente de um novo negócio e a equipe que o gerencia, será, portanto, relevante no processo a capacidade que o empreendedor terá de atrair e formar uma equipe percebida como talentosa.

No que diz respeito a esse primeiro modelo, Timmons e Spinelli (2004) fazem algumas considerações no sentido de aprofundar o entendimento deste. Os autores enfatizam que este modelo trata o processo empreendedor como um organismo integrado e, desta forma, os três fatores que o compõem devem ser vistos como combinados, ajustados e equilibrados.

Os autores ainda consideram que o processo empreendedor seja dinâmico (Timmons; Spinelli, 2004). Destacar o caráter do dinamismo nesse processo nos

remete a duas ideias: a primeira é a perspectiva de mudança e evolução, que pode ser percebida dentro do processo; a segunda relaciona-se ao movimento que acontece a partir de forças que atuam nos elementos desse processo, pontos que passamos a considerar na análise feita sobre o processo do Sertanejo Empreendedor.

O processo empreendedor no modelo de Timmons (1994), como dito anteriormente, inicia pela oportunidade, o que para Timmons e Spinelli (2004) é diferente de ideia. Para os autores, uma oportunidade é atrativa, durável e vantajosa e deve se fundamentar em um produto ou serviço capaz de agregar valor para aquele que vai fazer uso dele. Sendo assim, o empreendedor precisa ter a capacidade de avaliar o potencial desta oportunidade no sentido de decidir quanto de tempo e esforço importa investir em sua execução. Essa capacidade de avaliação é, inclusive, colocada pelos autores como uma das características importantes para um empreendedor.

Considerando a ideia de que este modelo é integrado, e que deve ser visto em combinação, ajuste e equilíbrio, como mencionado anteriormente, isso denota a interdependência dos fatores do modelo e, portanto, a configuração (o tamanho, a estrutura e a intensidade) dos outros dois fatores será determinada pela oportunidade percebida e o valor atribuído a esta.

Apesar disso, Timmons e Spinelli (2004) realçam que, embora seja fator de grande importância, os recursos, ou a falta deles, não é, necessariamente, um fator impeditivo e, tampouco, pode ser associado como um fator capaz de criar um negócio de sucesso ou ser responsável, obrigatoriamente, pelo insucesso. Há que se considerar que pode se dar uma diferença entre os recursos necessários e os recursos disponíveis.

Essa não coincidência, daquilo que se precisa com aquilo que se dispõe é usual no início do processo empreendedor, o que leva os autores a ponderarem que, principalmente no estágio inicial, o processo não é motivado pelos recursos já disponíveis. Neste sentido, o fator recurso (sua presença ou sua falta) deve ser olhado como algo que deve ser vinculado à capacidade do empreendedor de elaborar estratégias para a combinação dos recursos de que dispõem de modo favorável e do controle que vai ter sobre estes.

Sobre o terceiro fator do modelo, a equipe empreendedora, para Timmons e Spinelli (2004), pela ligação que se faz entre o crescimento de um negócio com a

qualidade da equipe que dele faz parte e, sobretudo, da equipe que o gerencia, este é um fator que aponta para a emergência de algumas características importantes, tanto do empreendedor, enquanto liderança, quanto da própria equipe escolhida.

No que diz respeito ao empreendedor, este deve ter a habilidade de aprender e a de ensinar associadas à capacidade de saber lidar com adversidades e ser resiliente, influenciando a construção da cultura da organização. Sobre as características de relevância da equipe os autores apontam para habilidade de liderança e comunicação, criatividade e adaptabilidade, motivação e determinação, comprometimento, persistência e tolerância quanto ao risco e às incertezas, entre outras (Timmons; Spinelli 2004), o que nos parecem características atribuídas pelo senso comum e também pela ciência à figura do empreendedor.

Quanto a essa questão, os autores dizem que negócios que são geridos e mantidos com a ausência de uma equipe, ou por apenas um indivíduo, não devem ser enquadrados como destinados ao insucesso ou a falência por isso, ainda que pese nestes um alto potencial de transformar o empreender em uma tarefa ainda mais árdua do que já é (Timmons; Spinelli 2004).

O segundo modelo de processo empreendedor que trazemos aqui é o de Hisrich e Peters (1998) e, neste, os autores condensam o processo empreendedor em fases. São quatro as fases: 1) identificação e avaliação de oportunidade; 2) desenvolvimento de um plano de negócios; 3) determinação e captação de recursos necessários; e, 4) gerenciar a empresa criada (Hisrich; Peters, 1998).

No que diz respeito ao primeiro passo deste processo, a identificação de oportunidades, coincide com o modelo apresentado anteriormente. Sobre esse passo inicial, o modelo de Hisrich e Peters (1998) acrescenta algo ao modelo anterior. Os autores consideram que a identificação das oportunidades é resultado de um estado de alerta dos indivíduos empreendedores que os deixam mais propensos a percebê-las, e ainda acrescentam que essa propensão ao reconhecimento de uma oportunidade também é fruto do conhecimento prévio (relacionado com o processo de educação) e da experiência (trabalho relacionado ou o resultado de diversos eventos ou experiências pessoais) do empreendedor.

Neste sentido, o modelo de Hisrich e Peters (1998), guarda semelhança com as ideias de outro autor, também citado quando se trata de processo empreendedor, Kirzner (1973), para quem as habilidades do empreendedor na ação de empreender envolvem a percepção, a descoberta e a exploração de oportunidades, que outros

não reconhecem.

A segunda fase do modelo de Hisrich e Peters (1998) diz respeito à avaliação da atratividade e da viabilidade da oportunidade em pauta e que, de acordo com estes, deve ser feita através de um instrumento formal (plano de negócio), que levará em consideração tanto os fatores externos quanto os internos que condicionam a entrada de um novo negócio no mercado, orientando o empreendedor no processo de organização e viabilizando o alcance de fontes de recursos.

A terceira fase do processo — determinação e captação dos recursos necessários — é a fase importante tanto para dar início quanto para dar continuidade ao empreendimento, e nos leva à última fase do processo, que é o gerenciamento da empresa criada, que, no modelo de Hisrich e Peters (1998), exige do empreendedor a estruturação do empreendimento, envolvendo a organização administrativa, formalização de alguns processos e a profissionalização, além do desdobramento de estratégias de crescimento e expansão do empreendimento.

Buscando trazer essa discussão sobre o processo empreendedor para um tempo mais recente, nos deparamos com o modelo de processo empreendedor, desenvolvido por Ruppenthal e Cimadon (2012) que foi construído a partir do confronto das ideias de Fillion (1993), Dolabela e Lima (2003), Sternberg (2004) e Baron e Shane (2007) (*apud* Ruppenthal; Cimadon, 2012), com a realidade empírica de empreendedores que criaram seus empreendimentos movidos pela necessidade.

Ruppenthal e Cimadon (2012), ao apresentarem os resultados do seu estudo e o modelo que decorreu dele, levantam um fato importante nos seus julgamentos: normalmente, empreendimentos criados por necessidade são vistos como negócios com maior propensão ao insucesso, sobretudo por não estarem perfeitamente enquadrados a modelos de processo empreendedor, como os dois apresentados anteriormente. Contudo, esses autores alegam que, embora se tenha essa expectativa negativa sobre os empreendimentos criados por necessidade, muitos destes frustam essa expectativa, o que fez com que se debruçassem sobre os estudos acerca dos motivos que levam a essa prevalência.

Antes de apresentarmos o modelo de processo empreendedor desenhado por Ruppenthal e Cimadon (2012), acreditamos ser necessário trazer alguns aspectos das teorias que o suportam e que, na nossa busca pelas teorias que lançariam luz sobre o fenômeno que emergiu do campo, também já havíamos considerado como

relevantes para a análise processo do Sertanejo Empreendedor, principalmente a Teoria Visionária de Filion (1991), que passamos a apresentar.

Como primeiro autor de base para a construção do modelo, Ruppenthal e Cimadon (2012) trazem Filion (1991) e sua teoria, construída a partir de um estudo, nos moldes da *Grounded Theory* com pequenos empreendedores vistos como bem sucedidos por lideranças empresariais e acadêmicas. A teoria de Filion (1991) parte do pressuposto de que um novo negócio surge de uma ideia de produto ou serviço, e que, formado o novo negócio, são firmadas importantes relações entre os empreendedores, seus negócios e o ambiente em que estes estão inseridos.

O metamodelo do pensamento e da ação empreendedora de Filion (1991) é desenvolvido com fundamento em três categorias de visões, que ele nomeia como emergente, central e complementar. Para o autor, os empreendedores bem sucedidos são aqueles que evoluem passando de uma visão para outra. Desta forma, o indivíduo iniciaria seu processo empreendedor com uma visão emergente, que pode ser descrita como aquela ou aquelas que sucedem um grupo de possibilidades de negócios e “[...] são formadas em torno de ideias e conceitos de produtos e/ou serviços imaginados pelo empreendedor, que, frequentemente, antes de se lançar sobre um empreendimento pondera várias alternativas de produto ou serviços” (Filion, 1991, p. 53).

A medida em que a visão emergente se torna mais inteligível — o que acontece quando uma possibilidade de negócio se fortalece ou quando, “de um processo de seleção das visões emergentes resulta a escolha de um produto ou serviço em particular” (Filion, 1991, p. 53) —, passa-se para a visão seguinte. A visão central é aquela que adquire maior relevância nos planos do empreendedor e à qual ele se dedicará mais fortemente, devendo ser uma visão realista, viável e crível tanto sobre o espaço que o indivíduo quer que seus produtos e/ou serviços ocupem no mercado quanto ao tipo de organização que é necessária para chegar neste objetivo.

Filion (1991, p. 53) chama nossa atenção para o fato de que, para alguns empreendedores, sucede uma continuidade entre sua visão emergente e a central, enquanto para outros, “vão trabalhar em várias visões emergentes antes de concentra-se naquela que se tornará sua visão central”.

Embora o metamodelo de Filion (1991) sobreleva a ideia de uma direção do processo que vai da visão emergente, passando pela visão central e chegando ao

delineamento de visões complementares, entendemos que a Teoria Visionária também apresenta no seu cerne o dinamismo do processo empreendedor, na medida em que o autor considera que, durante o seu percurso empreendedor, o indivíduo deve continuamente avaliar, selecionar e integrar novas visões à sua visão central, o que nos faz pensar em um processo que envolve ciclos de modificação e/ou cessação.

Para Filion (1991), o desenvolvimento da visão central pressupõe que ela deva ser sempre apoiada por visões complementares que serão enxertadas à visão principal como uma série de atividades gerenciais que necessitam ser realizadas. Ainda a esse respeito, o autor ressalta que é importante que o empreendedor tenha uma habilidade de comunicação bem desenvolvida, pois esta é essencial para que as visões complementares sejam compartilhadas e, principalmente, sejam realizadas com adjacência à forma como foi concebida.

Outro ponto de grande monta no que diz respeito às visões complementares é o conhecimento que o empreendedor tem do campo em que pretende atuar e a experiência que tenha adquirido nele, pois quanto maior for o conhecimento e a experiência deles, maior será a capacidade de definir e comunicar as visões secundárias ou complementares com clareza e precisão. Do contrário, o empreendedor corre o risco de ficar nas mãos dos seus subordinados e suas especialidades, o que não é positivo para a condução do empreendimento.

Filion (1991) ainda ressalta que estas três categorias de visões apresentadas no modelo tem intensa interação entre si, e acredita que o processo de desenvolvimento destas e suas interações devem ser dominados pelo empreendedor, já que necessitará ser, em algum momento e medida, verificada, aprovada, compartilhada, o que nos fala de mais algumas características atribuídas aos empreendedores a partir do modelo, a saber: a capacidade de articulação pessoal, a coerência, a tenacidade e a persuasão para além da habilidade de comunicar, todas contribuindo para o sucesso ou para o fracasso das estratégias traçadas.

Outro aspecto de grande relevância na Teoria Visionária de Filion (1991) são os elementos que suportam a visão. O autor destaca quatro, afirmando que cada uma deles influencia e é influenciado pelos demais: 1) sistema de relações; 2) *Weltanschauung* (W); 3) energia, e; 4) liderança.

O primeiro elemento é o sistema de relações, tido como fator decisivo para a

compreensão e explicação da visão. Filion (1991) discorre sobre a importância das relações na motivação do empreendedor, destacando a capacidade que estas possuem de, inclusive, moldar os tipos de visão que o empreendedor possa ter. O modelo apresenta este elemento dividido em três níveis: 1) primário (remetem as sensações afetivas, intelectuais e de lazer que influenciam o conceito de si); 2) secundário (formadas em torno de atividades pontuais como trabalho, política, religião, entre outras), e; 3) terciário (estabelecidas para atenderem a uma necessidade específica de determinada área de interesse).

Neste sentido, para Filion (1991), como relação primária, as relações familiares constituem o sistema básico que esculpirá os tipos de visão e a motivação inicial (emergente e central) que os empreendedores possam ter. Depois destas, outras relações serão estabelecidas para desenvolver visões complementares, que tem relevância no desenvolvimento da visão principal ou central.

Um aspecto interessante é que as relações são estabelecidas para desenvolver as visões, mas quanto mais estas visões forem sendo articuladas, mais importantes elas serão como critérios de estabelecimento do sistema de relações. Ao apresentar esse aspecto, Filion (1991) afirma comungar da ideia de Jean-Jacques Rousseau, para quem o homem é um produto do meio, um produto social. Trazer isso para o contexto do processo empreendedor é dizer que os empreendedores são produtos de suas relações, as familiares, originalmente, e, posteriormente, a partir de uma rede de relacionamentos empresariais que o empreendedor desenvolve, porque assim necessita e, a partir desta rede ele se desenvolve.

Após isso, o empreendedor toma posse do papel que ele mesmo definira para si próprio e é nessa fase que ele espera que aqueles que fazem parte da sua rede de relações, sobretudo os que trabalham com ele, absorvam a sua cultura, apoiando-os e trabalhando de forma leal e intensa em seus projetos. Essa ideia, segundo Filion (1991) aponta para a seriedade com que os empreendedores devem levar o processo de recrutamento daqueles que farão parte do empreendimento que conduzirão, o que se alinha com o modelo de Timmons (1994) e a importância que ele atribui à equipe empreendedora.

Para nós, essas considerações sobre as redes de relações nos direcionam para duas ideias que foram elementares na construção da problematização da proposta de pesquisa que culminou nesta tese. Uma é sobre a ideia de Berger e

Luckman (2014) sobre a Construção Social da Realidade e a outra é sobre as pontuações feitas por Geertz (1989) acerca do homem como ser de cultura.

Abrindo um breve parêntese, Geertz (1989) apresenta o homem como algo que passa a ser a partir da relação que estabelece com a cultura e a significação que atribui a ela. Para o antropólogo, a cultura é bem definida por Max Weber, quando este apresenta a analogia de uma teia que sustenta o homem, ao mesmo tempo em que é tecida por ele. Parece-nos que o modelo teórico de Fillion (1991) comunga, ainda que não intencionalmente, dessa ideia.

Voltando ao modelo que está sendo discutido, o segundo elemento que dá sustentação à visão, segundo Fillion (1991, p. 56), é o que ele nomeia de *Weltanschauung* (W) ou,

o prisma através do qual o indivíduo enxerga o mundo real. Ele inclui valores: é o que é notado como significativo quando a realidade ao redor é filtrada através de valores, atitudes, humor e intenções. O termo está frequentemente associado a imagens, modelos e outras formas de representação da realidade.

Para Fillion (1991), o *Weltanschauung* (W) é um conceito muito útil para a compreensão de empreendedores e pequenos empresários, pois pequenos negócios costumam ser sistemas sociais construídos ao redor do seu proprietário e, desta forma, compreendem a maneira como os empreendedores veem o mundo auxiliando na compreensão da cultura resultante deste prisma que é, também, a base sobre a qual o processo de criação da visão do empreendedor se desenvolverá.

O *Weltanschauung* (W) não é algo fixo, pelo contrário, se reformula de acordo com o contexto no qual o indivíduo está inserido e/ou até naquele que ele decide se inserir. Porém, Fillion (1991) considera que o que há de mais importante nesse conceito é que este exerce influência sobre aquilo que ganhará relevância no processo empreendedor. E cabe dizer que, o que receberá proeminência não é o que existe, de fato, no mundo, mas sim, aquilo que o empreendedor pensar que existe (Fillion, 1991), o que autores como Laplatine (1997) apontaria como a força do imaginário.

Assim, no processo de desenvolvimento da visão, o primeiro exercício ao qual o empreendedor deveria se dedicar seria o de entender o que está por trás do seu *Weltanschauung* (W) ou da sua forma de perceber o mundo, o que nos parece importante, também, para aqueles que se propõem a estudar esse fenômeno. Fillion

chega a apontar o caminho para fazer isso, que passa pela procura por compreensão da “sua própria história, valores, modelos resultantes de seu passado familiar, sua experiência profissional, sua educação informal [...], suas crenças e seus sistemas de relações” (Filion, 1991, p. 66).

De acordo com Filion (1991), essa busca é importante porque o empreendedor não pode decidir o que deseja ser sem saber o que este “ser algo” significa. Desta forma, o processo de criar uma visão consiste em projetar o *Weltanschauung* sobre o presente e sobre o futuro para ter mais clareza quanto à imagem com a qual o empreendedor e o empreendimento prosseguirão.

Outro aspecto importante, que Filion (1991, p. 56) traz sobre esse elemento é que “quanto mais cedo o empreendedor começa a trabalhar no campo escolhido”, mais vinculação o *Weltanschauung* (W) terá com as visões que o empreendedor terá que produzir e, por isso, será potencializada a produção de “visões realistas [mais] do que ele deseja alcançar”, ao passo que “quanto mais jovem ele escolhe o que fazer, mais tempo tem pra pensar sobre o que quer tornar-se”.

O terceiro elemento do metamodelo de Filion (1991, p. 57), a energia, é explicado como “o tempo alocado para atividades profissionais e a intensidade com que elas são executadas”. Importa a energia que o empreendedor doará para o seu negócio e o momento de sua vida em que isso se dará. A energia é o combustível que mantém o empreendedor caminhando e é influenciado pela visão e pelo conceito que este tem de si, que faz parte do elemento anterior do modelo.

O quarto e último elemento da Teoria Visionária é a liderança, e, sobre esta, o autor explica que resulta dos demais elementos (os Ws ou do conceito de si, a energia, o sistema de relações), e também da própria visão (central ou complementar) que se forma a partir desses elementos. A liderança resulta destes elementos, mas exerce, de maneira recíproca, influência sobre esses e é capaz de modificá-los (Filion, 1991).

Ainda importa dizer que para Filion (1991) a liderança surge gradualmente, à medida em que influencia e é influenciado, dado que ela depende do meio e das circunstâncias. Ademais, o desejo de realizar as visões é afetado pela capacidade de ocupar uma posição de liderança e de mantê-la, isso determina o que o autor denomina de amplitude de visão do empreendedor.

A segunda teoria de base para o modelo de Ruppenthal e Cimadon (2012) é a Teoria do Sonho de Dolabela e Lima (2003), explicada a partir de dois movimentos:

sonhar e buscar realizar. Para os autores do modelo, sonhar é uma ação que estimula uma imaginação estruturante que se encaminha para a realização daquilo que foi sonhado. Entendemos isso como uma afirmativa de que aquilo que foi criado pelo homem é a materialização daquilo que foi pensado, imaginado, o que nos parece ressaltar a força latente que reside nos sonhos estruturantes.

Contudo, Dolabela e Lima (2003) apontam que um sonho pode ser visto como estruturante de uma realização se este for factível e congruente com o sistema de valores e a maneira de ser do sonhador, ideia que, a nosso ver, liga a Teoria do Sonho à Teoria Visionária.

Rupperthal e Cimadon (2012) ao apresentarem o modelo de Dolabela e Lima (2003) destacam dois aspectos, sendo o primeiro a capacidade que a imaginação estruturante tem de articular visão, valores, competências, desejos, preferências e autoestima de maneira sinérgica, o que resulta em um sentimento de realização, a medida que os sonhos vão se tornando realidade.

O segundo aspecto que Rupperthal e Cimadon (2012) destacam da Teoria do Sonho de Dolabela e Lima (2003) é uma exortação dada aos indivíduos cujo processo empreendedor se deu em empresas criadas pela necessidade, o que pode sugerir que não tenha sido necessariamente gestada em um sonho. Para estes empreendedores por necessidade, os autores do modelo sugerem que, na própria vivência do empreendimento, criem oportunidades de se colocar em situações em que a emoção instigue à busca e à realização de sonhos, pois comportamentos podem ser condicionados, tanto por situações quanto por condições e circunstâncias e, desta forma, colocando-se numa situação assim, estarão promovendo comportamentos estimulantes, sinérgicos e satisfatórios, benéficos para o processo empreendedor.

A terceira teoria que dá suporte ao modelo de Ruppenthal e Cimadon (2012) é a da Inteligência Empreendedora (Sternberg, 2004; Baron; Shane, 2007). Com base nas ideias de Baron e Shane (2007), Ruppenthal e Cimadon (2012) consideram que empreendimentos exitosos derivam de um conjunto de eventos que muitas vezes fogem da percepção dos próprios empreendedores. Para Baron e Shane (2007), esse somatório advém de mudanças tecnológicas, políticas, sociais e demográficas que acabam atuando como geradoras de potencial para criação de novos produtos, serviços, processos, negócios.

Para Sternberg (2004), é a partir dessas mudanças que surgem

oportunidades que necessitam ser exploradas através de inovação — ideia que encontra suporte, em certa medida, nas ideias de Schumpeter (1954) e sua abordagem sobre o empreendedorismo — o que envolve aspectos da inteligência (analíticos, criativos e práticos) e que, quando combinados, formam o que o autor denomina como inteligência para o sucesso, principal competência empreendedora.

De acordo com Baron e Shane (2007), a inteligência empreendedora surge de três conceitos que estão intimamente ligados ao sistema cognitivo humano, a saber: a elaboração de novas ideias, a criatividade e a capacidade de identificar oportunidades. Os autores asseveram que estes conceitos encontram respaldo nas capacidades inerentes aos indivíduos, no que diz respeito ao acesso, armazenamento, processamento e utilização de informações, e, desta forma, a geração de novas ideias se dá quando os empreendedores fazem uso dessa capacidade visando gerar algo novo.

Ruppenthal e Cimadon (2012) consideram que a geração de novas ideias guarda uma relação diretamente proporcional ao conhecimento que os sujeitos têm guardado, e se dá a partir de um estímulo e diante da qualidade de resposta que se oferece a este sujeito.

Assim, na visão de Baron e Shane (2007) é também no reconhecimento das oportunidades que se inicia o processo empreendedor, mas importa para os autores a compreensão de como os indivíduos identificam as oportunidades e os porquês que explicam o fato de algumas pessoas serem mais bem sucedidas em identificar oportunidade e/ou o fato de alguns sujeitos serem melhores em decidir quais oportunidades são melhores e quais proporcionarão mais ganhos.

Na Teoria da Inteligência Empreendedora, Ruppenthal e Cimadon (2012) dá destaque, ainda, a três aspectos para a construção de sua teoria. O primeiro é que por esta teoria, oportunidades não existem apenas “lá fora”, mas também são construções do pensamento humano.

O segundo aspecto reforça que a identificação de oportunidade, passa pelo acesso e uso adequado das informações, sem deixar de considerar que pessoas são diferentes e, portanto, a forma como adquirem e utilizam as informações não obedecerá a um padrão. Sendo assim, ainda que alguns indivíduos tenham facilidade em conseguir informações úteis no processo de reconhecimento de oportunidades, o que parece ser mais relevante é a capacidade de compreensão e utilização destas.

O terceiro e último aspecto destacado por Ruppenthal e Cimadon (2012) na Inteligência Empreendedora para a proposição de um modelo é a inteligência social (Baron; Shane, 2007).

Com base nestas ideias, Ruppenthal e Cimadon (2012) elaboram uma proposta de modelo que coloca o indivíduo empreendedor como elemento central, entendendo que faz parte do processo empreendedor, sobretudo daqueles micro e pequenos empreendedores que criaram seus negócios a partir da necessidade, a forma como estes olham pra si, para os empreendimentos e para o mundo, e, a partir desse olhar o direcionamento destas percepções, para que sejam favoráveis ao desenvolvimento empreendedores e dos empreendimentos.

O modelo de Ruppenthal e Cimadon (2012) indica que esse direcionamento ou o (redirecionamento, caso seja necessário) destes três elementos podem ser feitos a partir da estimulação de atitudes criativas, emocionalmente positivas, com visões de futuro desafiadoras, porém alcançáveis, e a utilização de procedimentos com vista ao alcance de resultados, que se deem de forma minimamente planejada, estímulos que trarão incrementos ao repertório de habilidades de domínio dos empreendedores.

Na proposta dos autores esses elementos são em si o que compõem o processo empreendedor, que também é composto pela relação e pela influência que estabelecem entre si, mutuamente, e com o ambiente e as condições em que estão inseridos. A centralidade no indivíduo empreendedor, proposta pelo modelo, aponta para a fundamentalidade da constituição psicológica e pragmática, da visão e da motivação, do planejamento e da inteligência deste indivíduo como elemento modelador do todo (Ruppenthal; Cimadon, 2012).

Sobre o modelo proposto, os autores, fazem algumas considerações realçando que, ainda que ocorra um reedirecionamento de percepções, o cotidiano do empreendedor, por vezes, estará sujeito a situações capazes de desestabilizar a relação harmônica e sinérgica dos elementos que compõem o processo, e, assim sendo, nestes casos, será oportuno e sensato que o empreendedor busque fazer frente a essa realidade buscando desenvolvimento pessoal e potencialização de suas capacidades ou características empreendedoras (Ruppenthal; Cimadon, 2012).

Desta forma, o processo empreendedor segundo Ruppenthal e Cimadon (2012) apresentam três etapas: 1) a criação de um novo negócio ou atividade; 2) a experimentação empreendedora, e; 3) a expansão intencional dos conhecimentos.

No que diz respeito à primeira etapa do processo, a criação do novo negócio ou atividade, será impulsionada, não necessariamente pela identificação de uma oportunidade, mas sim pelo desejo ou necessidade de mudanças, que deverá ser suportada por um sonho estruturante a ser realizado e influenciada pelas mudanças que acontecem no ambiente em que o empreendedor está inserido, ao mesmo tempo em que esse ambiente sofre influências das ações e das mudanças que o indivíduo promove (Ruppenthal; Cimadon, 2012).

A experimentação empreendedora envolve as dificuldades com as quais o indivíduo se depara e tudo que advém desse encontro, como a ansiedade e o desconforto diante de situações que são impostas pelo mercado e que fogem em maior ou menor intensidade do controle do empreendedor. Nesse cenário, cabe ao sujeitos desenvolver percepções e tomar decisões que podem ser provenientes do sistema de relações que este estabelecem. De toda sorte é no enfrentamento das dificuldades que os empreendedores experimentam aquilo que provoca o desenvolvimento, armazenamento, combinação e utilização de aprendizados que ativarão a inteligência empreendedora (Ruppenthal; Cimadon, 2012).

A terceira etapa decorre da percepção que o indivíduo passa a ter sobre as dificuldades e as mudanças do meio, que são profusas e que exigem de forma permanente a aquisição de novos conhecimentos, muitas vezes de forma imediata e pontual. Portanto, é de grande importância a expansão intencional dos conhecimentos para que se potencialize a assertividade no desempenho das ações empreendedoras, atividades do empreendimento e a conquista do sucesso.

Uma comparação do início do processo empreendedor nos modelos apresentados nos instiga trazer, de forma sucinta, algumas considerações que são levantadas tanto por Aidis *et al.* (2006), quanto por Williams (2019), acerca da motivação empreendedora que, de acordo com estes autores, comumente é definida a partir de uma distinção dicotômica entre os empreendedores que foram levados ao empreendedorismo por necessidade e os empreendedores por oportunidade.

Williams (2019) diz que nesse esquema de classificação binário, os empreendedores por necessidade são aqueles que nunca antes consideraram a possibilidade de criar uma empresa até que a ausência de outras opções e outros fatores estruturais, os forcem a empreender como estratégia de sobrevivência. Por outro lado, os empreendedores por oportunidade seriam levados ao empreendedorismo por opção, seja pela capacidade de identificar uma oportunidade

viável e promissora de negócio ou pelo desejo de independência ou mesmo de possuir uma empresa.

Para Aidis *et al.* (2006) e também para Williams (2019) a prática vivida é bem mais complexa e dinâmica que a ideia considerada simplista com duas orientações que são apresentadas como mutuamente exclusivas, separadas e de negação mútua, tendência de categorização que, ainda segundo os autores, parece ter adquirido centralidade nas análises a partir da adoção do inquérito realizado pelo *Global Entrepreneurship Monitor – GEM*, no ano de 2005, uma das principais fontes de dados mundiais sobre a atividade empreendedora e que adota este esquema classificatório nestes moldes.

Williams (2019) considera isso um erro, pois exclui a possibilidade de coexistência da necessidade e da atração, ao mesmo tempo, como motivação de um empreendedor para iniciar um empreendimento, o que parecer colocar à margem do processo empreendedor os pequenos empreendedores e, também, muitos trabalhadores informais dotados de criatividade, dinamismo, inovação, além de uma perspicácia empresarial.

Acredita Williams (2019) que, se nos fecharmos nessa dicotomia, muito provavelmente ao nos depararmos com pequenos empreendedores e trabalhadores informais, não hesitaremos em colocá-los em caixinhas e passaremos rapidamente para casos seguintes, atitude que nos impedirá de irmos mais longe nas análises. Para o autor é fato que, nesses casos, quando se lhes pergunta os motivos que a levaram a começar empreender, muito provavelmente, a palavra necessidade aparecerá.

Contudo, também é fato que esses mesmos empreendedores que iniciaram por necessidade, ao se habituarem ao ambiente e às práticas do setor, começam a modificar a forma de perceberem a si mesmos e de agirem, explorando, inclusive, muitas novas oportunidades de negócio, pelo que então deveríamos considerar que, com a passagem do tempo e a vivência empreendedora, passam a ser orientados pelas e para as oportunidades (Williams, 2019).

Desta forma, o processo empreendedor, poderia diferir em seu início (começa por que necessita gerar rendimento suficiente para a sobrevivência própria e/ou da família) mas, ao longo do tempo mudam (começam a ficar mais sensíveis às lacunas de mercados apontadas por amigos durante uma conversa, por exemplo) e assim, seria possível encontrar semelhanças entre os dois tipos de empreendedores

(Williams, 2019).

Além disso, Williams (2019) diz que, se olharmos por outro lado, perceberemos que, ainda que os empreendedores, por oportunidade, identifiquem lacunas importantes e as aproveitem, uma análise mais profunda nos mostrará que a necessidade de sobrevivência, também, encontra-se profundamente enraizada no seu raciocínio. E desta forma, no processo empreendedor, sempre a pressão e a atração estarão presentes na motivação empreendedora.

Ruppenthal e Cimadon (2012) por outro lado dizem que, desconsiderar as diferenças entre aqueles que empreendem por necessidade daqueles que são movidos por oportunidade é resultado de um olhar distraído para o fenômeno, pois existem diferenças e estas podem ser facilmente percebidas nos passos inaugurais do processo de criação de uma empresa por necessidade. Chegam a asseverar que o comportamento de um empreendedor por necessidade é muitas vezes ansioso e desconexo e, além disso, estes seguem trajetórias nem sempre coerente e muito vezes não planejadas.

Contudo, assim com Williams (2019), Ruppenthal e Cimadon (2012) encontram algum grau de convergência olhando para o campo dos objetivos: ambos, ao terem seu próprio negócio, desejam que estes sejam prósperos e lucrativos. Além disso, embora haja diferenças nas competências de ambos, com o tempo, alguns dos empreendedores por necessidade percebem isso e são induzidos a buscarem recursos que ampliem suas competências. Para Ruppenthal e Cimadon (2012) não perceber essas diferenças e se acomodar pode fazer os empreendedores que iniciam por necessidade pagarem um alto preço, cobrado pelo próprio mercado.

O esquema que construímos e apresentamos ao final desta seção representa o fluxo básico que interpretamos como o caminho pelo qual os empreendedores participantes da pesquisa começaram a empreender e, também, como estes se mantêm empreendedores, ressaltando permanências e descontinuidades no processo e destacando o que nomeamos de aspectos subjetivos e comportamentais. Discorreremos a seguir sobre o processo que se encontra dividido em três fases que intitulamos de: “O Começo”; “A Travessia”, e; “(Agora) e o que virá”. Ao longo da discussão incluímos excertos das entrevistas dos sujeitos nos moldes da Descrição Densa de Geertz (1989) como suporte à nossa interpretação.

5.2.1 O Começo

“De primeiro, eu fazia e mexia e pensar não pensava. Não possuía os prazos. Vivi puxando difícil de difícil, peixe vivo no moquém: quem mói de asp’ro não fantasêia.”

A primeira fase do processo de empreendedorismo que, por “via de regra”, (Timmons, 1994; Hisrich; Peters, 1998), deveria ser caracterizada pela motivação e decisão de iniciar um negócio e o início das ações necessárias para isso, no caso do processo dos sujeitos entrevistados, consideramos iniciar bem antes da resolução de empreender, tendo em conta a escolha narrativa dos próprios indivíduos.

Quando solicitados a narrarem sobre a sua história empreendedora¹² os participantes iniciaram seus relatos remetendo-se à época em que viviam nos espaços rurais de regiões interioranas do Nordeste, seguida da decisão dos pais de se retirarem da “vida na roça” junto com a família ou destes entabularem esforços para que ao menos os filhos o fizessem. Em ambos os casos, diante de um cenário de escassez, esperavam uma melhor condição de vida para os seus descendentes. A seguir, apresentamos alguns excertos escolhidos das entrevistas dos sujeitos.

Excerto de Entrevista – SE 01

“[...] eu nasci no sertão da Paraíba, na década de 70, onde a tecnologia não existia. Eu sou filha de uma família de 11 filhos, sou a número 6, a filha número 6, e a gente vivia num sítio onde tinha 13 famílias [...]. Moravam todos em volta de um poço, no município de São José de Piranha. Tinha um poço, mas também, quando secava, quando era período de estiagem, a gente tinha que andar com aqueles burros com as coletoras para procurar água, não ficar sem. Nas terras vizinhas tinha alguns vizinhos de outros sítios que eles tinham cacimbão (enfrentamento da escassez). Então, a água era uma coisa muito, muito escassa.

Então, essa escassez foi uma das coisas que eu entendo hoje, que me trouxe para, não só a viver como eu vivo hoje, empreender, a me tornar empreendedora, [...] Então, assim, os meus pais, meu pai era agricultor, a minha mãe dona de casa, e o meu avô, o meu avô era o intelectual da Região, ele tinha até o quarto ano, mas, ele era aquele cara que lia todos os jornais, lia a Bíblia.

[...] Eu sei é que ele teve 11 filhos (falando do pai) e aí, ele, nessa condição, ele começou a ficar muito preocupado porque naquela época cada filho que nascia, para ele era uma preocupação porque era uma Região que não dava condição e ele ficava pensando o que seria dos filhos dele naquele lugar ainda mais quando ele morresse. [...] Lá onde a gente morava, para a cidade era 50 km só, e a gente não tinha muito dinheiro, na verdade não tinha dinheiro, porque a agricultura, ele plantava algodão, milho e feijão, mas como a família era tão grande, era muito pouco. A renda maior dele ainda era da fazenda do algodão, então, assim era uma coisa, que só Deus mesmo.

Então, [...] ele foi levando os filhos dele para cidade, nos tirando do sítio pra que a gente tivesse alguma chance.”

¹² Essa é a nossa primeira entrevista e nela eu queria que você falasse um pouco de você, o que você julgar importante de sua história de vida para chegar a se tornar empreendedor (a) ou como iniciou sua vida como empreendedor (a).

Excerto de Entrevista – SE 06

“G. P. de L., tenho 68 anos de idade, nasci no dia 21 de agosto de 1954. Nascido no Sítio Taquari, aproximadamente 10 km de distância do distrito de Mangabeira, e Mangabeira é município de Lavras da Mangabeira. Então, eu fui criado nesse sítio até os 10 anos e, com 10 anos de idade eu vim aqui para o Crato. Cheguei aqui no Crato garoto do sítio, analfabeto, naquele tempo, há 58 anos atrás. No sítio não tinha as facilidade de hoje, [...]. Então nós vivia no meio, dentro de um mundo que era só aquilo. A gente não tinha oportunidade de conhecer as outras coisas, porque a gente não tinha o meio de comunicação que tem hoje, que nos leva a esse ambiente e traz esses ambientes para dentro da nossa casa. Então, assim, isso é uma das coisas marcantes, eu acho importante pra contar como foi que eu comecei a ser empreendedor. Por que o que a gente vive, leva a gente por uns caminhos e leva a gente pro que a gente é, não é assim?

[...] Então, eu cheguei aqui com 10 anos de idade, era oriundo de uma família de sete filhos, de pai agricultor, de mãe agricultora e eu vim na frente, eu e mais uma irmã e um irmão. E com dois anos que estava aqui, eu tive que começar a trabalhar porque se não trabalhasse a gente ia ter que voltar pro sítio, porque o meu pai naquele tempo não reunia as condição pra gente continuar aqui, pagando aluguel, porque tudo aqui era mais alto (falando do custo de vida). Então, com 12 anos de idade, dois anos, depois de residir aqui no Crato, eu comecei a trabalhar. Comecei o caminho que eu trilho hoje.”

Excerto de Entrevista – SE 10

“É interessante né, quando a gente é convidado a falar sobre a vida da gente, como a gente vive hoje, como empreendedor, é NECESSÁRIO (dando ênfase levantando o tom de voz) que a gente comece lá de trás, fazendo algumas reflexões sobre o que a gente viveu lá atrás. E é uma coisa que emociona a gente, até por que tem aquele ditado que diz que, “Felicidade é rir do seu passado”. Eu sou filho de agricultor. Meu pai e minha mãe viviam da agricultura. Eu nasci em 59, lá no sítio Barreiro Branco, Aurora. E todo tempo, até os 9 anos, eu vivia todo tempo no sítio. [...] Então, pra eu terminar meus estudos do ginásio eu fiz isso andando todo dia 12 km a pé, o que pra muita gente é muito difícil, mas aquilo era o mínimo das dificuldades, e eu fazia aquilo com MUITA dedicação, comprometimento, muita responsabilidade, por que eu sabia que eu tava era procurando ajudar meus pais, eles precisavam disso, por que a situação deles, eu via, era trabalhando direto pra sobreviver e dar condições de sobrevivência aos filhos. [...] E, quando eu terminei o ginásio, e graças a Deus eu sempre fui um bom aluno por que eu encarava aquilo ali como uma forma de sair da dificuldade, foi que eu vim pra uma cidade grande (se referindo a Aurora que é uma cidade interiorana do Nordeste), buscar melhores condições. Foi que eu vi a realidade da diferença da classe social. Porque, no sítio, tinha um em melhor situação do que outro, mas entre nós era tudo meio que igual. Nós sempre fomos de muito poucas posses.”

Nas narrativas dos sujeitos, eles associam o início do seu processo empreendedor à sua experiência com a vida no sertão e todas as dificuldades inerentes. Nos diferentes relatos, o que vemos são pessoas que iniciam suas experiências de trabalho desde muito cedo, como bem diz Euclides da Cunha (2008) eles se fazem homens (e mulheres), quase sem serem meninos (e meninas). A dura realidade não lhes permite ser crianças na integralidade.

Saem do sítio, junto com suas famílias, pai, mãe e um grande número de filhos, e alguns deles sozinhos, “seguem outra trilha”, migram para os espaços urbanos, inicialmente pensando em termos de ter condições de continuar seus estudos formais, como o caminho possível para a desejada melhoria de vida.

O direito à educação, declarado de todos e universal, em 1948, pela Organização das Nações Unidas, no artigo 26º da Declaração Universal dos Direitos

humanos, foi conquistado com muito esforço. Outras pessoas que não tiveram tamanha dificuldade de acesso à educação, ao se depararem com os relatos podem ver os esforços despendidos como “duras penas”.

Excerto de Entrevista – SE 10

“Quando eu já tinha de 5 pra 6 anos, já tinha outros irmãos, ao todo somos nove, nasceram nove, mas um faleceu por conta da paralisia infantil. Eu já tinha uns irmãos mais velhos que eu. Mas o fato é que quando eu tinha de 5 para 6 anos, meu pai conseguiu uma professora com a prefeitura e essa professora veio morar com a gente lá em casa pra nos alfabetizar, eu e meus irmãos, eu tenho só um irmão mais novo. E assim foi iniciada a nossa alfabetização. E nesse período, a gente, a gente trabalhava na roça, estudava pra se alfabetizar, mas de manhã, toda manhã a gente ia trabalhar na roça. Então, assim a gente viveu até quando, em 70, teve aquela seca, e eu tenho um irmão que é deficiente visual. Então, meu pai se alistou na Sudene, pra ver se a gente recebia um dinheirinho a mais. Tudo era limitado. Na agricultura, eu falo da roça, tudo é muito difícil. A nossa realidade é lidar com a seca, falta de conhecimento técnico pra produzir, por que a gente aprende mesmo é fazendo, observando, passando de pai pra filho o que a lida ensinou. E nesse período, em 1970, eu ainda não tinha completado 11 anos de idade. No ano anterior, foi o ano que eu vim conhecer uma cidade. Eu vim na garupa de um cavalo. Foi quando eu vim saber o que era uma casa emendada na outra, por que no sítio é tudo muito distante, uma casa fica muito distante da outra. Bom, eu com 11 anos acompanhava meu pai nesse trabalho que meu pai fazia numa faixa de terra que quem se alistou na Sudene durante a seca, conseguiu pra conseguir atravessar a seca de 70. E nisso eu consegui falar com um inspetor lá nesse serviço, se ele não tinha condições de arranjar um serviço pra mim. Ele perguntou o que eu sabia fazer e eu disse: “Eu sei cozinhar”. Por que na vida da gente da roça, a gente faz tudo desde muito cedo. A gente trabalha na roça, limpa o roçado, busca água, pastora os passarinhos, espanta passarinho, porque naquele tempo a gente não usava aqueles veneno que você bota e espanta todo tipo de pássaro, então a gente tem que pastorar pra não acabar com o roçado. Então na roça, você faz é trabalhar, trabalhar muito. Mas a gente, vindo de família grande, a gente acaba tendo que ajudar com a lida de casa, então eu sabia cozinhar e ajudar com as coisas de casa, também. Então, esse inspetor conseguiu uma vaga de trabalho pra mim. Ele disse assim: “Olha, tem um rapaz que trabalha aqui com a gente e foi embora, tentar a vida em São Paulo e tem essa vaga, eu vou conseguir pra você, agora você tem que vir trabalhar”. Hoje isso é considerado trabalho infantil, mas naquele tempo não era. E eu fiquei lá uma temporada trabalhando. E nesse período eu consegui uma professora, eu mesmo fui atrás, e pedi pra ela me dar aula à noite, depois do trabalho, porque eu queria continuar estudando, eu não queria só ser alfabetizado. E eu fiz com ela até o terceiro ano primário. De forma que era uma luta grande, MUUUUUUITA (dando ênfase elevando a voz) dificuldade. Mas isso tudo foi me levando pra chegar aqui, hoje.”

Excerto de Entrevista – SE 10 “Então, pra eu terminar meus estudos do ginásio, eu fiz isso andando todo dia 12 km a pé, o que pra muita gente é muito difícil, mas aquilo era o mínimo das dificuldades, e eu fazia aquilo com MUITA dedicação, comprometimento, muita responsabilidade, porque eu sabia que eu tava era procurando ajudar meus pais, eles precisavam disso, porque a situação deles, eu via, era trabalhando direto pra sobreviver e dar condições de sobrevivência aos filhos. Meu pai era muito trabalhador. Minha mãe (emocionado e pausa) era ali dando o suporte [...] E as dificuldades que surgiam não me amedrontavam não, porque eu já tinha enfrentado bichos maiores. E as lembranças da minha vida no sertão me dava era força pra enfrentar o que fosse. Aí, como em Aurora não tinha segundo grau, eu saí de lá pra estudar no Colégio Agrícola de Lavras. E lá terminei o técnico em agropecuária. Tem uma curiosidade, lá nesse colégio todos os que estavam comigo, estudando, naquela época, achavam muito pesado, mas, para mim, era a maior moleza do mundo, era uma beleza, perto da realidade que eu tinha.”

Excerto de Entrevista – SE 05

“Quando eu já tinha mais ou menos 4 anos eu fui acometido da paralisia infantil. E aí, eu, uma criança que já andava para todo canto, brincava e tudo, eu fiquei até paraplégico. Eu não conseguia sentar, e, por causa disso, me colocavam num canto de parede, porque eu não tinha equilíbrio, tinha que me escorar em alguma coisa e também não conseguia mexer os braços, não

conseguia mais andar. [...] Acontece que a gente morava no interior e a tendência era que todo mundo ali fosse agricultor, como meu pai era, como meus avós foram. Mas, a minha mãe, sempre ela, dizia que eu não ia ter condições físicas para trabalhar na agricultura e que eu precisava estudar muito. E aí, enquanto, eu convivia lá no meio deles, eu ia estudar nas escolas rurais, que eram muito carentes, né, que o ensino é muito rude. Mas eu continuei indo até completar 9 anos. E quando eu fiz 9 anos, eu tive que sair do seio de minha família, né? Imagine como isso foi difícil para mim, uma criança de 9 anos sair do meio familiar para vir morar, aqui, entrar na casa de parentes para poder estudar, e, assim, eu vim para cá.”

Paradoxalmente, o estudo, a instrução formal que se referem como a saída inicialmente pensada para “fugir” da realidade sofrida do sertão, em muitos dos discursos — nas sequências das histórias de vida da maioria dos sujeitos — não se revela como o caminho que propiciou (não por escolha) a melhoria de condições de existência que buscavam quando migraram para áreas urbanas.

A vida na cidade, ainda que interiorana, os coloca diante da dificuldade de sobreviver sem ter o que a terra oferece a quem a lavra, além da necessidade de auxiliarem seus pais, num primeiro momento, com a manutenção de suas vidas e, posteriormente, assumir integralmente essa responsabilidade. Alguns relatam que necessitavam trabalhar para não precisar fazer o caminho de volta.

Com esse intuito, buscam trabalho ou emprego e conseguem, apesar do pouco estudo, o que acreditamos que tenha sido um fator que contribuiu tanto para gerar experiências diversas — nem sempre aquelas sonhadas, mas todas elas encaradas com muita seriedade, por entenderem que eram estas que contribuíam para o não retorno à roça — como para os conduzirem ao encontro do empreendedorismo.

Os sujeitos relatam as experiências de trabalho que vão se acumulando e, na maioria dos casos, serviu para favorecê-los e para que conseguissem empregos melhores. Essas experiências se mostraram importantes no processo empreendedor: fosse para dar um suporte financeiro que ajudasse no início de seus negócios, ou para terem que se deparar com a ausência de um emprego formal ou um trabalho melhor e, assim, decidir empreender. Algumas dessas situações forneceram aos empreendedores uma base de conhecimentos vinculados à realidade do mundo dos negócios (Rae; Carswell, 2001), ainda que não estivessem conscientes disso, na ocasião.

Excerto de Entrevista – SE 06

“[...] Então, eu cheguei aqui com 10 anos de idade, era oriundo de uma família de sete filhos, de pai agricultor, de mãe agricultora e eu vim na frente, eu e mais uma irmã e um irmão. E com dois anos que estava aqui, eu tive que começar a trabalhar, porque se não trabalhasse, a gente ia ter que voltar pro sítio, porque o meu pai naquele tempo não reunia as condições pra gente continuar

aqui, pagando aluguel, porque tudo aqui era mais alto (falando do custo de vida). Então, com 12 anos de idade, dois anos, depois de residir aqui no Crato, eu comecei a trabalhar. Comecei o caminho que eu trilho hoje. O analfabeto no grau de instrução, muito pequeno, eu fui trabalhar de jardineiro. Trabalhei de 12 aos 14 (anos de idade). Trabalhei dois anos em um Jardim [...] e, após isso, eu vim trabalhar numa farmácia que tinha aqui no centro do Crato, eu, já com 14 anos, varria a farmácia. Depois dessa farmácia, eu, já com 16 anos, comecei a trabalhar numa loja de confecções, chamada Asteca. Trabalhei na Asteca, até os 18 anos, até os 19 anos. E, nesse tempo, eu fui sempre trabalhando e estudando. Com 19 anos eu estudava na Escola Técnica do Comércio, no Crato, tava no primeiro ano, então eu terminei o primeiro ano aqui. Mas aí surgiu uma oportunidade e eu fui para Fortaleza, morar na casa de uma tia minha. E, morando na casa da tia minha, eu continuei trabalhando. Eu já saí daqui pra Fortaleza com um emprego certo. [...] Então, eu passei em Fortaleza mais de 10 anos, trabalhando na mesma empresa. Fui pra Fortaleza trabalhar numa empresa de material de construção, que é dum Cratense que eu conheci aqui. [...] eu entrei lá nessa empresa em 1975, pra ser vendedor de uma filial e, depois de ser vendedor da filial, eu fui ser vendedor da loja Matriz e passei, dois anos na filial, 3 anos na loja Matriz e, com 5 anos, eu fui ser gerente de uma loja que tinha lá em Fortaleza. E passei dez anos sendo gerente dessa loja. Lá em Fortaleza, eu me casei. Minha esposa é paraibana, que tem uma história de vida muito parecida com a minha.”

Excerto de Entrevista – SE 02

“Eu fui criado na roça até os 15 anos, na enxada bruta, limpando com enxada de mão, lá na Aurora, naquele pé de serra. Eram doze irmãos. Todos hoje estão bem, nenhum passa por dificuldade. Na época, meu pai criou a gente com três psicólogos: um cinturão, uma corda e um chicote do mato. Meu pai educou todos nós dessa maneira, né? Aí eu saí da Aurora com 14 anos. Fui para Fortaleza estudar num colégio interno. [...] e eu ainda fiquei por lá uns dois anos. Aí meu pai arranhou uma casa aqui em Juazeiro e eu vim pra cá com 16 anos. Aí com 18 anos eu fui para São Luís do Maranhão e lá eu morei por 11 anos. Lá eu voltei a estudar [...] Mas era todo tempo trabalhando no que aparecia.

Nós voltamos para Juazeiro e aí eu era bancário. Eu fui um homem sortudo, milagroso. Saí da roça para um dia trabalhar num banco. [...] Bem, mas aí, a gente veio embora para Juazeiro, eu mais ela (se referindo a esposa) e chegamos aqui sem nada, só eu e ela, só com a cara e a coragem. Ela começou a trabalhar e fiquei sem trabalhar um tempo, procurei trabalho mas não tinha, doido pra trabalhar. Até que um dia meu cunhado arranhou uma vaga pra mim no BIC (Um banco que tinha na Região na época).

[...] a gente trabalhou três anos no BIC. [...] Aí eu saí do Banco. Um dia eu fui pra São Paulo e quando eu voltei comprei uma máquina de fazer tijolo e montei uma olaria, não deu certo. Aí eu parti para caminhão velho (querendo dizer que passou a trabalhar). Comprei um caminhão velho e carreguei entulho dentro de Juazeiro, entulho de construção. [...]. Mas aí eu larguei de vez o caminhão e fiquei pensando. Eu vou, eu vou ter que fazer outra coisa, o que Nosso Senhor tiver me dando agora. [...] “Olha, eu vou sair dessa vida de caminhão velho, eu vou vender o caminhão”. [...] Com o dinheiro que eu recebi do caminhão velho, eu fui e montei uma lojinha pequenininha de confecção na Rua São Pedro, fazia calcinha e cueca. Fui devagarinho, começando devagarinho, não dava muito não.”

Excerto de Entrevista – SE 07

“Meu nome é A. R. C. e eu sou do Sítio Pai Mané. É um sítio aqui, a 18 Km daqui, lá, né? Eu, eu nasci em 1975. Aí, aos seis anos de idade, o meu pai trouxe eu e mais dois irmãos aqui pro Crato, em 82 pra estudar, né?, queria que a gente estudasse, no dizer dele, pra buscar as melhores só que meu pai, ele era aquele assim (pausa na fala como se estivesse buscando as palavras corretas), era meio sem plano, mais ou menos. Ficou sempre daqui para lá (se referindo às idas e vindas do pai entre o Sítio Pai Mané e o Município do Crato), mas, quando a gente chegou aqui (pausa na fala como quem busca pela memória) eu não sei nem o que foi que ele botou pra nós fazer... foi para lavar carro, vender picolé descer para o centro da cidade e fazer esse tipo de serviço de flanelinha, né?, o serviço de flanelinha. Eu fui (se referindo a ir atuar como flanelinha no Centro da cidade do Crato) e fiquei até meus 13 anos. Assim, tipo, ficar, mas era mais assim sem deixar de trabalhar um dia, né? Não tinha carro para lavar, ia vender picolé. Não tinha picolé para vender, fazia mandado, negócio de banco, fazer pagamento de alguém ali no Centro do Crato, esse tipo de coisa. Aí meu pai teve que voltar para o sítio de novo, aí me deixou na casa de um parente, né? Porque quando apertava as coisas aqui que tava mesmo sem aí, ele corria pra roça,

onde tinha pelo menos o que comer, eu fiquei só, eu acho que assim, esse lado de empreendedor meu, eu acredito que eu já, eu já, Deus me deu, já nasceu comigo. Por que eu fiz de tudo que foi trabalho, mas com 14 eu comecei a trabalhar com o couro, com chinela, que é o que eu faço ainda hoje, com que eu empreendo. Assim vamo dizer que Deus me deu, já deu, já foi um presente de Deus.”

Acreditamos ser importante destacar as falas de três dos empreendedores que, aparentemente, destoam da maior parte dos entrevistados. Estes mantiveram seus estudos por um tempo maior, embora sempre concomitantemente com o trabalho que garantisse a manutenção de vida. Os três apontam para esse comprometimento com os estudos como fator de melhoria das condições de vida e como algo importante no seu percurso de vida e no seu percurso empreendedor.

Excerto de Entrevista – SE 10

“E, quando eu terminei o ginásio, e graças a Deus eu sempre fui um bom aluno, porque eu encarava aquilo ali como uma forma de sair da dificuldade, foi que eu vim pra uma cidade grande (se referindo a Aurora que é uma cidade interiorana do Nordeste), buscar melhores condições. Foi que eu vi a realidade da diferença da classe social. [...] foi na cidade grande que eu vi que tem a diferença da classe social. Quando você vai se envolvendo nesse meio é que você vai percebendo quem vai se desenvolvendo e como é que se desenvolve. E aí nessa hora tem dois movimentos, um é lembrar de onde você vem, suas origens e seus valores. A sua vida na roça, com sua família, aquilo que você aprendeu, pra não se perder e não se espelhar em coisas que não vão trazer alegria, orgulho. Depois disso é que a gente vai escolher em quem se espelhar, entende? E aí eu ouvia: “Fulano, estudou e passou num concurso”. E eu pensava “eu vou por esse caminho”, “eu vou perseguir esse caminho”. Então, como eu sempre tinha me esforçado pra ser um bom aluno, eu pensei que este podia ser um bom caminho.”

Excerto de Entrevista – SE 05

“Eu não trabalhava forte na roça, pelas limitações da paralisia infantil, mas eu acompanhava toda aquela luta. E foi pela dificuldade que eu tive a chance de estudar. E foi pela dificuldade que eu tive que sair de lá e deixar minha família lá. É muita força (pausa, respiração funda) e eu sempre fui uma pessoa muito dedicada e a minha família me considerava, assim, bastante inteligente, né? Que tirava boas notas e por minha mãe dizer que aquilo era a minha salvação, eu gostava muito de estudar. Então, eu vim e estudava aqui, mas nas férias eu retornava para minha terra, pro meu local, né?”

Excerto de Entrevista – SE 01

“Então, assim, [...] meu pai era agricultor [...] ele começou a ficar muito preocupado porque naquela época cada filho que nascia, para ele era uma preocupação a mais, porque era uma região que não dava condição e ele ficava pensando o que seria dos filhos dele naquele lugar, ainda mais quando ele morresse. E então, ele decidiu estudar já com quase com 30 e poucos anos, na verdade, quase 40 (anos). Ele decidiu estudar e ele estudava o Mobral (se referindo ao Movimento Brasileiro de Alfabetização da década de 70 que objetivava uma alfabetização funcional de jovens e adultos) que era feito pelo rádio. Ele estudava com vela, rádio de pilha, porque lá não tinha energia. Então, era um esforço sobre humano. Eu lembro, eu pequena e o papai, para onde ele ia, ele andava como um livro na mão, porque o objetivo dele era estudar, porque ele sabia que o estudo era o único meio de tirar os filhos daquela região.

Então, assim, eu tenho isso muito forte em mim: meu pai, ele foi um desbravador, mesmo porque ele decidiu estudar mesmo doente, ele DECIDIU (dando ênfase na palavra) estudar e ele terminou, depois disso, um curso superior, mesmo a gente morando no sítio. Lá onde a gente morava, para a

cidade era 50 km só, e a gente não tinha muito dinheiro, na verdade, não tinha dinheiro, porque a agricultura, ele plantava algodão, milho e feijão, mas como a família era tão grande, era muito pouco. A renda maior dele ainda era da fazenda do algodão, então, assim era uma coisa, que só Deus mesmo. Então, pra ele conseguir se formar, muitas vezes ele precisou andar 50 km a pé do sítio até a cidade.
Mas ele conseguiu se formar e depois disso ele foi levando os filhos dele para cidade, nos tirando do sítio pra que a gente tivesse alguma chance [...]"

Após algumas experiências de trabalho ou emprego, eles se deparam com eventos desencadeadores de diferentes tipos — seja o casamento com mudança para outra Cidade/Estado, seja pela extinção de uma função no emprego em que se encontra, seja pela “vergonha” em não atuar como provedor principal da família que formou após o casamento — que os deixarão mais perto de iniciar sua jornada empreendedora, criando seus negócios.

Esses eventos desencadeadores preparam o solo, que, consideramos, já era fértil, em parte, pela memória da escassez, tão presente na história de vida destes indivíduos e que instigou (e continua a instigar) neles a necessidade de buscar aquilo que alimente a esperança de dias melhores. Como nos diz Guimarães Rosa em *Grande Sertão: Veredas*, “a vida é ingrata no macio de si; mas transtraz a esperança mesmo do meio do fel do desespero” (Rosa, 2019, p. 221).

E assim se dá o começo do processo de empreendedorismo do sertanejo, por um evento desencadeador que prepara um solo que é fértil pela memória da escassez. Traz-nos à lembrança, mais uma vez as palavras em *Grande Sertão: Veredas* que o começo do que virá reside mesmo é no que já foi e nos cômputos, nas encruzilhadas em que estes nos colocam (Rosa, 2009). Os cômputos são onde todos os caminhos trilhados, as experiências vividas se encontram e nos colocam diante de um balanço para seguir viagem.

Nas narrativas dos empreendedores, identificamos esses momentos de virada, em que podemos dizer que o processo de empreendedorismo, de fato se iniciou. Importante ressaltar que as narrativas apontam ao que estamos chamando de “a semente do empreendedorismo”, que é plantada por pessoas do convívio mais próximo dos sujeitos, na mente destes.

Essa semente é plantada por mãos alheias e de diferentes formas nas histórias de vida dos sujeitos: seja através de questionamentos que alguém fez e que levou o indivíduo a pensar o que faria como “meio de vida”, com satisfação, ou pelo desejo de assegurar a manutenção da vida dessas pessoas e de seus convívios, proporcionando uma vida mais digna a elas, ou em função da ausência

dessas pessoas, que despertam no indivíduo a consciência de que precisam encontrar um caminho para a sobrevivência, porque são eles por eles mesmos.

Excerto de Entrevista – SE 01

“Quando eu tava com 21 anos, e eu tava namorando em Cajazeiras e tava para me casar com uma pessoa que era aqui da região do Cariri. E aí, um belo dia, a pessoa tava conversando comigo e disse assim: “Eita, Juazeiro é diferente de Cajazeiras e lá ninguém te conhece. Vai ser mais difícil arranjar emprego.”

Lá em Cajazeiras eu trabalhava no comércio, era balconista. Isso era tido como profissão, acredita? Aí eu tinha uma prima e uma irmã que tinha um salão de beleza e eu achava muito interessante porque ela trabalhava e, tipo assim, no final do dia ela tinha o resultado dela fazendo uma coisa que ela gostava. E eu já gostava daquele mundo de cortar cabelo, só que eu não sabia, não tinha despertado pra isso, como algo que eu pudesse fazer como minha profissão. Eu gostava de cortar cabelo, assim, porque as meninas da rua onde eu morava iam, todo mundo, lá para casa para cortar o cabelo e eu não sabia cortar, mas eu comecei a cortar mesmo sem saber direito e elas gostavam. Eu cortava, mas claro que eu não cobrava.

Aí de repente quando eu me vi prestes a casar e a ter que vir pra uma cidade muito maior e onde eu não era conhecida e nem tinha emprego certo, eu fui questionada, pelo meu noivo:¹³ “mas diga uma coisa. Que você gosta mesmo de fazer?” E eu gostava do que eu fazia, mas eu pensei que o que eu fazia de graça e muito feliz era cortar cabelo. E aí ele disse: pois faça isso.

Então, assim eu aceitei a sugestão. Se fosse por mim, só, sem o questionamento, eu nunca teria começado a empreender, muito menos nessa área. Eu amo os questionamentos porque eu digo que as perguntas é que movem o mundo de verdade, né? Porque, talvez, se ninguém tivesse me questionado, eu não tivesse despertado para isso, entendeu? Então o meu despertar veio a partir daí.”

Excerto de Entrevista – SE 06

“Então, eu cheguei em Fortaleza em 75 e casei em 83 e quando foi em 1985, eu deixei Fortaleza e vim aqui para o Crato. Eu podia ficar lá, mas a gente tem um apego com o lugar que é mais ligado às nossas origens. É aqui que eu encontro minhas forças. Mas essa decisão não era fácil, porque eu já tava casado e já tinha começado minha família. E vindo pra cá eu ia ficar perto das minhas origens, do meu povo, mas não tinha nada certo. Mas eu decidi voltar, achava que era o melhor lugar pra minha família. E quando eu voltei pro Cariri, dois colegas de trabalho da empresa de Fortaleza, me perguntaram se eu não tinha coragem de montar uma empresa de material de construção aqui,¹⁴ e foi aí que eu vendo essa possibilidade, me juntei com esses dois colegas e colocamos uma loja aqui no Crato que foi a C (nome da empresa) que nós colocamos ela em 1985. Depois a gente mudou a empresa para C.S (nome da empresa) e essa era só com um dos sócios e eu, o outro ficou só na outra. E daí surgiu a P. (nome da empresa) que é essa que você tá vendo hoje, a minha.”

Excerto de Entrevista – SE 02

“Aí, um dia, eu conversando mais ela (a esposa) sobre nossos termos salarial (falando sobre os salários de cada um). Ela foi e disse, que o que eu ganhava num ano, ela ganhava em 15 dias. Tava tudo errado (dando ênfase aumentando o tom da voz). Olhe, não era querer ser machão. E quando eu digo que tava tudo errado é por que eu sabia que eu também tinha a capacidade de vencer. Aí na época eu resolvi sair do Banco. Ela mesmo disse: "pode sair do banco". Aí eu saí do Banco. Um dia eu fui pra São Paulo e quando eu voltei [...] montei uma olaria, não deu certo. Aí eu [...] Comprei um caminhão velho e carreguei entulho dentro de Juazeiro, entulho de construção. Eu andava nesse caminhão velho usando um chapéu de palha e um óculos escuro, acho que era uma espécie de vergonha, né?, e não por mim, mas por ela. Eu não queria que ninguém dissesse “olha lá o marido da doutora carregando entulho num caminhão velho. Mas aí eu larguei de vez o

¹³ Simbolicamente, o noivo é uma figura que conduz ao processo de descoberta.

¹⁴ Simbolicamente, esse colega é uma figura que conduza ao processo de descoberta.

caminhão e fiquei pensando. Eu vou, eu vou ter que fazer outra coisa, o que Nosso Senhor tiver me dando agora. [...] Com o dinheiro que eu recebi do caminhão velho, eu fui e montei uma lojinha pequenininha de confecção não dava muito não. Aí aconteceu d'eu ir pra São Paulo de novo comprar coisa para confecção e lá eu fiquei na casa do meu irmão,¹⁵ que tinha ido tentar a vida por lá. Aí, um dia, eu lá ele me chamou e disse B. vamos ali numa padaria tomar café e comprar pão. E aí eu disse: vamos. Aí, chegando lá a padaria tava lotada e aí ele me disse B. por que você não bota uma padaria dessas lá no Juazeiro? E eu olhei pra ele e disse Como, cara? Do dinheiro que eu tinha pego do caminhão eu já tinha investido na confecção. Aí ele respondeu bem assim: Te vira que tu não é quadrado. Por que foi assim que a gente foi criado, não tinha dificuldade não. Se tinha, o que a gente tinha que fazer era dar um jeito de enfrentar. Eu sei foi que aí eu pus aquilo na cabeça, né.”

Excerto de Entrevista – SE 04

“[...] Quando chegou na oitava série, que era o último ano que tinha lá para a gente estudar, meu pai tinha umas vaquinhas e ele foi e vendeu e comprou um casebre no Juazeiro. E a gente veio à pé, andamos 30 km à pé para Juazeiro porque nem dinheiro da passagem a gente tinha, não tinha condições nem de pagar uma passagem para vir para o Juazeiro. Aí a gente veio, eu, minhas irmãs e minha mãe. Mas meu pai ficou lá na roça pra ter alguma garantia. Aqui eu ficava estudando, e arranjei um trabalho de cortar aqueles cabrestos de sandália [...] Tava tudo muito difícil e eu prometi pra mim mesmo e pra minha mãe que eu ia fazer de tudo pra gente sair daquela situação e nunca mais passar tanta necessidade. É uma promessa que eu trago comigo até hoje. [...] E eu não vou quebrar essa promessa. [...] Um dia mamãe arrumou um emprego para mim na casa de um padre, J. A. de O. [...] cuidando dos pássaros que ele criava. Muitos, muitos pássaros, e do pai dele, tinha tido um AVC. Passei cinco anos lá, de 13 anos de idade até 18. Lá, o motorista do Padre¹⁶ comprou umas formazinhas de fazer velas, pra fazer velas pra ele mesmo. Mas como ele não tinha material pra fazer, ele me chamava pra ir com ele no cemitério juntar os restinhos de vela, e eu ia. Depois eu comecei a ver ele fazendo as velas e aprendi. Aí, naquela promessa de fazer tudo pra não passar necessidade, eu chamei ele e a gente desenvolveu uma fabricação de velas, muito pouco, disso daí. A gente desenvolveu uma vela de batizado que essa que faz, faz o batismo das crianças e é usada também para fazer a primeira comunhão.”

Considerando o modelo de processo empreendedor de Filion (1991), destacamos nas narrativas a existência de pessoas, no momento inicial do processo, que conduzem os sujeitos, direta ou indiretamente, para uma visão emergente com potencial para tornar-se uma visão central. Na maior parte dos casos estudados, a visão emergente coincide com a visão central. Em três das narrativas, os sujeitos pesquisados relatam ter pensado em empreender com outra área, produtos ou serviços, diferentes das que eles acabaram empreendendo. Em apenas dois dos relatos foi possível verificar a criação de pequenos negócios antes do empreendimento atual, e em um deles, importa dizer que, a percepção do sujeito sobre si como empreendedor só apareceu quando ele começou a empreender com aquilo que ele sentiu ter identificação e possibilidade de satisfação com o negócio, além de perceber o negócio como algo melhor estruturado com a participação de terceiros, conforme o relato a seguir.

¹⁵ Simbolicamente, o irmão é uma figura que conduz ao processo de descoberta.

¹⁶ Simbolicamente, o motorista do padre é uma figura que conduz ao processo de descoberta.

Excerto de Entrevista – SE 02

Entrevistadora: Seu B., então, antes do senhor montar a padaria, o senhor já tinha montado uma olaria e uma confecção para produzir peça íntima. Qual foi o momento que o senhor passou a se ver como empreendedor?

“Eu penso que foi só a partir da padaria, que foi quando eu fiz as coisas de um jeito melhor. Tá certo que eu negocie o ponto sem nem ter dinheiro e não entendia nada desse ramo de padaria, mas foi uma ideia que eu fiz gosto. Eu pensava que eu podia fazer dar certo e gostar desse ramo. É como se parecesse mais comigo. E depois que meu irmão me despertou pra aquela ideia, eu comecei a reparar que era um negócio que não tinha no trecho, mesmo tendo muita casa de família. E tem outra coisa, agora não era eu sozinho, eu tinha chamado umas pessoas pra trabalhar, então eu tinha a responsabilidade de fazer dar certo, né? Eu fiquei tão empolgado que quando foi pra abrir a padaria, foi como eu já contei pra senhora, eu listei mais de 100 nomes pra escolher o que fosse o mais fácil de falar e de lembrar. Eu acho que é essas coisas de empreendedor, sabe? De pensar nas coisinhas pra fazer o negócio prosperar.”

Entre as narrativas coletadas, uma delas se diferencia das demais no que diz respeito ao surgimento do impulso empreendedor a partir do incentivo ou questionamento de alguém. Nesse caso específico, a motivação decorreu da insatisfação diante da mudança de função no emprego, deixando o sujeito mais atento para a identificação de outras oportunidades de realização, como mostra o relato apresentado a seguir. Ainda assim, no relato, é possível identificar que, tendo reconhecido uma oportunidade, ou o que Filion (1991) denomina de visão emergente, o empreendedor buscou em sua rede de contatos alguém que possa contribuir com a transformação daquela visão inicial em uma visão central.

Excerto de Entrevista – SE 10

“E lá no banco eu assumi em um dia e, três dias depois, já estava como fiscal, exatamente no cargo que eu almejei desde juvenzinho. Em Ipaumirim, onde eu trabalhei 13 anos. Só que, com 9 anos que eu estava trabalhando, houve uma mudança muito grande no banco e os financiamentos rurais caíram muito. Então, diminuí muito a necessidade de ter um fiscal de campo. E eu, nesse período, não conseguia me ver no banco trabalhando em outro setor. [...] e o fato de eu não me sentir bem em outra atividade. [...] Porque eu gostava de ser fiscal por ter liberdade, andar, conhecer pessoas. [...] Então, eu ficava com esse negócio na cabeça, [...] aquele sentimento que aquilo não era para mim. [...] Foi quando eu decidi que iria lutar para ter outra atividade. E abri mão da função. Em paralelo, eu sempre gostei de comprar e vender coisas. [...]. Então, eu saí pesquisando no mercado, em vários pontos de comércio e observei que sabão era um produto que tinha muito e que todas as casas, as famílias precisavam. Fui conversar com um amigo que tinha um atacado, gente muito boa, me orientei de quem ele comprava, como ele fazia, e fui sondar na região quem fabricava.”

Nas histórias contadas, escassez é uma das palavras que marcam, aparecendo de forma explícita e implícita, em sinônimos, e é evocada tanto como mola propulsora pra um desejo de mudança ou para uma busca esperançosa por uma vida menos sofrida, quanto como fonte de fé e de aprendizado de resiliência, de

força, de coragem, de capacidade de valorizar o que se tem, gerenciando/economizando, e de adaptação diante da necessidade.

Excerto de Entrevista – SE 01

“Tinha um poço, mas também, quando secava, quando era período de estiagem a gente tinha que andar com aqueles burros com as coletoras para procurar água e não ficar sem. Então, a água era uma coisa muito, muito escassa. Então, essa escassez foi uma das coisas que eu entendo hoje, que me trouxe para um nível de consciência. [...] A escassez não era passado pra gente como algo ruim. No final, do jeito que eles passavam, ensinava a gente a ver as possibilidades de enfrentar tudo da melhor maneira possível, com fé, com coragem. [...] Olha, eu acredito que [...] o fato de ter nascido na roça, digamos assim, né, hoje a gente nem usa muito mais esse termo, mas o fato da exposição que você tem à escassez, que eu chamo de escassez natural, porque quando você nasce na zona rural pobre, assim sem muito recurso hídrico... [...] Então, tudo, tudo, todas aquelas deficiências de tudo, faz com que o direcionamento dos pais seja sempre para você procurar soluções. Então, quando você tá em casa, que você não tem água, que você precisa andar quilômetros com um jumento, com umas curetas para cada pessoa, para trazer água para casa, então isso ensina a valorizar, isso ensina a você economizar, isso ensina. Ensina você gerenciar. Hoje eu olho para tudo isso, para a forma como eu gerencio a minha empresa, para forma como eu conduzo os meus negócios, para forma como eu lido com os meus filhos e eu percebo que tudo está interligado.”

Excerto de Entrevista – SE 05

“Quando eu já tinha mais ou menos 4 anos eu fui acometido da paralisia infantil. [...] E aí, meus pais, muito pobres, não tinham naquela época, década de 1960, como me tratarem. E aí, minha mãe, ela ia procurar (pausa), Deus (pausa, muito emocionado).”

Entrevistadora: O senhor quer parar? O senhor pode parar quando quiser...

“Minha mãe passava o tempo procurando remédios caseiros. Eu lembro muito, de cenas: Eu deitado numa rede, minha mãe tirando meus braços e doía muito e ela aplicando sebo de carneiro, passava nas minhas articulações e esticava elas e eu chorava muito. Isso eu tenho muito vivo na minha lembrança. E como a gente não tinha condições de ter nada, sequer uma cadeira de rodas, minha mãe, com umas coisas que ele encontrou, ela fez um tripezinho, como se fosse um carrinho com umas rodinhas pra eu ir dando uns passos.”

Excerto de Entrevista – SE 10

“No estômago, só ia água, mesmo, e levava um lanchinho, um cuscuzinho com rapadura, para comer depois, que era o que tinha. [...] Tudo, tudo era limitado. Quando a gente tinha alguma coisa diferente dentro de casa, como alimentação, era como se fosse uma visita (risos), era o diferente, trazia uma felicidade. Mas o normal não era isso. Então a produtividade era mínima e a gente aprendia a viver com a falta, com a dificuldade e com a incerteza. E muitas vezes era perdido. [...] A gente fazia todo o trabalho e acabava sendo perdido e então, o que acontecia era que se o esforço não era recompensado, a gente pedia a Deus de novo e continuava a trabalhar. A seca era certa, mas o que a gente fazia era não desistir, aguentar, buscar força, coragem, trabalhar e ter fé. Era isso.”

Excerto de Entrevista – SE 06

“[...] as coisas eram muito difíceis. Era você acordar criança com vontade de fazer xixi e ter que abrir a porta e fazer no meio do terreiro porque não tinha banheiro dentro de casa, sabe? Era você ter que morar no alto e ter que descer a ladeira bem grande para tirar água da cacimba e botar no pote se quisesse beber água. Era você ser um garoto com cinco, com seis, com sete anos trabalhando lá na roça, na lavoura, todo dia, para plantar, para fazer o alimento, para você se alimentar durante o ano, porque você não tinha dinheiro para comprar. Então, assim, essas coisas

de quem morou no sertão. sertanejo é isso que o Euclides da Cunha diz mesmo, ele se torna antes de tudo um forte porque se for fraco nem sobrevive. Hoje em dia o sertão tá diferente, mas na minha época não importavam as condições, independente delas, você trabalhava, independente. Tá com dor de cabeça? Tá com dor de barriga? Tá com fome? Não tem um calçado? Não tem um chapéu? Vai descalço mesmo. Vai trabalhar no sol. A gente tinha que trabalhar, então, assim, a gente faz isso numa normalidade tão grande, não é, numa naturalidade tão grande que eu, certas coisas para mim mesmo, um garoto que chegou aqui e foi trabalhar com 12 anos de jardineiro dois expedientes para sustentar a casa e não voltar para roça, é por que a roça não é fácil. Então todas as outras coisas para mim são fáceis, principalmente do sertão antigo que teve, quem teve o seu início de vida alicerçado nesse ambiente de dificuldade, de pobreza e aí pra gente que vive isso a dificuldade no resto da vida já são menores, entende?”

Algo que nos chamou atenção nos discursos foi a dicotomia entre conformação e inconformação, o que no processo de codificação dos dados conformação-inconformada, de quem recebe o que vem e “aceita”, mas não cruza os braços. Há sempre uma energia potencial, que parece adormecida, mas que se apresenta como trabalho, aos moldes do que Euclides da Cunha (2008) fala e que faz do sertanejo um Hécules-Quasímodo.

Pelas falas colhidas, a conformação-inconformada, também, vincula-se tanto aos sentimentos de fé e esperança quanto à percepção do que pode ou não ser controlado e do que é preciso e possível ser feito diante daquilo que não se pode controlar. Esse é um aspecto que nos remete aos preceitos do catolicismo popular, tão presentes no sertão, e também à concepção de desenvolvimento de Padre Cícero baseada na fé e no trabalho, difundida entre os sertanejos até os dias de hoje (Della Cava, 1985; Barros, 2001; Stinghen, 2004; Araújo, 2005).

Excerto de Entrevista – SE 10

“Eu lavava um carro, ganhava um trocado e levava para casa. Tudo era para a casa. Eu caminhava de casa para a cidade 12 quilômetros para ir e para voltar, e, no caminho, ainda tangenciava os animais, todos os dias. [...] Eu cortava, carregava e vendia a lenha pelos sítios vizinhos e isso ajudava a comprar uma mistura. [...] A gente fazia todo o trabalho e acabava sendo perdido e então, o que acontecia era que, se o esforço não era recompensado, a gente pedia a Deus de novo e continuava a trabalhar. A seca era certa, mas o que a gente fazia era não desistir, aguentar, buscar força, coragem, trabalhar e ter fé. Era isso.”

Excerto de Entrevista – SE 01

“Olha, uma coisa muito engraçada, eu sempre, por exemplo, meu pai, lá em casa, sempre passou muito aperto. Mas, meu pai, ele sempre foi uma pessoa, ele nunca foi de murmurar. E mesmo a gente tendo saído da roça e ido pra cidade, mas lá em casa tinha um milho plantado no quintal e com esse milho dava para fazer o cuscuz, o bolinho de caco. A casa só tinha um quarto e o quarto da casa era o quarto dos meus pais. Todo mundo dormia pela casa, no meio da casa, com aquelas caminha de campanha, aquelas redes armadas. Mas era tão interessante que por meu pai não murmurar e minha mãe fazer os milagres dela, a gente não se via como pessoas pobres, então, quando eu estudava a tinha amiga da gente que tinha carro, tinha bicicleta, mas a gente não sentia falta disso. Eu fico pensando: a forma que eles passavam para a gente aquela situação era como se fosse normal e temporário, o tempo que a gente tivesse passando ali, entende? Lá em casa, eu e a minha irmã. E, nós temos quase a mesma idade, a diferença é pouca de uma para outra. A

gente tinha uma roupa para ir pra missa e as três irmãs, a gente, um ia pra missa de 9h00 da manhã, eu ia para missa de 5h00 da tarde, pra ir pra missa de 7h00 da noite. Com a mesma roupa e tudo bem. Um negócio desses, eu hoje, eu não sei como era aquilo, mas me fez pensar que a gente, eu achei que as pessoas podiam compartilhar, era normal. Eu nunca tive uma boneca, uma boneca comprada para mim: 'olha, isso aqui é uma boneca para você'. Mas o que eu sei é que eu não lembro de eu sentir falta disso."

A escassez ou a memória que se tem dela (reminiscências da vida no sertão) associada a essa conformação-inconformada, que se aproxima de uma insatisfação, contribui para o surgimento de desejo/necessidade de melhora e que serve como motivador, impulsionador do início do processo empreendedor.

Essa conformação-inconformada mobilizadora de uma energia potencial para a ação empreendedora, em alguns relatos, vem da necessidade de alcançar a garantia de subsistência, de uma necessidade de sobrevivência. Mas há relatos em que mesmo tendo suas necessidades fisiológicas e de segurança asseguradas em alguma medida, a necessidade de satisfação pessoal, o desejo de orgulhar-se de si, ou, ainda, uma vontade de voltar a viver perto de suas origens (no caso de alguns que migraram para mais longe) marcam o início do processo.

Assim, os sertanejos empreendedores iniciam o empreendimento, movidos pela necessidade, em condições não favoráveis de recursos e de conhecimento sobre o empreender em si e sobre aquilo no que vão empreender. Dito desta maneira, a nós, parece que caímos na dualidade exposta por Williams (2019) sobre a classificação simplista da motivação para empreender ou pela necessidade ou pelo reconhecimento de oportunidades, ponto de vista que consideramos válido diante da complexidade do fenômeno, mas não deixa de ser um enquadramento didático para ressaltar aquilo que parece ser o mais preponderante.

Cabe, portanto, dizer que a análise da trajetória dos sujeitos da pesquisa nos faz perceber que a criação dos seus negócios, ou o início do seu processo empreendedor, liga-se a uma ação que envolve adaptação e construção, na medida em que a necessidade contribuiu para um olhar mais atento, mais aguçado, para as oportunidades de negócios, mesmo diante de um ambiente, circunstâncias ou condições sobre as quais muito pouco poderia ser feito. O que se assemelha com a ideia de Williams (2019): a presença da pressão e da atração na motivação empreendedora.

A realidade os intima a fazer adaptações, o que faz com que os passos inaugurais do processo empreendedor do sertanejo não guardem semelhanças com

modelos como o de Timmons (1994) e ainda menos com o de Hisrich e Peters (1998), que pressupõem a identificação de uma oportunidade viável e promissora, que será materializada a partir de um plano formal do negócio.

O processo do Sertanejo Empreendedor se aproxima, em alguns aspectos, de processos como o de Fillion (1991) e, ainda mais, daqueles de Ruppenthal e Cimadon (2012). Embora desejem que seus negócios sejam prósperos e lucrativos, não dedicam tempo para formalizarem o plano a ser seguido. Chegam a iniciar seus projetos quase sem nenhum planejamento, de maneira ansiosa e até desconexa. Ruppenthal e Cimadon (2012) os classificam como empreendimentos por necessidade.

Apesar do desejo e do esforço, eles mais se adaptam do que constroem, justamente por não terem traçado estratégias claras para a criação do negócio. E, em que pesem terem uma visão central (Fillion, 1991), carecem de visões secundárias que suportem os processos de estruturação do negócio, o que torna o processo empreendedor ainda mais difícil. A ausência de visões complementares, no caso do processo do Sertanejo Empreendedor, em conformidade com o que diz Fillion (1991) se dá principalmente pelos poucos conhecimentos que os sujeitos tinham do campo de atuação, ainda que outras experiências tenham contribuído neste momento inicial.

Excerto de Entrevista – SE 07

“[...] eu fui me metendo com essa coisa de fazer chinela, fui procurando aprender na prática mesmo. Trabalhando e olhando e me metendo a fazer. Aí eu comecei a fazer. Fazia com pouquinho, pouca produção de chinela. Mas eu fui fazendo uma conta na minha cabeça. Eu fiquei pensando assim que, eu fiz uma conta que eu tinha que ganhar. E o que eu tinha que ganhar, de certo, era mais do que o que eu comia, né, porque as outras coisas a gente se ajeita. Quem é do sertão se amolda à vida, num sabe? Nesse tempo o caba [...] pensava era na comida, garantir a comida, por que é isso que ajuda a gente a garantir as forças pra trabalhar e com a fé em Deus e trabalho, coragem, a gente enfrenta e vence as dificuldades. E eu tinha pouco estudo, tenho pouco estudo, mas a vida, desde lá do sertão, do sítio me fez desconfiar das coisas que eu precisava fazer. Desconfiar que eu digo é no sentido de saber, mesmo sem saber, entende? [...] Aí eu fui fazendo as chinelas, mas como só isso não dava, mesmo sendo aquilo que eu gostava de fazer e que tinha a ver com as minhas origens, eu fui buscar outra coisa pra fazer e juntar. Aí foi quando eu comecei a trabalhar numa empresa de ônibus daqui do Cariri. [...] Mas só que eu ia pegando o dinheiro e ajeitando o meu negócio. Consegui comprar umas forma de sandália [...] Aí eu morava numa casinha e consegui fazer uma parede e foi aí que virou o meu um ponto na frente”.

Excerto de Entrevista – SE 01

“eu coloquei (o salão de cabelereiro) com as parcelas do seguro-desemprego, tinha um salário mínimo, não teve outra ajuda, não teve outra ajuda. ‘Eu vou te dar isso’, não teve... teve, por exemplo. O avô do meu ex-marido, ele tinha aqui no Juazeiro era uns banheiros que serviam para os romeiros (peregrinos religiosos católicos). [...] e ele disse: ‘olha, você vê a minha ajuda para vocês, eu vou dar para você montarem um negócio, negocio nesses banheiros.’ E aí ele cedeu e

foi de grande ajuda. E eu fui morar na casa de uma tia dele, né?, a gente foi morar lá e isso, também, foi de grande ajuda, porque, no início, a gente nem pagava o aluguel do prédio (se referindo ao prédio com os banheiros pararomeiros) e nem pagava aluguel de casa e ele (se referindo ao marido) trabalhava como vendedor de medicamentos na Paraíba e continuou viajando para lá e eu fiquei aqui [...] então as muitas barreiras. O medo. Primeiro, que eu vinha do sítio e o primeiro lugar urbano, depois, que eu estive, foi em uma cidade menor, que era Cajazeiras, uma estrutura muito inferior a Juazeiro do Norte, na época, né? E esse universo da beleza para mim era uma coisa totalmente distante porque a minha realidade financeira, eu não tinha vivência de saúde, de beleza. Eu, a única coisa que eu fazia em mim, em salão de beleza, era apenas cortar o cabelo a cada seis meses, mais ou menos [...] eu não sabia como funcionava tudo aquilo e eu não tinha experiência nenhuma. [...] você fica se questionando o que é que você pode fazer. Então havia uma limitação financeira muito grande. Havia uma limitação de acesso a conhecimento principalmente nessa área. Então, [...] vou fazer o curso por correspondência, que era a única opção que tinha. [...] Então, quando eu cheguei no Juazeiro que montei o salão num espaço que servia de banheiros pararomeiro, ou seja não tinha nenhuma estrutura, mas [...], para mim, começa daquele jeito mesmo, com o dinheiro do seguro desemprego eu comprei um lavatório simples, era um espelho velho. E eu não tinha pretensão de atender a 'sociedade' (classe mais alta). Não houve um plano de negócio. Então o meu prazer tava em cortar cabelo Então para mim, eu pensava 'até já tem um espaço onde tinha um espelho, a bancada daqueles vidros de rural que foi pego em ferro velho', tá bom demais. Essa coisa do sertanejo de aproveitar o que se tem e de fazer ali, de fazer o que pode, com o que é disponível. Para mim, eu trago isso comigo até hoje, entendeu? Porque naquele início, quando eu comecei ali, eu, mesmo assim, já falava a verdade para o cliente. Às vezes o cliente chegava não tinha água encanada, a água era no balde. Mas, como eu vinha de uma região que não tinha água, QUE NÃO TINHA ÁGUA (alterando o tom da voz para dar ênfase) que a água era um recurso escasso. Então, para mim, o salão de beleza onde tinha água pra pegar na torneira nos dias que tinha água da CAGECE era luxo. Se não tinha entrado, tudo bem, mas eu tenho num balde. Porque havia uma falta d'água muito grande mesmo no Juazeiro e todo mundo que tinha água e não tinha caixa d'água ficava ao léu uns dias a não ser que tivesse enchido aqueles tambores. E eu lavava o cabelo dos clientes assim [...]."

Excerto de Entrevista – SE 10

"Assim que eu comecei a empreender de fato. O espaço lá era bem pequeno. [...] Era uma fábrica, podemos dizer, [...] sem nada. [...] Eu usei a reserva que tinha acumulado ao longo dos anos. Para um bancário, [...] era uma reserva boa. [...] Isso eu acumulei, guardando do salário. Mas, o valor foi para comprar as coisas para produzir, não o lugar. Então, eu tinha que achar um local para montar a fábrica. Cheguei a pensar em colocar no terreno do meu sogro. Comprei tijolo e materiais de construção, porque precisaria levantar o galpão. O que eu tinha comprado, na realidade, era um tacho de ferro, uma panela grande. Se parar para pensar, eu era louco. Muitas pessoas ofereceram espaço em seus sítios, onde tinha energia, até que apareceu um espaço perto da cidade, em Ipaumirim, onde a fábrica funciona até hoje. E aqui tem um parêntese. Esse local era um prostíbulo, tido como ponto de parada dos caminhoneiros. Então, era muito famoso na região. Mas, mudou a estrada e o negócio acabou. Por isso, apareceu a oportunidade para eu comprar. Fizemos uns tanquinhos no chão e fomos trabalhar, mas eu não saí do banco. O meu intuito era fazer o meu expediente no banco e ter uma pessoa para ficar na fábrica e sempre pensei no meu cunhado, [...] que vivia, na época, da agricultura. Eu pensava: 'Ele vai aprender, depois vou colocar mais gente para ajudar e todo dia eu saio do banco e vou para lá também'. Fazia um terceiro turno e mais sábado e domingo. E ficamos assim quase um ano. [...] Era eu quem vendia. Eu fazia uma rota a cada 15 dias. Passava nos comércios, deixava os produtos e uma promissória, e voltava depois de 15 dias e a pessoa me pagava o que tinha vendido, se tivesse vendido tudo, eu deixava mais, e assim eu ia. Eu levava na caminhonete. [...] passava nas cidades de volta, nos mercantis, nas vendas, ia oferecendo e já vendendo, mas era tudo muito lento. Quando a gente começou a fazer o sabão, o primeiro teste era feito por nós mesmos. A gente pegava, ia na pia, esfregava e ficava olhando se fazia espuma. Como fazia, para nós, estava ótimo o produto..."

Excerto de Entrevista – SE 02

"E [...] minha mulher falou na época: 'B. ninguém tem a menor instrução como é padaria, como é montar uma padaria'. Aí eu disse assim pra ela, 'pois eu vou andar e se Nosso Senhor me mostrar um ponto (comercial) daqui dessa pracinha de onde eu tava até aqui, a rua Santa Luiza, eu fico com esse ponto' e fui andar. Aí surgiu um pontinho, onde ainda hoje é a padaria. Eu procurei o

dono do ponto e ele me disse que o ponto [...] era pra vender, e eu disse que queria comprar, mas quando o senhor disse que vendia, eu falei que não tinha dinheiro, mas que se ele vendesse fiado eu comprava e podia confiar que eu pagava. Ele pediu uma parte de entrada e disse que dividia o resto, raspei tudo que tinha e me desfiz da confecção. [...] Parecia uma loucura. Por que antes do meu irmão me mostrar aquela padaria [...], eu nunca pensei em montar uma padaria, mas depois daquilo eu fiquei pensando que entre a padaria e a confecção eu ia ficar mais feliz com a padaria. [...] Eu ainda comprei um material pra reformar, né? devagarinho. [...] eu fui pra São Paulo pra comprar o maquinário e passei 90 dias para receber esse maquinário, eu quase fico louco [...] eu achava que era difícil conseguir um padeiro aí eu paguei um padeiro três meses sem trabalhar, com medo de não encontrar outro [...] Quando eu me lembro, pra você ver como é quando a gente não entende muito das coisa, né? Meu Deus do céu! [...] E ainda tinha o forno que eu tinha, o forno era pra já ter sido queimado antes e ele não queimou. No dia que a gente abriu a padaria que foi fazer o pão sem ter queimado o forno antes, foi um fumaceiro, que eu, quando vi aquilo pensei 'Meu Deus, perdi a padaria'. Tudo bem, começamos com três funcionários no balcão, três não, dois. Eu e minha filha e mais dois funcionários. [...] Por que quando a gente não tem muita instrução e pensa em montar um negócio, na situação que eu montei, a gente aprende é na marra, é fazendo e aprendendo. A gente aprende é no dia a dia mesmo, vivendo. E as dificuldades ficam maiores. E tem mais. Mesmo eu tenho minha mulher que [...] ganhava pra garantir o nosso sustento. Ninguém ia morrer de fome, mas tinha filho, tinha casa e a gente quando vem numa realidade difícil, que tudo falta, a gente quer dar pros nossos filhos algo melhor do que a gente pode ter. Então eu comecei esse negócio porque eu tive alguém que me despertou pra essa oportunidade, mas eu também tava querendo fazer aquilo pela necessidade que eu tinha de dar conta da minha família. [...] Os meus padeiros quando eu comecei, eles só faziam o que eles queriam. Eles viam que eu era novato no ramo, leigo, não sabia de nada. [...] Aí, os padeiros podiam botar a maior banca pra fazer direito os pães. [...] eu fiquei pensando o que era que eu podia fazer, já que eu não tinha experiência e ficava na mão dos padeiros.”

Na análise das trajetórias empreendedoras, assim como diz Fillion (1991), foi possível perceber relatos sobre o risco de ficar nas mãos de subordinados e suas especialidades pela falta de definição clara e precisa das visões complementares, o que não foi favorável para o empreendimento.

Assim se dá a iniciação do processo empreendedor do sertanejo, talhado muito fortemente nas ou pelas suas experiências com a lida sertaneja, formações e valores provenientes desta experiência (Fillion, 1991; Julien, 2010). Um início que se dá de maneira mais ou menos longa de acordo com as representações que cada um destes elementos. Nesta fase do processo, o sistema de relação primário (a família) mostrou-se como aspecto fundante para o impulso empreendedor e para o estabelecimento de uma visão central.

Os relatos mostram que o Sertão trouxe para estes sujeitos como instrumentos de (re)ação a adaptação, a conformação, a fé, a coragem ou a disposição ao enfrentamento apesar do medo, que resulta numa ação empreendedora resiliente — assim, a lida no sertão os ensinou e assim eles norteiam o início de sua ação empreendedora — o que é apresentado de forma positiva para iniciar um negócio com a expectativa de suprir necessidades, mas que aumentou o desafio inerente a empreender e, também, o risco de insucesso, caso

essa resiliência causasse uma acomodação ou mesmo uma demora na solução de problemas que para Ruppenthal e Cimadon (2012) pode fazer os empreendedores que iniciam por necessidade terem de pagar um alto preço que, uma hora ou outra, é cobrado pelo próprio mercado em que estão inseridos.

Outro fator que gostaríamos de destacar é que há forte vinculação entre o processo do Sertanejo Empreendedor com os valores familiares, o meio e sua cultura, o que nos leva até às ideias de Martins (2005, p. 12) quando ele, sobre o processo de pesquisa em Administração, diz que “não há manifestação simbólica que não resulte de um processo histórico de elaboração de significados comuns”.

Disto decorrem três coisas importantes, segundo Martins (2005): 1) o viver social é construído pelos humanos por sua capacidade de atribuir significados ao seu mundo; 2) é realidade inquestionável de que o presente é determinado, de forma significativa, em parte, pelo passado, uma vez que os homens não fazem sua própria história por livre vontade ou circunstâncias completamente escolhidas por eles próprios, mas por circunstâncias que são dadas, encontradas e transmitidas, e; 3) os fenômenos administrativos são históricos e culturais, sujeitos às subjetividades humanas.

Martins (2005) costura o seu raciocínio com a ideia de Karl Marx em *O 18 de Brumário de Louis Bonaparte* (1984), de que sobre os vivos pesa a tradição de todas as gerações mortas e, portanto, mesmo quando buscam revolucionar a si mesmos e às coisas, criar algo novo, estes tomam nomes, palavras, [valores] dos espíritos do passado.

Refletindo sobre esse pensamento de Martins (2005) e sobre os dados que emergiram, acreditamos que a vinculação aos valores culturais e familiares é importante positivamente para o processo empreendedor, como considera Filion, (1991) na medida em que contribuem para gerar o conforto gerado pelo *Weltanschauung* (W) (Geertz, 1989).

No entanto, havendo um apego a modelos (antigos) isso poderia não ser benéfico ao desenvolvimento dos empreendedores e mesmo do empreendimento, se não tiver algo que os mobilizem a re(análise) e novas significações, o que, a nós, parece reforçar a importância das demais redes do sistema de relações do empreendedor (Filion, 1991; Julien, 2010) para o processo empreendedor, no nosso entendimento, inclusive, mitigando esses riscos.

Excerto de Entrevista – SE 01

“Mas tem uma coisa, a dureza do sertão faz a gente ter uma certa humildade diante da vida. As vezes quando você senta numa mesa para conversar com essas pessoas de outras regiões, das capitais, você julga que o conhecimento delas é melhor do que o seu.”

“Olha, de uma coisa eu não tenho dúvida eu, eu sinto essa sertaneja dentro de mim, ainda que latente, porque a gente, às vezes, disfarça pensando em buscar um equidade, né?, porque a gente sabe que existe uma discriminação mesmo. [...] E, olha, nem precisa ir muito longe, não. Teve uma vez que eu fui fazer um curso aqui em Porto de Galinhas, eu, aquela miudinha, mirradinha. E aí eu cheguei lá e tinha um casal lá de (nome da cidade) e começaram a conversar e do jeito que eles falavam era como se eu fosse uma matutinha lá do interior do Ceará.”

“[...] A gente escuta mais e observa mais, aí, na conversa, a gente percebe que a gente sabe é muito e ‘tá muito bem, obrigado’. Eu senti isso quando eu viajei pra Alemanha numa missão com empreendedores de vários lugares do Brasil, cinquenta pessoas e eu entre elas. Aí eu pensei: ‘minha filha, você mora no Ceará, no Juazeiro lá do interior’, mas você foi escolhida e está aqui. É quando você percebe que você ser sertanejo ajuda, ajuda você pela necessidade de buscar algo melhor. A gente pensa que não tá pronto, e eu sempre pensei assim, mas hoje, com a experiência que eu tenho, hoje esse pensamento é muito favorável, para mim é muito favorável. Não estar pronta não me diminui, mas me dá a missão de melhorar. Aí outra coisa importante que eu acho que tem muito do sertão é a resistência, a gente não tem escolha”.

Ainda neste respeito, as narrativas dos sujeitos nos fizeram considerar, (embora sem dados que propiciassem um aprofundamento) como coerente o que dizem Tonelli, Brito e Zambalde (2011), quando sugerem a perspectiva da Teoria Ator-Rede para compreensão do empreendedorismo. Dizem os autores, quanto ao empreendedorismo não ser o processo de um herói solitário com características especiais, um ser mítico, que o empreendedor se arrisca em prol de uma ideia pioneira.

Tonelli, Brito e Zambalde (2011) usando a metáfora da caixa-preta de Latour dizem que o empreendedor é comumente visto como uma pessoa com habilidades e competências extraordinárias, que propiciam a transformação de ideias em ações inovadoras, que reverberam de maneira positiva na economia, até que a caixa-preta seja aberta, analisada e, antes que seja fechada, se perceba que o processo empreendedor não é feito por um empreendedor, mas por uma infinidade de atores que desempenham um papel crucial na construção dos negócios. Sendo assim, casos que fogem à lógica da inovação, do sucesso, do empreendimento planejado também lançam luzes sobre o fenômeno.

O processo do Sertanejo Empreendedor que se dá diante da necessidade de empreender e na ausência de conhecimento formal se vale neste primeiro momento dos aprendizados e dos auxílios adquiridos a partir de suas redes de relacionamentos, à medida que vivenciam a prática empreendedora.

Excerto de Entrevista – SE 03

“[...] já fazia um monte de tempo que eu fazia coisas de cor pra vender, inclusive sandália, mas

um dia chegou o A. que é aqui do Fundação Casa Grande. Ele morava em Goiás, mas aí o pai faleceu lá e ele veio embora para cá. Um dia eu tava trabalhando, na minha casa, aí eu tava trabalhando e ele parou e ficou olhando eu fazendo e disse 'rapaz eu já andei nesse sertão, todo canto aqui, para achar um cara que fizesse uma sandália, um menos parecido com a do Lampião que eu vi uma lá no museu no Recife, e eu sou doido por uma sandália daquela. Nunca achei quem fizesse ela.' Aí eu digo 'porque você nunca andou na casa da pessoa certa para fazer', mas deixa que eu nunca tinha feito delas não, mas eu sabia que meu pai tinha guardado os moldes, né? (o pai dele era quem fazia os acessórios de couro para Lampião e seu bando). [...] Aí eu fiz. [...] quando ele chegou pra pegar a sandália, ele adorou, e [...] eu não cobre não, porque o pai dele foi muito meu amigo. Ele tinha uma farmácia quando era vivo e quando os meninos tavam doente ele não cobrava os remédios. Aí a gente se lembra, né? E eu lá ia cobrar uma sandália do filho dele."

"'Então, tá bom, muito obrigado'. Botou no pé e saiu nas viagens dele das coisas importantes da Fundação, por todo canto com as sandálias. Quando quebrava um cordãozinho, de tanto usar, ele vinha e eu consertava. Mas o engraçado é que ele ia pros lugares e mostrava a sandália. Quando chegava das viagens vinha cheio de encomenda. [...] E assim essa sandália ficou conhecida pelo mundo. Por causa do A. eu fiquei conhecido nos cantos estrangeiros. Fui pra Milão, pra Nova Iorque, meus produtos estão por lá. Trabalhei para coleção de móveis dos irmãos Campana, até desfilei no Fashion Week. Ele andou com essa sandália no pé 25 anos, só eu emendando. Recentemente, eu criei esse museu aqui do lado do Ateliê e da loja. O museu conta a história da minha família, aí eu falei com ele pra ele me ajudar na montagem, que ele entende, né? Aí quando ele terminou de fazer a montagem das peças, ele tirou a sandália do pé e disse 'vou deixar a sandália aqui, a primeira sandália que você fez do Lampião, ela vai ficar aqui, vou doar. Mas você tem que fazer outra do mesmo jeito que eu vou sair descalço', e aí saiu descalço."

Excerto de Entrevista – SE 04

"[...] a gente desenvolveu uma vela de batizado que essa que faz a... faz o batismo das crianças e é usada também para fazer a primeira comunhão. Começou o pessoal gostando delas e fazendo pedido demais, até que um dia um senhor chegou, o nome dele era C. que tinha comércio na Rua São Pedro de vender vestido de noiva e velas para aniversário, para batizado. Aí o seu C. chegou procurando velas, aí não tinha. Aí ele foi e falou assim 'E por que não tem velas?' Aí a gente falou para ele que não tinha é porque não tem produto, que a gente só tinha um produto que juntava no cemitério, era muito pouco. Aí ele disse 'Onde é que vende esse produto aí?' A gente disse, e ele perguntou 'Porque que vocês não compram?' E aí o R. falou 'porque não tem dinheiro'. E ele só fez dizer 'eu vou arrumar o dinheiro' aí arrumou o dinheiro, e o R. comprou uma tonelada de parafina bem novinha, aí pronto, aí a gente começou fabricando, e tudo dando certo. Aí, eu aprendi fabricar, mesmo manual, nas formazinhas, né? [...] Aí, até que um dia nasceu meu primeiro filho, aí eu fui e disse 'Rapaz, eu tenho que trabalhar muito, porque, se não, não dá para criar filho. Aí eu trabalhei e trabalhei. Numa Romaria consegui um material de um rezador chamado seu M. que era ali para o lado do Romeirão, aí eu fui, comprei uma cera que tinha lá, também peguei um dinheiro emprestado na época, e foi na época do Itamar Franco. Aí eu comprei essa cera desse ano. Aí fabriquei bem rapidinho e aí, 15 dias, eu paguei o dinheiro que era para não pagar o juro de 30 dias. Aí vendi essas velas em fevereiro, vendi todas. Aí, eu acho que na época, eu não lembro direito mais, era na época que mudou do Cruzeiro para o real, da URV, né?, que foi a troca da moeda, né? Aí, isso ajudou por que eu sei que eu fiz bastante dinheiro, que eu comprei até uma casinha na época pra morar [...]. As velas eu fazia no quintal da casa da minha mãe, ela me cedeu o quintal dela e eu fiz, ganhei o dinheiro pra só depois arranjar um lugar mesmo pra fábrica."

Das narrativas, que vinculamos ao “começo” do processo do Sertanejo Empreendedor que desenhamos, saltou-nos a compreensão da complexidade e do dinamismo do fenômeno do empreendedorismo de maneira geral. Não se trata de um processo que possa ser compreendido centrado apenas no indivíduo e seus traços característicos, mas que também não é um processo que se desenha necessariamente somente pelo meio. É um processo sinérgico, o resultado de uma

teia de relações, de fatores não necessariamente determinantes, mas que contribuíram e contribuem para o fenômeno.

Nesta fase, as narrativas não nos permitem evidenciar a inovação, que é sempre mencionada como característica importante para conceituar o empreendedor e o empreendedorismo, nos moldes da abordagem economicista de Schumpeter (1954). E, no que diz respeito à abordagem comportamentalista, acreditamos que o processo analisado apresente alguns elementos que remetem a essa, não tanto na perspectiva que apresenta a ação empreendedora, como numa capacidade, num comportamento intrínseco ou numa predisposição do indivíduo (Tonelli; Brito; Zambalde, 2011).

Da abordagem comportamentalista, o que ressoa é a visão de David McClelland (1961), para quem o comportamento empreendedor pode ser aprendido e o *self* empreendedor construído com a experiência e os estímulos externos para suprir necessidades (de realização, de poder e de afiliação) que potencializadas ou limitadas, potencializam ou limitam a ação empreendedora. Partindo disso, a necessidade percebida é a de realização que dirige a atenção do indivíduo para executar as tarefas da melhor maneira que lhe for possível, com foco no cumprimento do seu objetivo, que não é necessariamente competitivo (McClelland, 1961).

Outra forma de analisarmos essa etapa do processo é dentro das abordagens do comportamento empreendedor, desenvolvidas a partir dos anos 2000 (Sigahi, 2019), que Venkataraman *et al.* (2012) enumeram 11 abordagens, dando destaque para cinco delas, em conformidade com o impacto que estas apresentam na academia: *Effectuation*, *Bricolage*, *Improvisation*, *Co-creation*, *Exaptation* (Sarasvathy, 2001; Baker *et al.*, 2003; Dew *et al.*, 2004; Read *et al.*, 2009; Fisher, 2012).

Destas, o comportamento do Sertanejo Empreendedor e seu processo tem fortes aproximações com a *Bricolage* e com a *Improvisation*: referindo-se a primeira às histórias que relatam processo de empreendedorismo que “cria alguma coisa partindo do nada” (Fisher, 2012, p. 1022) ou faz a “aplicação de combinações dos recursos disponíveis a novos problemas e oportunidades” ou “making do” agir com o que estiver à mão (Baker; Nelson, 2005, p. 333), e; a segunda tratando-se de casos em que os empreendedores adotam comportamentos que são diferentes daqueles esperados em um cenário de planejamento da ação empreendedora aderente e

consistente com este e, portanto, o comportamento empreendedor decorrerá das experiências, conhecimentos e habilidades prévias e da aprendizagem em tempo real e de curto prazo (Miner *et al.*, 2001).

Nessa fase do processo, alguns aspectos subjetivos e comportamentais nos parecem significativos, que gostaríamos de destacar como resultados que impulsionaram o começo do processo empreendedor: os problemas enfrentados no passado (necessidades não atendidas) e no “presente” (necessidade a serem atendidas) mobilizando para ações futuras (atendimento das necessidades e busca por uma realidade melhor), instrumentos disponíveis (referência nos valores familiares, a esperança, a fé, o trabalho, a presença ou ausência do apoio familiar, as reminiscências da experiência de vida sertaneja e seus aprendizados), os eventos desencadeadores (iniciar um empreendimento). E assim seguem rumo à travessia, “sabendo de quase nada, mas desconfiando de muita coisa”.

Apresentamos, no Quadro 2, em síntese, o que julgamos ser os principais aspectos desta etapa, após confronto com algumas das Teorias do Empreendedorismo, destacando aquelas que são centrais para o argumento da Teoria Substantiva, que desenvolvemos e com as quais nos comprometemos diretamente.

Quadro 2 – Síntese comparativa do início do processo do Sertanejo Empreendedor às teorias do empreendedorismo

Abordagens, Teorias e Modelos	Comparação dos Principais Aspectos com a Teoria Substativa	
	Semelhanças	Diferenças
Teoria Visionária (Filion, 1991)	1. Visões emergentes e centrais na maior parte dos casos, coincidentes; 2. Relevância do sistema de relações primárias e secundárias e do <i>Weltanschauung</i> para o processo empreendedor.	1. Inexistência formal de Visões Complementares nesse primeiro momento, norteando processos gerenciais; 2. O elemento liderança não se apresenta nessa fase como relevante.
Modelo do Processo do Empreendedor por Necessidade (Ruppenthal; Cimadon, 2012)	1. O indivíduo como elemento central, por criarem seus negócios a partir da sua necessidade; 2. A percepção que estes têm de si, do empreendimento e do mundo, contribuindo para o desenvolvimento da ideia do empreendimento.	
Modelo de Processo Empreendedor (Timmons, 1994; Hisrich; Peters, 1998)		1. Não se assemelha àquilo que o modelo propõe: identificação de oportunidades como impulsionador do processo; 2. Inexistência de um plano formal de negócios para a criação do empreendimento; 3. Não é um processo linear, normativo e prescritivo.
Abordagem Comportamental de McClelland (1961))	1. O comportamento empreendedor aprendido e o <i>self</i> empreendedor construído com a experiência e os estímulos externos para suprir necessidades que potencializam a ação empreendedora; 2. Necessidade de realização.	1. Não aparece a necessidade de afiliação; 2. Não aparece a necessidade de poder.
Abordagem Economicista Schumpeter (1954)		1. Identificação de oportunidades e inovação não aparece como relevantes nessa fase; 2. O Sertanejo Empreendedor não corresponde à imagem do líder, inovador, pioneiro, que soluciona problemas e assume riscos e que por isso inicia o seu processo.
Bricolage (Fischer, 2012) e Improvisation (Miner et al., 2001)	1. “Cria alguma coisa partindo do nada” (Fisher, 2012, p. 1022) making do” agir com o que estiver à mão (Baker; Nelson, 2005, p. 333); 2. Adotam comportamentos que são diferentes daqueles esperados em um cenário de planejamento da ação empreendedora; 3. Comportamento empreendedor decorrente das experiências, conhecimentos e habilidades prévias; aprendizagem em tempo real e de curto prazo (Miner et al., 2001).	

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

5.2.2 A Travessia

Mire veja: o mais importante e bonito do mundo, é isto: que as pessoas não estão sempre iguais, ainda não foram terminadas, mas que vão sempre mudando. Afinam e desafinam. Verdade maior. É o que a vida me ensinou.”

Depois da passagem pela primeira fase, os empreendedores adentram na fase que denominamos de “A Travessia”. O que marca essa fase é o discernimento dos empreendedores quanto ao que é preciso para a semente (empreendimento) crescer a bom termo. É preciso modificações.

Para Julien (2010) empreendedores criam negócios e, a partir destes, criam valor. Contudo, o autor diz que os empreendedores fazem muito mais do que isso, pois, ao criarem seus negócios são mudados por eles num processo que o autor descreve como a interiorização da criação e a transformação que se dará a partir dela. Assim, Julien (2010) acredita que o desenvolvimento de uma empresa é contínuo e ocorre em função das mudanças do empreendedor e em função de sua capacidade de organização para enfrentar e transpor os inúmeros obstáculos que se seguem após a criação da empresa.

Julien ainda diz que “Para [...] as pequenas empresas que continuam a ser mais ou menos o negócio do empreendedor [...] o desenvolvimento e a estratégia que se seguem podem ser assimilados ao próprio itinerário do empreendedor, inclusive em suas relações com o meio” (Julien, 2010, posição 2045). Esse itinerário tem variações consoantes a cada indivíduo, negócio, estrutura social e o meio no qual se encontram inseridos. Esses fatores são os que influenciarão a continuação do impulso do início para conduzir um negócio e a disposição em melhorar habilidades e enxergar oportunidades para dar continuidade ao empreendimento. Os relatos dos Sertanejos Empreendedores corroboram com essas ideias.

Excerto de Entrevista – SE 06

“[...] Então, eu sempre busquei melhorar. Eu sempre pesquisei, eu sempre fui atrás. Nessa vida de empreendedor, eu passei várias dificuldades, de falta de recurso, de dificuldade por conta do mercado estar fraco, pela política do país, por erro meu de gestão, porque não é uma tarefa fácil. A gente começar um negócio é mais fácil, mas continuar com o negócio vivo, funcionando, aí é que é mais quinhentos. Eu podia contar aqui minhas dificuldades, mas o mais importante é o que eu falei, a gente precisa ter fé e estar comprometido, com aquilo que a gente recebeu de Deus. E quando a gente começa a empreender, e no meu caso eu já tinha experiência como gerente, é diferente. A gente, quando empreende sem muito conhecimento, a gente tem que ter consciência disso e buscar, pesquisar, conversar e ouvir com humildade quem sabe mais que a gente, as experiências dos outros e as nossas também. Tudo que a gente passou de dificuldade serve pra dar ânimo e,

assim, procurar ser uma pessoa de moral, honesta, ganhar o nosso honestamente. Não querer crescer a qualquer custo. Manter seus valores, sabe?”

Excerto de Entrevista – SE 10

“[...] Quando a gente começou a fazer o sabão, o teste era feito por nós mesmos. A gente pegava, ia na pia, esfregava e ficava olhando... se fazia espuma, para nós tava ótimo. Aí um dia eu levei uma amostra pra um amigo meu que era dono de um atacado, tinha experiência no ramo. Nessa época, eu chegava na fábrica todo dia da semana às 5 horas, cedinho, antes de ir pro banco. Ora, lá foi ele, cedo ainda, esse meu amigo parou e disse: ‘A., seu produto não vale nada. Parece que é feito de água do mar. Se você não mudar, você não vai dar certo, não vai pra lugar nenhum’. Olha, que eu não consegui parar de pensar naquilo ali, minha cabeça virou que nem parafuso. Porque nessa época, o dinheiro que eu ganhei da rescisão do banco já tava bem apertadinho. Quando a gente começa a empreender sem conhecimento, sem experiência, você acha que o dinheiro dá pra montar o negócio, mas depois você vê que não é assim. Então, eu não tinha mais dinheiro para comprar mais matéria-prima, nem pra ajeitar aquilo. Eu tinha que vender o que tinha feito pra comprar mais material. E eu com a mão na cabeça. ‘Meu Deus, o que é que eu faço agora’. Eu sei que os funcionários chegavam na fábrica normalmente umas 7h00, e, quando os funcionários chegaram, eu disse pra parar tudo. Limpamos os tachos que a gente fazia o sabão. Depois eu saí ligando pra ver se eu arrumava alguém que me vendesse um pouco de óleo pra poder consertar, ajustando uma coisinha a mais com óleo. Mas, aquilo dali foi um divisor de águas. Mudou tudo. Porque foi por causa daquela palavra que eu fui atrás de uma pessoa que realmente soubesse fazer sabão. Me indicaram uma pessoa que trabalhava com isso em Cajazeiras, trabalhava pra outra pessoa. Eu fui à noite atrás dele. E aí nós acertamos de todo dia eu pegar ele às 17h00 aí a gente trabalhava e eu deixava ele em casa, na outra cidade, de madrugada. E aí foi que o produto melhorou, melhorou muito. Foi um tempo desse jeito. Viajando de madrugada pra deixar o rapaz, mas valeu a pena. Porque até então eu tinha procurado, mas ninguém ensina não. Aí você se mete e foi assim, mas chega uma hora que se você não for atrás de conhecimento, você não sobrevive, não se mantém.”

Não nos parece haver, no primeiro momento dessa fase, a preocupação com o crescimento do negócio. As modificações são vistas como condições necessárias, sobretudo, para manter o empreendimento vivo. Os sujeitos compreendem isso a partir das dificuldades que enfrentam, e, ainda, do contato com clientes, fornecedores e até concorrentes. É nessa fase que eles começam a se entenderem enquanto empreendedores.

Excerto de Entrevista – SE 01

“Eu não sabia que eu era empreendedora (pausa). Eu não sabia que era empreendedora. Eu comecei a entender que eu era empreendedora quando todo mundo começou a me apontar como empreendedora. E aí um belo dia eu me vi empreendedora de fato. E hoje qualquer coisa que eu for fazer, como é que eu me sinto hoje? Como empreendedora (risos).”

Excerto de Entrevista – SE 05

“[...] 1993, era julho de 93. A gente já tinha esse crescimento, eu comecei a introduzir novos produtos, e a gente trabalhando, e a loja foi crescendo nas vendas e os clientes amando, e a clientela crescendo. Aí chegou um dos fornecedores, a principal marca, e disse que a nossa loja não tava no perfil da marca. Disse: ‘ou você muda para loja maior ou eu vou ter que deixar de vender a você’. E era o meu principal fornecedor, né? Aí eu fiquei ‘e agora’... Aí fui procurar um ponto maior, e aí encontrei. Foi a grande decisão da minha vida que foi. Eu era recém-casado já, já tinha um compromisso, né?, uma família para manter, e aí eu pedi demissão do meu emprego, [...] e eu ganhava relativamente bem, mas eu pedi demissão para tocar essa nova lojinha maior, que a gente ia iniciar. Então, eu peguei todo dinheiro da minha rescisão que não foi tanta coisa assim,

mas eu decidi usar para novo ponto, né? Pensei em fazer uma linha de crédito, mas, eu sempre fui uma pessoa de ouvir muitas pessoas, sabe? Quando eu vou tomar decisão, eu sempre escuto ABC, e aí balizo ali onde eu tenho que acertar, né? E eu conversando com uma pessoa, um empresário aqui da cidade, ele disse: 'Não faça isso agora, comece aos pouquinhos. Coloque uma pecinha em cada buraco da prateleira para não ficar vazio'. Porque a loja agora era maior e ia precisar de mais produto pra não parecer vazia. E assim eu fiz. Fui trabalhando com crédito dos meus fornecedores que eles já tinham certo nível de confiança. E aí nós iniciamos, no caso, eu passei a ter duas lojas. [...] Aquela pequena lojinha apertadinha que era, virou um casulo gigante, e também era um lugar prazeroso para as pessoas transformarem seu visual, e teve todo um sentido até como slogan [...] porque tudo se transformou em pouco tempo."

Aquilo que havia sido colocado pela necessidade em segundo plano, como o conhecimento sobre aspectos gerenciais, a importância da diferenciação/inação, e a percepção do negócio a partir das oportunidades que estes poderiam oferecer, não apenas como provedor de subsistência começam a fazer parte da construção/adaptação dos empreendimentos.

Excerto de Entrevista – SE 03

"Eu criei o estilo próprio, em cima do que eu tinha aprendido com meu pai e eu hoje faço tudo diferente, mas nunca acabei com a história antiga. Eu faço uma cela do jeito antigo, com bom acabamento, mas tudo que eu faço eu faço tudo colorido. [...] Eu passei muito tempo trabalhando no estilo do que ontem tinha aprendido com meu pai, com meu avô, e [...] Comecei a fazer as sandálias do Lampião pra A. [...] aí foi que essa sandália se espalhou, tava bem conhecida no mundo. E já começou a ser imitada. Aí eu digo 'eu já criei uma sandália no meu estilo com os moldes que meu pai usou pro próprio Lampião e foi aprovada (falando da aceitação pelo mercado). Então vamos fazer a da Maria Bonita. E aí, foi por aí, assim que começou a crescer o negócio. Por que eu via que o que eu fazia tava dando certo e pensava 'os calçados deram certo, agora eu vou passar a fazer bolsa' E começaram a me pedir [...] que eu criasse o modelo que ninguém nunca tivesse visto, né? Aí eu corri atrás do material [...] pra fazer as coisas diferentes. E comecei a procurar na Região coisas, tipo casca de angico, pra colorir o couro, que ninguém fazia pra fornecer. Casca de angico, essas coisas... Fui pesquisando, testando, achando as cores e anotando o que dava certo, e guardando. Hoje eu faço um monte de cor. Se ficasse só na mesma, o negócio não ia pra frente."

Excerto de Entrevista – SE 08

"Eu vim entender que isso era um negócio mesmo, né? Era empreendimento mesmo, [...] foi quando a gente começou a trazer a xilogravura pra outros produtos, além do cordel e das gravuras. [...] Eu comecei a fazer o trabalho, mas com outra visão, que era de levar pro popular. E eu comecei a ir pras feiras. Porque não adiantava eu, quando eu comecei o negócio, foi logo com gravura. Só que chegava uma pessoa e via uma gravura de 1 metro, como se fosse hoje, R\$ 150,00, e a pessoa não tinha R\$ 150,00 para comprar. Aí, eu comecei a pensar como é que eu fazia pra não afundar o negócio. Então eu comecei a pensar, e aí eu digo, uma vez eu fui para o lado do Maranhão e eu vi aqueles azulejos coloridos, né? Ninguém tem esses azulejo e é muito bonito, aí fiquei pensando o que fazer, e disse 'eu vou fazer uns azulejos com as xilogravuras'. Ali nós começamos a procurar a tinta que desse certo. E teve um tempo que eu fiquei trabalho, meus cunhados ajeitando portão e por isso a gente chegou à tinta epóxi, que é uma tinta que ela não é totalmente de (para) porcelana, mas ela pega bem se você dá um aquecimento nela. [...] Aí a gente começou fazendo os azulejos grandes e os menorzinhos. Aí, quando foi em 2005, eu fui pra uma feira em Brasília, por aí, eu não lembro totalmente o ano, [...] eu cheguei lá trazendo 200 peças dessa do azulejo, botei nas caixinhas, [...] e aí, lá eu [...] fui para Feira do Livro, e comecei a montar o estande junto lá, aí chega um cara, né?, que foi quem me convidou pra ir pra essa feira, porque já tinha me visto em outras feiras com as gravuras, que ele era da câmara do livro de Brasília, né? Aí ele olhou e disse 'Eita que negócio bonito esses azulejinhos, nunca vi um negócio desse aqui, não, rapaz. Me dê, me dê uns bicho desse aqui pra eu levar'. Aí eu dei. Uma hora

depois ele veio com o pessoal da Globo, né? E fizeram uma matéria dizendo que aquilo era uma das novidades da Feira do Livro do ano. [...] E aí, eu vendo tudo. Dois dias não tinha mais nada. Aquilo fez a gente começar a pensar em outros produtos, aí começou ter a ideia de fazer chinelo, já fez o jogo americano, fez camisa, bolsa. E teve gente que me criticou porque eu tava banalizando a arte da xilogravura, eu tirei a xilogravura das grandes galerias e botei pro povo. Mas foi assim que eu mantive o negócio e foi assim que a gente começou a divulgar também, não só o meu nome, mas também divulgar o movimento da xilogravura, né? E junto com isso, levar também os meus companheiros a viverem da sua arte.”

As dificuldades enfrentadas aguçaram nos empreendedores a importância de mudança no comprometimento com o negócio, o que para alguns se deu com a priorização da atividade em suas vidas ou com a mudança na forma de empreender, buscando aprimorar, inclusive formalmente, os conhecimentos sobre os aspectos relativos à gestão de seus empreendimentos. Embora as narrativas apontem acontecimentos importantes que os levaram a perceber a necessidade de modificações, não conseguimos identificar um tempo padrão entre os sujeitos para que chegassem a essa percepção.

Sem essa mudança no comprometimento, muitos dos empreendedores poderiam não ter se mantido como empreendedores por tanto tempo. Acreditamos ser esse um ponto de inflexão que os tira do empreendedorismo simplesmente por necessidade e começa a levá-los para a descoberta de uma “vocação” empreendedora.

Excerto de Entrevista – SE 10

“Dois anos depois, [...] por eu não saber administrar bem, as coisas ficaram muito ruins. O meu medo maior era perder o crédito. Fazia de tudo pra não, pra não perder o crédito e, graças a Deus, nunca tive um cheque devolvido, pagava minhas coisas em dia. Mas eu atrasei um imposto. Aí, veio uma fiscalização federal e o negócio apertou. Pra você ter uma ideia, eu levei foi uma carta na Receita Federal entregando tudo da empresa, entregando a empresa e, aí, o delegado da época me disse que as coisas não funcionavam assim. [...] Foi uma fase que durou mais de ano e foi quando eu cheguei a pensar em vender a empresa. E aí apareceu uma pessoa que já vendia para mim e disse que eu não desistisse, que o produto era bom e que eu tinha crédito na praça, que o que tava faltando era só aprender a administrar. Foi na mesma época que um amigo tinha feito o curso Empretec, do Sebrae. Ele tinha uma fábrica em Ipaumirim, tinha feito o curso e falou muito bem, e foi aí que eu pensei que precisava fazer também. Foi outro divisor de águas na minha vida. Aí eu me organizei, aprendi e olhe que eu fiz o curso e em dois anos tava tudo organizado. Em pouco tempo eu comecei a evoluir. De lá pra cá eu nunca mais soube o que foi ir ao banco para descontar um título. Depois disso eu fiz outros cursos, fiz pelo Sebrae, fiz um MBA em Gestão Executiva. E já passou mais de 25 [anos] que eu dei essa alavancada.”

Excerto de Entrevista – SE 01

“Então, assim, teve um momento que eu achei que não ia dar certo. Eu não me sentia muito segura. [...] Mas, eu estudava todo tempo, todo tempo, eu nunca parei de estudar. [...] O salão era na ruazinha do SENAC e aí eu fui lá saber quando era que ia ter um curso, [...] e fiz o curso. [...] Desde então, quando tinha um curso fora eu ficava ligada, ligada porque a minha formação precisava ser fora também, porque as pessoas do curso me tratava como se eu fosse uma pessoa que já soubesse, porque eu já tinha salão, então, não podia nem fazer aquela pergunta besta de

quem não sabe, eu nem tinha essa oportunidade. Mas eu sempre gostei realmente de estudar, então eu ia na biblioteca do SENAC e tudo que tinha, eu lia. Então, isso me ajudou e quando foi com pouco tempo, realmente isso fez muita diferença e eu nem sabia, na época a única coisa que eu tava querendo correr atrás era diminuir o meu medo. Diminuí o meu medo de receber as pessoas e atender, de saber que tinha ficado bom [...] Meu Deus, quantas vezes eu cheguei a ficar até 10 horas da noite?”

Usarmos o termo “vocação” no processo do Sertanejo Empreendedor é intencional, uma vez que a palavra vocação, em sua etimologia significa “chamado” (do latim *vocare*), o que nos parece muito adequado, após ler e reler as histórias de vida dos empreendedores e perceber que é assim que encaram o empreendedorismo, além do destaque que dão, em suas falas, à fé em uma Divindade que os orientou, também nesse processo.

Nessa etapa, o desenvolvimento do empreendimento ainda se encontra muito centrado na figura do empreendedor, contudo, os sujeitos começam a ter em alguns outros recursos para enfrentar os problemas da realidade. Eles dão passos no sentido de consolidar seus empreendimentos, e a velocidade com que fazem isso varia de acordo com o comportamento de cada um, o que nos parece realçar a importância dos elementos que são trazidos pela Teoria Visionária de Fillion (1991) e também nas características do Empreendedorismo Regional de Julien (2010).

A importância dos Sistemas de Relações (primária, secundária e terciária) é realçada como fator para fortalecimento da Visão Central e construção das Visões Complementares, nessa fase. Aspectos relativos à relevância do *Weltanschauung* (W); da energia, e; da liderança, também são percebidos. Necessário destacar que, convergente ao que estabelece a teoria de Fillion (1991), a energia que é doada ao negócio, combustível influenciado pela visão e pelo conceito de si, aumenta; a liderança, também afetada pela Visão Central, surge gradualmente, aumentando a amplitude de visão do empreendedor, e, os sistemas de relação modelam as visões empreendedoras que, quando ampliadas, servem para redefinir estes sistemas e sua importância na perspectiva do empreendedor.

Excerto de Entrevista – SE 07

“[...] Tu acredita que Deus foi tão bom comigo, porque, quando eu comecei eu ainda tava trabalhando (se referindo ao emprego que tinha paralelamente ao empreendimento). Aí começou a aparecer umas encomendinhas maiores de sandálias. Aí eu disse, agora é investir mesmo no negócio. Aí eu fui, [...] eu pegava de 4h00 da manhã às 12h00 da noite, dormia e voltava. [...] Eu fazia isso, mesmo que eu ganhasse pouco. Eu queria que dobrasse o meu negócio, mas, primeiro, eu queria era deixar ele vivo, sabe? Aí eu comecei trazer um irmão meu, botar outra pessoa pra trabalhar. Botei outra pessoa pra trabalhar e, nossa... (pausa) Aí que começou mesmo a empreender, sabe? Aí, um dia eu disse ‘ó, como é que eu vou fazer artesanato ali, [...] na periferia,

na favela' que era onde ficava a minha casinha e o meu negócio, entendeu? Eu disse, um dia eu ainda quero comprar um negócio na avenida, porque na avenida eu fico mais visto. [...] E foi nesse tempo que aconteceu. Vendi uma moto que eu tinha e tomei mil reais emprestado e comprei a casinha que era só uma casinha velha, que era a casa já de taipa, também. Mas eu era visto né? E comecei a enfrentar que nem empreendedor procurando fazer as coisas, mas gastando pouco, trabalhando muito, mas gastando pouco. Aí eu achei que eu tava travando, porque eu não tinha muito estudo e, assim, pra fazer uns cursos tinha que ter o segundo grau, e aí eu não tinha, mas hoje eu tenho o segundo, né? Porque, na época, eu fiz até o segundo grau, mesmo no maior sufoco, mas eu fiz até o segundo grau e segui na minha norma de trabalhar muito e gastar pouco. E você tem muitos, muitos altos em baixos, muitos altos e baixos, mas sempre, sempre eu pensei que tinha que melhorar a qualidade e sempre entregar no prazo certo. Outra coisa, nesse tempo, também se abriram minhas ideias. Uma das coisas que eu, que eu pensei assim, fiz tudo por onde dar certo, e eu também, eu trabalho com artesanato, mas se desse pra comprar uma maquinazinha ou improvisar uma máquina que produzisse alguma parte do artesanato sem sair da origem de artesanato, mas que desse para melhorar a produção. E eu cai pra dentro. Eu e meu irmão, nós fomos os primeiros a montar um balancinho, mas comprei um balancinho velho e adaptei pra usar no meu artesanato. Todo mundo dizia que era serviço de doido, [...] entendeu, mas hoje todo mundo, todo mundo que mexe com o artesanato de couro tem um balancinho — e era coisa de louco, né? Eu fui o primeiro, a gente usa até hoje e usa muito. E todo mundo do ramo do artesanato, da sandália, usa. [...] E o que foi que aconteceu deu tão certo que eu comecei a vender também direto ao o consumidor, e aí fui comprando, comprei a casa vizinha e depois comprei a outra

Nas narrativas que marcam essa fase do processo, alguns aspectos subjetivos e comportamentais evocados na fase anterior se somam a outros, como a experiência de vida sertaneja como norte para o enfrentamento dos problemas; a resiliência, a adaptação-criativa, o conformismo-inconformado, a percepção das deficiências na forma de gestão como fator de mudanças, a disposição e presteza para ouvir e aprender, a iniciativa e a tomada de decisão, a identificação de oportunidades e a busca por atendê-las, a descoberta de uma vocação empreendedora, e a inspiração e referência quanto aos valores familiares e aos da cultura sertaneja no seu processo de formação de identidade empreendedora.

No que diz respeito à identificação de oportunidades, que em modelos como o de Timmons (1994) e Hisrich e Peters (1998) faz parte do início do processo empreendedor, na atuação do Sertanejo Empreendedor, chega “tardamente”, apenas quando estes começam a estabelecer os seus negócios. Julien (2010) diz que as oportunidades costumam ser vistas conforme sua origem (criadas ou aproveitadas) e evolução (desenvolvimento e aplicação rápida ou devagar).

Criadas ou aproveitadas, aceleradas ou mais lentas, contudo, a identificação de oportunidades que geram negócios, produtos ou serviços, como resposta aos indícios que vêm do mercado ou não, está associada a uma capacidade de atenção e vigilância, além da capacidade de associação de ideias, recombinação de elementos conhecidos com informações conseguidas que as complementam, que

vão sendo amadurecidas com o tempo (Julien, 2010).

Consideramos essa ideia muito apropriada para o contexto do Sertanejo Empreendedor. Ainda que os apelos das oportunidades tenham vindo depois dos rogos das necessidades, nas falas dos sujeitos percebemos referências quanto a essa de atenção vigilante. Algumas fazem menção à necessidade do sertanejo, que desde muito cedo precisa desenvolver e aguçar sua capacidade de observação para a sua lida no sertão, como questão de sobrevivência, o que nessa fase do processo se mostra muito útil para a manutenção e consolidação de seus negócios.

Excerto de Entrevista – SE 04

“Assim, quando eu te falei que a partir de um ano de idade, quando eu comecei a andar, meu pai já me levava para roça. Aí, lá na roça, eu via meu pai com uma enxada trabalhando, né? [...] E eu ia vendo aquilo, aprendendo, né? Aí aquilo, a partir de dois, três anos, você já vai aprendendo e vai tendo gosto pelo trabalho, né? Quando você tá ali, com quatro, cinco anos, seis anos, você já vai criando o músculo, né?, de fazer aquele trabalho repetitivo que a gente aprende é observando, primeiramente, né? E assim você vai prestando atenção. Eu acho que é um negócio muito de sertanejo. É uma coisa muito sertaneja, do nordestino, tem muito disso de reparar pra saber o que tem que fazer e fazer por que é disso que a gente come. A gente aprende a reparar tudo, o jeito dos bichos, das plantas, de tudo, né? Pra saber se o inverno vai ser bom, pra essas coisas [...]”

Excerto de Entrevista – SE 07

“[...] E eu tinha pouco estudo, tenho pouco estudo, mas a vida, desde lá do sertão, do sítio me fez desconfiar das coisas que eu precisava fazer. Desconfiar que eu digo é no sentido de saber, mesmo sem saber, entende?”

Excerto de Entrevista – SE 01

“Mas tem uma coisa, a dureza do sertão faz a gente ter uma certa humildade diante da vida. As vezes quando você senta numa mesa para conversar. [...] A gente escuta mais e observa mais [...]”

Os empreendedores sertanejos buscam e encontram nos seus valores, nas experiências anteriores, na sua identidade sertaneja e nas reminiscências do sertão, a força para manter seus negócios vivos, apesar dos percalços, aprendendo pelos revezes, afinal é assim que aprende o sertanejo no sertão. Eles se mantêm resilientes, o sertão os ensinou que viver é um eterno adaptar-se. Vindos de tantas dificuldades e lutas, aprenderam a ser fortes. E mesmo que eles esqueçam a força que o sertão lhes conferiu, momentaneamente, os empreendedores, por seus valores, encontram quem os auxilie pelo caminho. E assim seguem, com trabalho e fé, valorizando ainda mais essas memórias como fonte de força e aprendizado.

Excerto de Entrevista – SE 02

“[...] Aí, um dia, chegou um cidadão, e aí, é onde eu digo pra senhora aquele negócio de ajudar,

não é dar dinheiro, mas uma palavra que ajude. E aí, esse cidadão era uma pessoa que entendia, disse B. se livre dos padeiros. De quem é essa padaria? É sua ou deles? Aí eu respondi: é minha. Aí ele disse: então, pronto. E desse dia em diante, as coisas mudaram. Eu precisava daquela palavra pra eu parar de ter medo. Medo de falar, medo de ficar sem os padeiros, porque eu não entendia daquele negócio. Medo atrapalha demais, viu? Parecia que tinha era uma venda nos olhos. Eu me esqueci até o que eu já tinha enfrentado na vida, e que eu não baixei a cabeça. E comecei a tomar as decisões. Eu, leigo no ramo, eu fui afoito, viu? E fiquei paralisado, mas depois daquela palavra eu quis fazer diferente. Quando ele (o padeiro) errava, ele não parava pra colocar a mão na consciência. Arranjava um negócio pra culpar. E quando isso acontece, é um pezinho pra dar sempre errado. Só que a padaria era minha e eu, se continuasse com uma pessoa assim, eu ia pro buraco. Todo aquele esforço ia servir pra nada. Mas isso tudo foi bom, um: pra eu lembrar das minhas coragens, perder o medo, e a outra coisa: foi pra eu correr atrás do que eu precisava saber pro negócio dar certo. [...] Porque eu corri atrás de aprender, acertando, errando, consertando os erros.”

Excerto de Entrevista – SE 09

[...] assim... (pausa) pra tocar isso aqui, eu digo que eu aprendi muito no tempo lá no roçado mesmo. Isso aqui, porque eu acho assim, se eu sou assim, é pela minha vida lá. Foi tudo de lá, eu, com 9 anos, as lembranças que tenho da infância. Na época, lá, a gente ia de manhã, para o colégio, eu e meu irmão mais velho, né? Depois do colégio, estudar, e lá tinha uma merenda, a gente comia e nós corríamos à tarde, a gente ia para roça e a gente ainda... e a tarde tinha, tipo, uma creche que os menores iam, mas a gente pegava eles e lá permitiam a gente entrar para a gente comer de novo (entrevistado baixou a cabeça e silenciou, depois voltou a falar). Então, nós passamos necessidade muito grande nessa época. Tantas histórias, né? De aflição, de sufoco, mas a gente não se, não desviou do foco de buscar as oportunidades de ser uma pessoa boa devido ao aprendizado e ao que a gente passou, o caráter. Pai sempre ensinou. Papai, quando eu fui embora pro Rio de Janeiro, ele disse: ‘Olha, uma coisa, trabalho honesto. Se você for trabalhador e honesto, o resto vem, você consegue’. Então isso nunca saiu da minha cabeça, né? A questão da honestidade e de não parar de batalhar, várias vezes. E pela honestidade e tudo eu conquistei assim, grandes amigos, mas GRANDE MESMO (ênfase), muita gente boa, e um vai ajudando o outro [...]. Então, a honestidade ela é assim na minha vida, ela é um ponto principal e outra coisa que me ajudou a enfrentar as dificuldades no meu negócio foi a minha fé em Deus. No sertão, a gente que é do sertão, o tempo da gente é o tempo de Deus, ninguém cruza os braços, mas ninguém se agoneia. É paciência, trabalho e fé. [...]”

Ao relatarem alguns duros revezes — momentos de grande dificuldade no trajeto empreendedor, que colocaram em risco a manutenção do negócio — nós os questionamos diretamente quanto à desistência, se ela foi pensada como opção. Para essa questão, recebemos respostas, na grande maioria, negando a possibilidade. Contudo, ao analisarmos as entrelinhas dos discursos, não descartamos que a renúncia do empreendimento foi cogitada, também, pelos que a negaram. Fato é que os negócios se mantiveram e entendemos, a partir dos relatos, que isso aconteceu não somente por características intrínsecas aos indivíduos como as teorias que se fazem sobre o empreendedorismo com base nos traços do indivíduo costumam preconizar, mas como fruto de uma construção social da qual estes fizeram parte.

Tal fato reforçou para nós a ideia de Julien (2010) de que o empreendedorismo é um evento coletivo e, em que pese a importância, as

qualidades do empreendedor são apenas uma parte dos muitos elementos condicionadores e explicativos do sucesso ou do fracasso de um empreendimento.

Excerto de Entrevista – SE 04

“[...] tem um ponto importante, também. Sofrer desde cedo na vida da roça faz você, né?, assim, a gente amanhecer o dia e levantar e não achar que você é dono da situação. Isso não é verdade. A gente tem um Deus que protege a gente, protege a nossa família e abençoa o nosso trabalho. Você não é nada, se não for Deus. Você não vai à lugar nenhum e eu digo isso a você porque um dia eu fui dormir e eu já tinha fábrica, mais ou menos ajeitada, mas era, não era desse modo de hoje, depois eu vou levar você para você olhar, e, quando foi uma hora da manhã, eu ouvi assim, um barulho na fábrica. [...] Deixa, que o fogo já tinha pego dentro da fábrica, tinha incendiado a fábrica todinha [...] Eu não sabia que era fogo. Rapaz, quando eu saí fora, se você vir, sabe o que é fogo? Já tava dando para mais de cinco metros de altura, porque só produto inflamável, né? Queimou minha fábrica todinha. Não ficou nada. Nem coragem de ir olhar eu tive. Os bombeiros vieram, vieram bombeiros até do Crato para apagar o fogo. Aqui os bombeiros vieram e passaram umas três horas para apagar o fogo. Aí consegui apagar quando amanheceu o dia, que não tinha mais nada da fábrica, só as contas para pagar. Aí chegava uma pessoa e chegava outra. Aí, dando força e tudo. Uma senhorinha disse para mim ‘você vai conseguir tudo de novo, não esquenta a cabeça, não, que você vai conseguir tudo de novo’. E isso foi quanto eu já tava bem organizado já. E aí, rapaz, amanheceu o dia. Olhar tudo queimado e os funcionários chegaram tudo, e daí, cadê o serviço? [...] Queimou tudo, queimou, não ficou nada. Aí eu fiquei pensando no que fazer, desnorteado, não tem mais razão para nada... E aí, foi passando o dia e chegou o gerente do banco e conversou comigo. Chegou Padre José e conversou comigo também. E foi me animando aí quando foi umas duas horas da tarde, eu entrei no galpão e fui olhar, aí comecei a mexer nas máquinas que eu tinha comprado, derreteu até os ferros da máquina. Derreter, pense. Mas aí vem uma força, que eu fui e liguei para fábrica de máquina, contei a situação, aí o cara foi e disse ‘eu vou mandar uma máquina para você’. As minhas máquinas, as que eu tinha eram de 396, quer dizer saiam 396 velas por vez. Só que o cara da fábrica lá tinha feito uma máquina para um rapaz de 1200 e como o rapaz ainda não estava precisando da máquina, ele disse que ia contar a situação pro cara e pedir a máquina pra emprestar. E aí mandou ela e mais três. Você já imaginou, você, de 396, de cada tirada você passar com uma máquina de 1200? [...] Aí falei com o banco, aí o cara do banco foi e disse ‘rapaz, a gente vai botar mais para frente as coisas que você ia pagar esse mês, pra ajudar’. Aí eu digo ‘não vamos esperar um mês e aí eu vejo se precisar de algo’. Porque tinha queimado o que tava lá dentro, mas não tinha queimado o que eu tinha pra receber. Quando chegou o final do mês que tinha que pagar, nós tínhamos dinheiro suficiente. Aí comprei as máquinas, porque com aquela ajuda foi que a produção acelerou. Quer dizer, o incêndio foi ruim em si, né? Foi tudo ruim, eu sofri muito, mas foi como se dissesse assim ‘eu vou incendiar isso aqui para tu ficar mais esperto’. Aí foi que eu comecei a trabalhar com pé no chão, mesmo. Pensando no que tinha que fazer. Mas foi outro ponto assim que a gente cresceu rápido por conta das máquinas que chegaram, que eram mais modernas. Mas o incêndio serviu de alerta, né? A gente passa por muito sofrimento numa empresa... também, muita coisa boa, mas muita coisa ruim, também. Mas graças a Deus, fica tudo certo. Agora ninguém vence só. Isso não.”

Contudo, essas reminiscências sertanejas não ofertam apenas força, resiliência e capacidade de adaptação, ofertam também lembranças que, revisitadas e ressignificadas, auxiliam na definição de outros aspectos do negócio e sua condução.

Excertos de Entrevista – SE 01

“Meu pai e a minha mãe são peças fundamentais na minha formação com relação a muitas coisas (figuras de referência para a construção da identidade). Ele sempre foi aquela pessoa de dizer ‘você não deve (se referindo a fazer algo), por isso, por isso e por isso’, e nunca dizer ‘não quero’ ou simplesmente ‘porque não pode’ (importância da análise na tomada de decisão e exposição dos

motivos por alguém que seja confiável). Ele sempre dizia que o que você quiser fazer, você pode, desde que você tenha ética e você respeite todas as pessoas que estão por perto (ética e respeito pelos sujeitos, sobretudo os que podem ser afetados mais diretamente). Então, você não pode passar por cima de ninguém, você não precisa disso para se tornar uma pessoa importante, digamos assim, para crescer, você não precisa se desfazer de ninguém'. (reconhecimento do seu valor e importância sem a necessidade de diminuir as pessoas.”

“[...] eu tinha um medo extremo de errar, para uma empreendedora. [...] Principalmente, eu penso que era pelo fato de eu ter vindo de um lugar menor. [...] Então você tem sempre o cuidado de não errar, para [...] não parecer ignorante e, às vezes, você evita se arriscar [...], mas isso também é, esse medo, também eu julgo que ele é importante, ele é importante porque ele vai forjando a natureza daquilo que você presta como serviço, venda de produto e aquilo vai, vai, vai mostrando para as pessoas a sua identidade, a sua identidade ela vai sendo revelada nas pequenas coisas. [...] Não ter tido acesso a muitas informações me fez ser mais cuidadosa e me fez ter vontade de buscar mais. Porque quando eu cheguei no curso para aprender outras coisas e aí eu ia para biblioteca enquanto todo mundo ia para o cafezinho. Só que eu ia para biblioteca, porque eu tinha uma responsabilidade eu já tinha um salão aberto, mais ainda, eu sabia da minha deficiência. Eu tinha muito medo de errar, mas era isso que me dava coragem [...].”

“Então, tudo, tudo, todas aquelas deficiências de tudo faz com que o direcionamento dos pais seja sempre para você procurar soluções. [...] Hoje eu olho [...] para forma como eu conduzo os meus negócios, [...] e eu percebo que tudo está interligado. Porque, até ela, a cultura do valorizar, que também é uma cultura do respeito pelas suas conquistas, digamos assim, né? [...] Então, tem sim uma influência muito grande, a minha história de vida, a minha origem [...] e eu penso que essa é uma característica que eu trago lá no sertão..., do lado da base, entendeu?”

“Outra coisa importante que vem da minha família, da minha criação e que repercutiu e repercute até hoje na minha vida, e na minha vida de empreendedora, é que lá em casa sempre teve essa questão da economia dos recursos. Sempre foi uma coisa levada a sério e que tinha uma ação direta da minha mãe. Ela sempre cuidava para que isso acontecesse (se referindo a não ir nada pro lixo), e ela sempre conscientizava a gente dessas coisas, entendeu? Porque ela entendia que não era sozinha que as coisas iam funcionar. Ela estava à frente desses cuidados, mas ela sabia que precisava que a gente tivesse consciente, pra que ajudasse.” (Mobilização em prol do engajamento para gestão da escassez através do exemplo.)

“Ali, quando o meu pai dizia ‘Olha minha gente, por exemplo aqui nós somos onze, se você for lá na rua e comprar um hambúrguer para cada um, vai dar quanto?’ E ele botava na ponta do lápis mesmo e mostrava pra gente e depois fazia a gente ver que se a gente comprasse pão e todas as outras coisas e trouxesse para fazer em casa, então, então a gente podia fazer hambúrguer pra quase uma semana, mas tudo era ali, mostrado, entende? Então, tudo isso contribuiu, não só pra eu começar a empreender, mas também continuar, que é o mais difícil.” (gestão da escassez através de análise e controle.)

“Agora, pensando nas coisas que eu vivi desde pequena, lá no sertão, e pensando no meu negócio hoje, eu acho que a gente precisa é entender a importância das pequenas coisas. Coisa grande se faz das pequenas coisas. É uma torneira que você deixa pingando, que você pensa que não é nada. Você, tanto você tá prejudicando o meio ambiente, como no seu bolso (importância da gestão de coisas aparentemente insignificantes). E é interessante falar de torneira pingando, porque quem tinha que andar muito com as latas pra ter água, sabe do valor de cada gota” (senso de importância das coisas vinculadas à sua origem sertaneja e às dificuldades enfrentadas nessa realidade).

Excertos de Entrevista – SE 05

“[...] Meu pai era um agricultor semianalfabeto, mal sabe escrever o nome, e minha mãe era uma dona de casa, mas, uma mulher é muito dinâmica, muito empreendedora. Ela, na nossa comunidade, ela era aquela mulher que era útil em vários aspectos da vida da comunidade. Ela era professora, ela era a costureira, ela tirava renovação, ela aplicava injeção, ela era quem cuidava e via os dados da chuva, né?, o índice de chuva. Então, era uma pessoa de uma liderança muito forte na minha comunidade. Isso foi um dos fatores, assim, que me inspirou muito.”

“E como a gente não tinha condições de ter nada, sequer uma cadeira de rodas, minha mãe, com umas coisas que ele encontrou, ela fez um tripezinho, como se fosse um carrinho com umas rodinhas pra eu ir dando uns passos. Como esses andajares de bebê, mas no meu caso foi montado pela minha mãe [...]”

“E parece estranho, por que era um lugar de tanto sofrimento, tanta dureza, mas era ali que eu me via. Foi ali que eu vivi um monte de coisa que faz eu ser o que eu sou hoje, essa força de não desistir.”

“Bom, e aí eu continuei meus estudos aqui na cidade, e nas férias eu voltava para lá. E foi nas minhas férias que aconteceu a minha primeira experiência com empreendedorismo, com esse viés de negócios, né? Foi numa bodeguinha que um dia a minha mãe achou que devia dar um jeito de montar lá no sítio, uma bodeguinha pra atingir as demandas ali do povoado, e eu recordo que eu ficava cuidando da Bodega, atendendo as pessoas que precisavam de arroz ou até mesmo para tomar uma picada de cachaça, eu atendia. E eu lembro que nas férias era assim, eu ficava dedicado na bodeguinha na semana e meus pais e irmãos nas atividades da roça, e aí, quando era no final do domingo, à noite, a gente juntava o dinheiro, o apurado da semana, porque na segunda de manhã papai vinha para o Crato para comprar, fazer as compras para poderem abastecer, né? Eu era muito cuidadoso com isso. Eu sentia um prazer enorme de contar aquele dinheiro e fazer anotações do que tinha sido vendido e o que tinha para receber de fiado, essas coisas todas, dessa forma. E era muito agradável, muito agradável, experiência marcante. Por várias vezes na minha vida eu fui fazer as compras no final da tarde em cima do caminhão e carregava... e desembulhar aquelas coisas e colocar nas prateleiras da Bodega. Então eu acho que isso foi uma semente que foi colocada.

Excerto de Entrevista – SE 06

“Eu desconheço alguém que tem alguma posição, que conseguiu crescer, que conseguiu realizar o sonho sem ter compromisso. Isso eu aprendi foi pelo exemplo, na infância, vendo meus pais, cedo, indo pra lida, porque se não fosse esse comprometimento, a gente tinha a sobrevivência prejudicada. E as dificuldades, a falta de chuva não era desculpa pra não continuar trabalhando não. [...] Então, assim, a pessoa que empreende tem a vida de um monte de gente dependendo das suas ideias, de como você vai conduzir as coisas, e você tem que estar atento a tudo, pra não deixar seu comércio morrer. [...] Coisa que eu costumo dizer para os meus amigos pecadores (risos) é que uma das coisas mais importantes da nossa vida é a gente ter consciência do nosso erro, porque a gente jamais conserta aquilo que a gente não entende que tá errado. Isso vale pra tudo na vida. Vale pra empreender também, viu? E isso é uma coisa que a gente aprende desde cedo, ainda mais na nossa cultura, que é tão ligada a moral religiosa. No sítio, mais ainda. A nossa formação moral é toda nessa base mesmo.

Quando você comete o mesmo erro pela terceira vez, não é mais um erro, né? É uma opção. Você optou por fazer errado e você não vai chegar a lugar nenhum.

Então, assim, nessa minha experiência como empreendedor, eu tentava a primeira vez, se desse errado, eu ainda tentava uma segunda, mas já pensando o que eu achava que tinha feito que tinha dado de errado na primeira. Mas, deu errado de novo? Vai tentar pra dar errado? Ainda mais sem pensar onde foi que errou? É besteira. A gente tem que ser persistente, mas também não dá pra dar murro em ponta de faca, né? E o erro tem que servir é pra você aprender, pelo menos. Isso aí é bom porque na próxima, você já vai tentar fazer diferente.”

Ao tratar sobre o itinerário empreendedor Julien, (2010, posição 2045) diz que, passado o momento inicial do negócio, correntemente, acaba prevalecendo sobre o espírito empreendedor o que ele nomeia de “aversão ao risco”, pelo cansaço, pela dificuldade em se renovar ou, simplesmente, por ter seu principal objetivo atingido. Então, nessa situação, se passa de uma condição empreendedora para uma condição administradora. Para aqueles que já iniciam com alguma estrutura, adotam comportamentos para limitar riscos.

O autor considera que a manutenção do espírito empreendedor é sustentado por algumas condições e entre estas está a aquisição de experiência, o apoio de pessoas próximas, a renovação do espírito de iniciativa e o reconhecimento da sorte, tendo humildade diante dela.

No caso do sertanejo, o espírito empreendedor do início da jornada (e que poderia levantar questionamentos sobre estes serem ou não empreendedores, sobre a perspectiva de algumas abordagens do empreendedorismo) se fortalece nesta segunda fase do processo. Enfrentam as dificuldades lançando mão de todos os recursos que possuem, da experiência que adquiriram até o contar com o auxílio de familiares e conhecidos. Mas, digno de nota é o quanto o reconhecimento de suas limitações contribuem para a iniciativa em buscar aquilo que possa fazê-los continuar com seus negócios e como empreendedores.

Começam a organizar uma estrutura, pensar na importância dos processos e valores organizacionais que desejam ter em seus empreendimentos. Conseguem visualizar relações entre os aprendizados da experiência de vida com a ação empreendedora. Buscam fazer as coisas de outra forma, fazer melhor, construindo gradualmente a sua ideia num vai e vem entre o conhecido (suas experiências anteriores e as da primeira fase do processo) e o novo (as necessidades que vão se apresentando).

Sabem que o desafio é grande e se colocam dispostos a ouvir e a aprender. Estão mais atentos ao meio e essa atenção propicia resultados. Para alguns, sorte. Para o Sertanejo Empreendedor, milagre. Essa forma de ver os acontecimentos fazem manter um olhar grato e respeitoso diante das oportunidades que surgem, o que se assemelha com o “olhar de humildade diante da sorte” que Julien (2010) diz ser necessário para manter o espírito empreendedor.

Excerto de Entrevista – SE 04

“No segundo ano, o pessoal me procurava muito, procurava muita vela. Aí eu comecei a fabricar, mesmo. Aí fui na Petrobras, [...] porque até então eu só comprava a parafina de atravessador, sabe?, [...] e lá aconteceu um milagre que a mulher da Petrobras errou e foi e me vendeu a parafina com 30 dias, para mim pagar com 30 dias e lá eles não faziam isso de jeito nenhum, mas foi feito errado. E eu sei é que eu fui produzindo e o negócio foi se firmando, [...] aí eu fui atrás de me informar das coisas e aí eu procurei o Banco do Nordeste, e no Banco do Nordeste eu conversei com o gerente. Aí o gerente foi e perguntou o que era que eu tava precisando e eu disse ‘Rapaz eu fabrico velas manual e o preço da parafina é muito caro para mim comprar de pouco e para mim comprar 500 Kg, [...] eu preciso de dinheiro, [...]’. Aí ele foi e falou assim ‘você tem que fazer um projeto e pra alguém fazer esse projeto pro senhor, custa caro’. [...] Aí eu procurei um pessoal, ele me indicou [...] e aí o pessoal me falou que dava em torno de R\$ 3.500,00 por aí. Aí eu fui lá e disse isso e ele me ofereceu um empréstimo de R\$ 3.000,00 pra eu fazer o projeto, e depois ir atrás de mais. Aí eu disse a ele que não queria. Mas ele disse ‘faça o projeto’, e aí eu fiz o

projeto e paguei o projeto e fiquei o tempo todo aguardando e nada desse outro dinheiro sair. [...] Um dia, em 1998, eu acho, o Fernando Henrique marcou uma visita para Juazeiro. Nessa época eu não tinha telefone, não. Olha as coisas de Deus como são. Aí tinha uma fábrica de velas no Crato que eu comprava parafina neles, também, né. Aí, na época, o rapaz tava indo na pior e foi me oferecer um telefone fixo que na época custou R\$ 500,00, aí eu fui e comprei esse telefone e eu já tinha construído um galpãozinho, [...] e instalei esse telefone. Quando foi uma tarde, umas seis horas, [...] um rapaz me liga na véspera de Fernando Henrique chegar. Aí o rapaz me liga e me pergunta se eu tinha uma fabricação de velas e aí eu falei que tinha, né? Aí ele foi e disse 'tem como você vir me buscar aqui no Verdes Vale Hotel para mim fazer uma visita?' Aí eu fui buscar ele lá no... [...] Fusquinha caindo os pedaços nessa época. [...] Eu nem sabia onde era o tal Verde. Lá eu fui perguntando [...] até que eu peguei ele lá e trouxe, e aí ele me perguntava as coisas e anotava no papel. Aí depois pedi para mim deixar ele e aí eu fui deixar. Mas fiquei sem saber quem era, né? [...] Aí, quando foi no outro dia o Fernando Henrique chegou lá e quem acompanhou ele foi Padre Murilo, que era meu amigo, [...] depois das visitas dele (Fernando Henrique) tinha uma reunião, e aí, depois dessa reunião, o banco me liga perguntando se eu tava insatisfeito com o banco, que tinha uma entrevista que uma pessoa fez com você... [...] aí, ele foi disse 'tem como você vir aqui, agora?' Aí eu fui lá aí e quando eu cheguei. Ele me mostrou o Diário do Nordeste e eu tava na capa do jornal, né? O cara era o assessor de imprensa do presidente, se tu quiser eu mostro pra tu. Eu vou acreditar, assim que foi um milagre nascendo nesse dia porque aí eu fui, corri e comprei a carrada de parafina e comecei a ter como trazer meus irmãos pra trabalhar comigo, e foi crescendo. [...] Colocou quatro máquinas, [...] como a gente fabricava manual a produção era muito pouco, aí, quando as máquinas chegaram, rapaz, aí desenvolveu bastante, aí todo mundo alegre para fabricar velas nas máquinas e a produção era boa e ninguém trabalhava muito. [...] Assinei a carteira deles, foi crescendo [...] e a gente começou a vender nas cidade de Crato e Barbalha, e aí, quando vi já tava por Caririçu, Iguatu, Acopiara [...] Nova Olinda, Assaré, Campos Sales [...]."

Do que emergiu dos dados sobre essa fase, gostaríamos de destacar a fala do entrevistado SE04, que no relato acima sobre o crescimento da empresa faz referência aos acontecimentos como "milagrosos" (o que relacionamos como a dimensão do sagrado, do transcendental no empreendimento) e, na sequência da fala, segue contando da manutenção e do crescimento de sua empresa, ressaltando a importância do projeto de Governo do presidente do país à época (o que relacionamos como a visão do mundano, do "real" no empreendimento).

Excerto de Entrevista – SE 04

"[...] Depois que o empréstimo Banco do Nordeste saiu, aí o crescimento foi muito rápido, muito rápido mesmo. Mas quando o Fernando Henrique saiu, aí entra o Lula, né? Aí o Lula foi quem ajudou mais a gente, porque começou a surgir as linhas de crédito, né? Deu pra comprar de caminhão a comprar produto. E na época, não tinha aumento de gasolina, nem de óleo diesel, nem do produto mesmo (parafina). A gente passou uns 8 anos trabalhando sem ter esses aumentos que tem hoje, né? Porque, esses momentos, e a política pode acabar com a gente. Então, nesse governo do Lula, aí o crescimento foi ainda mais rápido. E em 2008, aí eu comecei a comprar caminhão novo na Mercedes. E aí começa, [...] vamos para o Pernambuco e aí é show. Ouricuri Araripina, [...] perto de Recife. [...] Engraçado esse negócio de empreendedor, porque não é só da vela que a gente tem que entender, é de tudo. De política, de tudo, porque tudo influencia, né? [...] Agora, assim, quem começou foi aquele sertanejo, né? Lá da roça mesmo, ele começa e vai até ele morrer com a empresa de pé, né? [...] E a gente que é do Nordeste, que nasceu no sofrimento e cresceu e conseguiu as coisas, nunca mais quer voltar para aquele sofrimento e ninguém quer voltar mais. Aí é por isso que eu mesmo sou assim, vou atrás, com honestidade, mas vou atrás de melhora e de fazer o que for pra melhorar, né?"

O discurso de outro entrevistado, SE10 reforça a percepção que estes empreendedores adquiriram sobre o papel do meio e sua relevância para o empreendedorismo, o que ratifica o que Julien delineia em seus trabalhos sobre o empreendedorismo regional: “o meio age [...] estimula, tempera ou limita os comportamentos empreendedores. Ele deve ser considerado [...], pois, [...] permitem tanto que os atores econômicos se acomodem como que sejam estimulados [...] à renovação” (Julien, 2010, posição 2107).

Excerto de Entrevista – SE 10

“A gente que trabalha com sabão tem uma dificuldade. Sabão é um produto muito popular, e ele competindo matéria-prima com o mercado do biodiesel, né?, que é um grande problema para a fábrica de sabão. Porque as duas indústrias usam como matéria prima a gordura, tanto a animal como a vegetal. No nosso caso, no caso do sabão, o que a gente utiliza, na maior parte, é o sebo de boi, gordura animal, né? E o sebo bovino acabou indo muito para o biodiesel, que fica de péssima qualidade, mas serve para cumprir a meta do governo. Já é comprovado que o biodiesel feito de resíduo animal danifica os motores, não é bom, mas quem faz não tem nem muita escolha, porque só o óleo vegetal de soja, de algodão, não dá conta, e eles precisam recorrer à gordura animal. Então, esse produto tem aumentado a concorrência e, para nós, produtores de produto de limpeza, isso não é bom, e isso tem trazido muita dificuldade. Tanta que a Associação Brasileira da Indústria Saboeira tem trabalhado pra tentar fazer com que o sebo não seja utilizado no biodiesel, já que essa concorrência aumenta os preços e prejudica a gente que produz e as famílias de baixa renda, que costumam consumir mais o sabão em barra.”

Na fala do SE10, além de como uma ação governamental pode interferir no empreendimento, o que se verifica é o aumento da amplitude de visão destes Sertanejos Empreendedores. SE10 aponta a ação de outra organização para tentar mitigar os problemas que julga ser avantajados pela meta do governo, que nos leva a refletir sobre a importância do capital social (Tonelli; Brito; Zambalde, 2011; Julien, 2010). Conexões que favorecem diferentes fluxos de trocas, o reforço das relações, a promoção de um clima de confiança e probidade, a atualização antecipada a conhecimentos restritos, diminuição dos erros, redução dos riscos, entre outros produtos resultantes dessas conexões que podem favorecer ou bloquear as mudanças.

Desta forma, durante a travessia, há evolução no processo empreendedor: eles enfrentam dificuldades que os fazem perceber a necessidade de mudança quanto ao comprometimento para manter o empreendimento vivo, gerando transformação na forma com que se dedicam ao negócio, sua maneira de empreender (deixando de ver apenas pela ótica da necessidade e vendo pela ótica da vocação ou da oportunidade) e na busca por conhecimentos para a melhor gestão de seus empreendimentos.

Excerto de Entrevista – SE 01

“Hoje, eu tenho conhecimento para fazer planejamento, mas antes eu não tinha, entendeu? E nem ele me foi apresentado. Mas o que acontece quando a gente faz isso, o planejamento, você diminui as possibilidades de erro e você aumenta significativamente as possibilidades de acerto. Isso é uma ferramenta muito importante, muito boa de ser usada. Mas eu compreendo que em tudo você imprime aquilo que você é, a sua coragem, a sua verdade, a sua profundidade, o seu comprometimento, então, [...] assim eu empreendi por muito tempo, sem nenhuma formação pra isso. Aí, depois de muito tempo, um dia eu decidi fazer faculdade de Administração, mas é tão interessante, que eu tive que ter muito cuidado, porque quando eu saí da faculdade de Administração, com todas aquelas pontas a serem analisadas, todas as teorias, eu me senti um pouco engessada, e é como se a minha veia empreendedora precisasse ser colocada numa caixinha, e eu digo que tive uma certa dificuldade por um tempo porque, primeiro, quando você é empreendedor, que você entra na faculdade e você vai ver tudo aquilo, a impressão que você tem é que estava fazendo tudo errado. ‘Meu Deus eu tava fazendo tudo errado!’ ‘Mas eu tô errando, mesmo?’ Porque era um tempo que já tava dando certo, já tinha liquidez, uma liquidez boa e tudo funcionava, e tudo mais. E aí, de repente, quando você começa metrificar tudo, colocar tudo em planilha e você dobra o seu trabalho e, às vezes, você reduz o seu resultado, porque você fica mais medroso, você fica mais engessado. Porém, eu lhe digo, passando esse choque, passando, aí vem: ‘vamos lá, vamos organizar as ideias’. Então, eu vi que dava sim para colocar o empreendedorismo em planilhas (risos), também. E aí é um novo ponto, porque tudo que pode ser criado, pode ser melhorado, né? Então, hoje, por exemplo, uma coisa também, que para mim funciona, enquanto empreendedora, é me manter de ouvidos abertos, sempre de ouvidos abertos. Não é porque faz 27 anos que eu tô no empreendimento ‘Ah, eu já sei disso’. Não existe já sei disso! Às vezes o estagiário que chega para mim eu escuto, porque é o novo, é a visão dele e, às vezes, me agrega demais.”

O Sertanejo Empreendedor é um aprendiz que encontra nos clientes, fornecedores, funcionários, empreendedores e até mesmo concorrentes os caminhos do empreendedorismo. Aprendem com a vivência, naquilo que funciona e também com o que não funciona. Desenvolvem suas identidades empreendedoras ancoradas na identidade sertaneja, reconhecendo que “vivendo, se aprende; mas o que se aprende, mais, é só fazer outras maiores perguntas”, como diz Riobaldo em *Grande Sertão: Veredas* (Rosa, 2009). As maiores perguntas conduzem para a terceira fase do processo.

5.2.3 (Agora) e o que virá

“Mas agora, feita a folga que me vem, e sem pequenos desossegos, estou de range rede. E me inventei neste gosto de especular ideia.”

Nesta fase do processo, os Sertanejos Empreendedores começam a ver resultados maiores, seja quanto ao crescimento dos seus empreendimentos, seja quanto ao retorno financeiro (aspectos que por escolha decidimos não aprofundar), além do potencial para gerar satisfação e crescimento pessoal. Com os aprendizados alcançados e com as modificações da etapa anterior, eles experimentam benefícios da vida empreendedora e se motivam a continuar nesse processo, o que, por sua vez, gera mais benefícios. Entram num ciclo de benefício-

motivação-ação.

Excerto de Entrevista – SE 02

“[...] eu corri atrás de aprender, acertando, errando, consertando os erros. E tem mais, hoje, tudo na nossa padaria é automatizado. Aí foi o que eu falei pra senhora, de uma padariazinha lá no alto (se referindo a parte da cidade em que fica a padaria) arrendada, eu construí uma fábrica. [...] Quando eu quis botar a fábrica e o banco disse que eu tinha a possibilidade de tirar um dinheiro e como eu já tinha esse terreno aqui, já fruto do que começou só como uma padaria pequeninha, o banco disse que eu tinha um teto de um milhão. Olha que eu fique doidinho. Por que um milhão, meu Deus do céu, é muito dinheiro para quem nunca teve nada, que veio da roça, lá eu não tinha nem ideia do que era um milhão. [...] Eu só tinha uma kombizinha pequena, que eu arranjei pra entregar os pães, que hoje só tem a foto, mas hoje eu tenho é uma frota de sete caminhões vendendo pão por aí. Eu acho que eu dei uma alavancada. Sai da roça, sem incentivo de ninguém, meus pais, a única coisa que eles tinham, eles deram incentivo sim. Deu sim. [...] E nós começamos a fábrica de pão, mas agora, mais vivido, eu fiz com as dificuldades, mas aprendi. Eu fui pesquisar agora uma fábrica de pão de Fortaleza e, outra coisa que eu digo pra senhora, [...] eu quero é de crescer, desenvolver.”

Excerto de Entrevista – SE 07

“[...] como você vê, aqui dentro são dez pessoas (dentro da fábrica), dez pessoas sempre trabalhando, tem quase dez lá fora (três na parte da loja, três na gestão e número variável nas vendas externas). Em questão de atendimento, hoje a gente vende para o Brasil quase todo, a gente recebe encomenda do Brasil quase todo e hoje eu tenho uma parceria com as lojas que vendem artesanato na capital. Tem uma loja do Iguatemi que eu tenho mercadoria e lá dentro, como é uma loja no Iguatemi, trabalha com os artesãos, assim, não são muitos artesões porque tem uma seleção muito boa que faz, e lá hoje eu faço parte e hoje eu sou o carro chefe dessa loja. [...] Eu sou fornecedor de uma loja de artesanato que tá em todos os shoppings de Fortaleza, em todos os shoppings de Fortaleza.”

Excerto de Entrevista – SE 10

“Nesse mesmo período, já deu certo a gente ter a moradia da família, [...] comprar o espaço para montar a fábrica e tirar do local que era alugado e pequeno. Assumimos financiamento de veículos, maquinário, mas dessa vez com tudo planejado, bem direitinho. Eu saí de 8 funcionários para 80 e em 2009 a gente foi implementando um mix de produtos de limpeza além do sabão e, de lá para cá, virou tradição a gente ir lançando coisa nova todos os anos, nem que seja versões melhoradas dos produtos. Hoje a gente conseguiu projeto de incentivo fiscal, que fez muita diferença, e a gente tinha o compromisso de gerar uma quantidade de empregos e a gente entregou o dobro de empregos e um faturamento quatro vezes maior. [...] E hoje eu ainda tenho duas filhas trabalhando comigo, o que é motivo de muita alegria.”

O empreendedorismo, inicialmente visto como fruto da necessidade na primeira fase, descoberto como “vocação” além da necessidade na segunda fase, agora, nesta terceira fase, parece se integrar em suas vidas como vocação diante das oportunidades.

Excerto de Entrevista – SE 01

“[...] Então, tem sim uma influência muito grande a minha história de vida, a minha origem, com o que eu penso hoje como empreendedora, 27 anos depois que eu empreendo e que eu empreendo na mesma coisa. Mas hoje eu digo que eu procuro olhar para o meu negócio com um olhar diferente, sem esquecer das minhas origens, mas ressignificando. E isso fez total sentido para mim. [...] Então, [...] 27 anos depois, eu continuo empreendendo e hoje eu chego no meu negócio buscando uma solução para ele, olhando para ele de forma nova, como se fosse o início e eu

penso que tudo isso tá ligado a você entender o que é de fato empreender. Empreender não é uma modinha que você vê o negócio e você pensa 'Ah isso aqui pode dar dinheiro, então eu vou empreender nisso!'. Não! Eu penso que empreender é uma forma de ser. O empreender está muito mais ligado a como você é do que o quanto você vai ganhar com isso."

Excerto de Entrevista – SE 08

"Então, depois de um tempo, eu fui atrás do banco, fazer financiamento para os investimentos, e comecei outra coisa das minhas duas lojas, que é confeitaria e padaria. O meu forte é a Confeitaria, eu fui em busca de um profissional, né?, um profissional, um Chefe Confeiteiro Profissional, que me desse... me ajudasse nesse sentido, ser... [...] a loja Matriz ficou pequena por conta do espaço que eu produzia os itens e vendia, tudo na mesma loja, então eu fui em busca de um outro espaço para produzir e aluguei outro ponto, um espaço grande pra produzir para mim agregar conseguir agregar mais valores. [...] Cheguei a pensar em aproveitar a estrutura para produzir e fornecer pra supermercado, mas não deu certo porque produzir para supermercado é manter uma outra estrutura maior, e não deu certo por conta da mão de obra e a parte administrativa, que requer muito, muito, muito cuidado. Um acompanhamento muito grande nessa área. [...] E eu concentro hoje minha produção na fábrica, todas as bases são feitas em uma fábrica que transfere isso para as lojas. Tem duas lojas estilo de confeitaria, mas você também lancha e faz encomenda, [...] é um estilo confeitaria e cafeteria Então, hoje aqui a gente tem vários pratos na cafeteria, uma loja assim, que eu tô trabalhando e estudando para criar um modelo de franquia dela, que eu vejo muito potencial nela."

Excerto de Entrevista – SE 10

"Nos últimos três anos a gente percebeu que o pessoal estava procurando muito por preço e não por qualidade, porque era o que estavam podendo comprar. Aí, nós lançamos outras marcas, com produtos de menor preço, para nos fazer presentes no mercado. A gente se adaptou. Antes, a gente tinha um produto de qualidade que era acessível a diferentes classes, mas com a mudança que aconteceu nos últimos tempos, que o consumidor tem que escolher o produto que cabe no bolso dele, hoje, temos produtos para as classes A e B e produtos para as classes C, D e E, e desse jeito continuamos acessíveis para todas as classes."

Desenvolveram habilidades para conduzi-rem os processos de adaptação e construção dos negócios de maneira mais harmônica e organizada, mas confiantes quanto às suas ideias de condução do negócio, o que contribui fortemente para que os empreendedores cheguem à condição em que se encontram.

Excerto de Entrevista – SE 05

"Olha, uma coisa que eu aprendi é que sempre há um grande desafio, principalmente, empreender aqui no Brasil. Das incertezas econômicas, políticas.... Então, eu consegui viver aquela fase de mudança de plano de inflação alta, [...] eu passei por todas essas experiências e a gente sempre procurou, diante dos desafios, ser criativo e entender que cada situação difícil que a gente passa, a gente sai mais fortalecido dela, você tem que entender o aprendizado. [...] Hoje nós temos lojas online. [...] Montamos a nossa estrutura online. Nós temos o estúdio fotográfico, todas as nossas fotos são autorais, mostrando pessoas daqui da região. Tem pessoas trabalhando na edição das imagens e pessoas que dão suporte à loja virtual, colocando os produtos, preços e vendas e suporte à plataforma, os anúncios de outros empreendimentos da região que a gente faz. Então, hoje nós temos uma estrutura. Continuamos com a presença física no mercado local, inclusive com loja em Brejo Santo, duas lojas aqui em Crato e a loja em Juazeiro — e atendendo o Brasil inteiro com a loja virtual."

Como resultado de nossa observação do campo, podemos dizer que estes empreendedores mantêm seus negócios, crescem, inovam, recebem

reconhecimento, tornam-se exemplos para outros, continuam enfrentando desafios (agora com um pouco mais de experiência), mas não se esquecem de suas origens, não se esquecem do sertão. Mantêm, por perto, símbolos que não os deixam se esquecer de onde vem a sua força, fazendo questão de lembrar. Retornam sempre ao sertão.

Excerto de Entrevista – SE 07

“Olha, caiu em mim muita coisa eu nasci no sítio, lá na roça mesmo e eu nasci com um pouquinho de artesanato, né?, e um pouquinho de empreendedorismo. E isso foi se encaixando e encaixando um bocado de coisa. Olha essa, essa loja aqui, toda ela foi decorada por mim, toda, toda. Se você for olhar ali, o banheiro, ali a decoração do banheiro é minha, toda minha. E tudo é lembrando o sertão. As coisas de lá me dão uma força, sabia? Agora eu usei tudo de um jeito pro cliente achar bonito. E tem outra coisa. Aqui é caminho pra Nova Olinda, que recebe é muito turista por conta da Casa Grande e do Seu E.S. Aí eu fiz a fachada bem bonita, rústica, que chama atenção, né não? E a gente tem recebido mais turista por aqui. Aí eu, na pandemia, comprei o resto desse terreno pra aumentar a fábrica. Aqui na frente ficava a loja e lá atrás a fábrica, mas aí me veio a ideia de abrir tudo. E aí, o turista, quando vem aqui, acaba vendo o processo produtivo, e isso faz diferença, viu? Agora é tudo lembrando o sertanejo, que é o que eu sou mesmo e não tenho vergonha não, tenho é muito orgulho. [...]”

Trecho do Diário de Campo 01 – SE 01

[...] o espaço é sofisticado, como se espera de um Centro de Beleza e Estética que recebe as pessoas com mais posses na Região, mas mistura-se aos elementos mais modernos de uma decoração planejada, quadros e esculturas que fazem referência à cultura popular Caririense. Imagens que fazem com que o espaço, que teria tudo pra ser um “não-lugar” como consideraria Marc’Augé, um lugar com elementos que nos situam onde estamos e como se dissesse “aqui é sertão nordestino e nos orgulhamos disso”.

Quando sentem que já conseguiram alguma segurança, hoje já podem deixar as casas de pau-a-pique por casas de alpendre, voltam ao sertão para restituir suas forças e retribuir aquilo que a vida por lá deixou de valor e aprendizado. Retribuem com a dita solidaderiedade sertaneja de que fala Euclides da Cunha (2008). Essa retribuição nos pareceu mais do que um agradecimento às “graças alcançadas”, é uma retribuição e uma forma de manutenção do vínculo com esse espaço que, como diz Rosa (2009), “Sertão. Sabe o senhor: sertão é onde o pensamento da gente se forma mais forte do que o poder do lugar”.

Excerto de Entrevista – SE 04

“Eu fiz um açude na minha terra, onde eu nasci. Lá não tinha água nem para beber. Depois de tudo que aconteceu na minha vida, minha empresa de velas. Você sabia que tudo a gente pode fazer com a graça de Deus? Eu vou lhe mostrar o que foi que eu fiz depois de tudo que aconteceu na minha vida quando eu ganhei dinheiro (mostrando fotos no celular). Eu ainda vou levar você lá. Eu vou levar você lá que é para mim lhe mostrar o que eu fiz depois de quando eu consegui montar minha fábrica, organizar tudo e chegar a um patamar que eu nunca imaginei, nunca sonhei na minha vida. No meu sítio, eu acabei com uma seca, eu acabei mesmo. Eu tenho um açude cheio d’água depois eu vou te mostrar, isso aqui é a água que eu tô soltando no riacho, e onde era seco eu botei um cano e aí o cano vai derramando água para não faltar mais água no riacho. Aqui tá

que é um Pantanal. Olha aqui, não é época de ter milho nem nada, né?, mas olha aqui ó, o tamanho da roça de meia por conta dessa água (falando do açude) que esse rapaz tá soltando aqui. Tá vendo o tamanho da roça muito bonita? Que coisa boa que é E eu já tenho máquina de fazer açude. Eu, depois de toda a seca, de tudo quanto é ruim, de passar fome desde cedo e tudo, aí eu trabalho em torno de fazer água, [...] é porque a vida da gente vai encurtando e logo acaba morrendo, se a gente não faz logo alguma coisa de bem pro mundo, pro nosso lugar, não dá tempo de fazer. Se um dia eu me encontrasse com o presidente, eu acabava com uma seca daqui, porque até açude pra minha terra eu consegui fazer [...] É muita água o meu açude, parece que é o quarto maior do Ceará. [...] O que eu fiz até hoje não foi só para mim, nem só para minha família, eu faço... esse açude serve, ele pega mais nas terras do povo do que na minha, sabe? Aí o povo diz “tu faz o açude, mas pros outros? E o que é que tem? Isso é coisa que só entende quem veio de onde eu vim. [...] Eu vou lhe dizer uma coisa, depois desse açude é uma felicidade lá. Ninguém fala mais da seca, ninguém, porque faltava água lá direto, hoje não falta água [...].”

Excerto de Entrevista – SE 10

“A gente tem um programa de distribuição de cestas básicas lá onde tudo teve início, em Ipaumirim. Lá a comunidade é muito, muito carente. E a gente sabe que é só uma cesta básica, mas a gente também sabe o que significa essa cesta básica. E a gente tem um projeto socioambiental, que começou com uma ideia que eu tive em 2016, numa visita a uma escola que me pediu um bebedouro. Eu fui visitar a escola e reparei que na cantina da escola tinham várias garrafas com um pouco de óleo que eles utilizavam para fazer a merenda escolar. Aí, na hora eu pensei em sugerir uma gingana de recolhimento de óleo pra não receberem o bebedouro sem nenhuma ação que marcasse o esforço que a gente tem que fazer [...] e eles recolheram mais de 400 litros de óleo, em cerca de 60 dias. E, na época, eu não tinha muito o que fazer com esse óleo. Mas a gente levou para a unidade de Ipaumirim, onde fazemos o produto artesanal e procuramos adicionar esse material na composição que serviu para fazer doações para o Instituto do Câncer de Barbalha. [...] E esse projeto, que nasceu lá [...] hoje acontece em 65 cidades do estado do Ceará, atendendo perto de 80 instituições. [...] E a gente tem tido um apoio muito grande do Governo do Estado, através da Secretaria do Meio Ambiente, e é um compromisso nosso com o Estado, estar presente, até 2024, em todas as cidades do estado do Ceará, através dos consórcios de resíduos sólidos. Isso é a minha forma de retribuir tudo que Deus me deu. Que eu recebi dessa terra.”

Os resultados permitem a identificação do envolvimento dos empreendedores com várias práticas sociais. Essas práticas apontam para a trajetória de vida dos empreendedores como um contínuo processo de aprendizado, indicando fragmentos de aprendizagem que ocorreram e que se tornaram relevantes para a atual prática empreendedora.

Excerto de Entrevista – SE 01

“[...] Por exemplo, na minha empresa todos os dias quando eu me voluntario em algumas causas, sem nenhum ganho aparente, eu penso que esse voluntariado, ele é uma forma de empreender fantástica. Hoje eu sou muito mais voluntária, eu atuo muito mais numa frente voluntária, seja ensinando o meu ofício em comunidades carentes, seja auxiliando mulheres como eu a empreenderem. Eu atuo mais nessas ações voluntárias do que no meu próprio negócio (risos). Então empreender não significa pensar só em você. Tem gente que fala muito no foco. Porque pra empreender precisa de foco. Dizem: ‘olha você precisa focar numa coisa e só nela’. Eu já pensei assim, mas hoje, hoje eu discordo. Eu penso que a exposição às coisas que não são do seu cotidiano, fortalece o seu espírito empreendedor. É o contrário. Você vai lá, você entra em contato com outras coisas, você bebe de outra fonte. Você não perde com a exposição a outras coisas, outras pessoas. Mas você volta para o seu eixo, claro, pro seu negócio, claro, e esse movimento não pode ser de forma desordenada, mas eu penso que, de uma forma ordenada, você vai lá, você se expõe a tudo que às vezes parece que não tem nada a ver, eu me exponho, eu vou lá e eu volto e quando eu volto dessa exposição sempre me encontro mais forte por muito tempo. É como acontece quando a gente sai do sertão em busca de oportunidades melhores. Mas o sertão nunca

sai da gente. É nosso eixo, nossa maneira de ver e entender o mundo. E a gente sempre volta pra ele mais forte com os aprendizados que trouxemos de fora, mas é nele que a gente se realiza e ganha força também.”

Excerto de Entrevista – SE 06

“Eu recebi tanto, de Deus, do meu lugar, do Cariri que eu tinha que dar um jeito de retribuir isso.”

E como é essa retribuição que o senhor fala? É pela geração de emprego e renda que o senhor falou ainda há pouco?

Tem muitas maneiras de retribuir, né? Mas eu resolvi primeiro fazer uma espécie de militância política nessa área empresarial. Então, assim, eu nunca, eu nunca fiz política partidária. A gente que vem duma história de escassez, de falta, de dificuldade, fica sempre naquela de confiar em Deus, no superior e fazer a nossa parte, trabalhar. A gente direciona as energias da gente é pra isso. Mas, aí quando a gente sai do sertão e começa a ver que as coisas podem ser melhores, a gente começa a ver que precisa correr atrás. A gente desperta as energias. E aí, as energias que eu tinha para fazer a política partidária, eu trouxe foi para dentro das associações classistas dos lojistas. Então, eu fui participar da Diretoria da (nome de instituição de classe) do Crato em 98. [...] Depois que a gente se estabelece como empreendedor, que o sustento da família da gente tá garantido, a gente se envolve em outras lutas. Então, em 2009, eu já com 11 anos de Diretoria da (nome de instituição de classe) do Crato, eu fui escolhido pelos meus companheiros lojistas, para ser presidente da (nome de instituição de classe) do Crato e na presidência [...] a gente fez um bocado de ações inovadoras. Tem uma que eu considero muito importante, quem é aqui do Crato, [...] lembra que o Crato era super poluído, visualmente, de placas que ornamentavam as lojas. Naquele tempo, [...] as pessoas pensavam nisso como uma estratégia pros negócios, [...] acho até que alguns associavam essa poluição com a ideia de modernidade. [...] Uma poluição visual muito grande, sem falar que atrapalhava o passeio. Era difícil transitar. Então, em 2009, [...] procurei o (nome de veículos de comunicação da Região) e, com apoio deles, a gente começou a desenvolver uma campanha para retirada dessas placas. [...] Então, a gente passou aqui uns 6 meses trabalhando. [...] Eu convenci o D. Q. da (nome da rede de farmácias). Olhe até onde perseguir os sonhos da gente pode levar. Eu, só um sertanejo, que saiu de lá analfabeto. Sonhar e perseverar. Então depois de tanto movimento e vendo o que a gente já tinha conseguido a prefeitura entrou em parceria com a gente fornecendo um munck (um equipamento) pra gente tirar as placas [...].”

Ao apresentarmos o “final” do processo empreendedor do sertanejo é imperioso falarmos que todo ele nos fez fortificar a nossa concordância com Atkison (2002) quando este defende que a vida é moldada por um encadeamento de eventos dos quais surgem — e continuarão surgindo — histórias, fragmentos do que e de quem se é, sobretudo, por nos conectarem às nossas raízes.

Buscando desenhar o processo, conseguimos perceber a manifestação de um aprendizado vinculado não apenas à própria experiência da ação empreendedora, mas conectada com o que experienciaram ao longo da vida e que serviram de preparação para o empreendedorismo com saldo exitoso, trazendo satisfação da vida presente e olhando para o passado com gratidão. Como nos disse o entrevistado SE10: “Felicidade é poder rir com seu passado”.

Não se trata de um processo simples, há muitas nuances que são merecedoras de aprofundamento, mas que mesmo no raso oferecem uma visão

ampla da jornada empreendedora destes sertanejos e suas complexidades. É o que Julien (2010) e Giddens (1984) denominam de reflexibilidade ou coevolução: aprender na e pela ação que transforma e evolui.

Excerto de Entrevista – SE 01

“[...] a empresa foi aceita no parto Global, e aí eu fico pensando nas ações e dizendo pra mim ‘mas eu tô fazendo realmente alguma coisa que eu mereça fazer parte de sustentabilidade?’ Meu Deus eu ainda me sinto nesse momento como se fosse uma farça, porque eu não sei, eu não sei colocar isso em processo. Eu ainda tenho a limitação de colocar tudo isso num processo (autodesvalorização). [...] Mas como hoje é o que faz sentido pra mim, eu fui e falei com a menina do laboratório para ver se a gente consegue ver se a gente consegue encontrar uma forma de pegar esses cabelos que vão todos para o meio ambiente, que eles não são biodegradáveis, né? Os cabelos, eles não se dissolvem, se a gente encontra uma forma de transformar isso em matéria-prima para produtos, para tirar isso do meio ambiente, entende? Então eu quero isso. Eu quero muito mais do que simplesmente cortar cabelo hoje. Eu amo cortar cabelo, ainda eu tenho a mesma paixão, mas eu penso que ficou muito pouco, entendeu? Eu tenho que usar isso para um propósito maior. Por exemplo, eu tenho uma parceria com o projeto programa Amor e Mechas. A gente corta o cabelo e doa para onde lá eles transformam em perucas para doar para as mulheres que tem câncer e que não pode, que não pode pagar aí eu fico pensando que eu posso fazer mais? Como eu posso contribuir com o mundo [...]”.

Um percurso que não deve ser e nem é solitário, demandando a construção e a manutenção de redes de relacionamento na medida em que se quer fortalecer o empreendimento. Embora não solitário, ao longo do caminho os relatos mostram que os empreendedores se deparam com a sensação de solidão própria de quem precisa se responsabilizar por suas escolhas e as consequências destas. O que nos faz pensar que esta sensação é própria da caminhada do humano.

Ouvir relatos sobre ser a ação empreendedora solitária, não nos levou a pensar no empreendedor como uma figura heróica, pelo contrário, isso nos reforçou o aspecto humano deste. O empreendedor é um ser humano que, como diz Julien (2010) não nasce empreendedor, mas torna-se imerso em histórias e ambientes que possibilitam essa transformação e a apoia. A história do empreendedor fornece algumas direções que lhes favorece escolher e seguir por uma jornada empreendedora com mais dinamismo ou menos, mas sempre dependente do meio, mesmo quando aparentemente estão sozinhos.

Para Julien (2010) a história dos empreendedores não pode ser vista como total fruto do acaso e nem numa perspectiva de racionalidade redutora, mas deve ser percebida, sentida, como uma narrativa inscrita nas origens e nos caminhos percorridos pelo indivíduo imerso num território enraizado. O empreendedor aprende a tirar vantagens deste enraizamento.

Com base nessas ideias de Julien (2010) e ainda nas ideias de Geertz (1989)

e Berger e Luckman (2014), consideramos que características inatas do indivíduo fazem parte do ser empreendedor, mas de forma alguma é um determinante que os fará manter as características no decorrer da vida. É, pois, neste sentido que realçamos a construção social e a formação de certas disposições quanto á forma de encarar o mundo, onde sem dúvida tem papel fundamentalmente importante as primeiras experiências de vida, a família e a cultura do meio em que vivem, para a construção de uma identidade.

Para Berger e Luckman (2014) essa construção primária é norteadora, a mais durável e presente na vida dos indivíduos, ainda que nem sempre eles estejam conscientes disso. Faz parte do desenvolvimento da jornada futura de alguém, a partir da interiorização de elementos socioculturais que o meio oferece. Essa interiorização, para nós, é o que costura o inato, o adquirido e ainda o construído, de diferentes formas ao longo da vida.

Excerto de Entrevista – SE 01

“[...] e o meu avô, o meu avô [...] também era visto como um homem reto (rigor, ética) [...]”

“[...] e o único o único salário que entrava em casa era do meu pai, isso depois que a gente saiu da roça pra cidade. Só que o meu pai era conhecido como um cara honesto, então, tinha uma bodega que fornecia para ele e ele ficava com vergonha, mas a bodega fornecia para ele, e ele, assim, a gente ia passando, mas ele nunca foi de reclamar.”

“[...] Se eu precisar, tá aqui, faz uma coisa... vou contar para você uma história, ali, eu tenho que maquiagem aquela história para ficar bonitinha para parecer melhor e ela contar outra para ficar bem na fita. Para mim não faz sentido, para mim só faz sentido se for reto do início ao fim e eu penso que essa é uma característica que eu trago lá no sertão”.

Um olhar mais esmiuçador do processo é capaz de nos mostrar que o desejo de tornar-se um empreendedor está presente em algumas das histórias, embora possam aparecer, apenas agora, como uma escolha de vida que se desdobra na fala de três dos sujeitos, como uma vida percebida com mais liberdade.

Excerto de Entrevista – SE 05

“[...] a minha primeira experiência com empreendedorismo, com esse viés de negócios, né?, foi numa bodeguinha que um dia a minha mãe achou que devia dar um jeito de montar lá no sítio, uma bodeguinha pra atingir as demandas ali do povoado. E eu lembro que eu ficava cuidando da Bodega, atendendo as pessoas que precisavam de arroz ou até mesmo para tomar uma picada de cachaça, eu atendia. [...] Eu sentia um prazer enorme de contar aquele dinheiro e fazer anotações do que tinha sido vendido e o que tinha para receber de fiado, essas coisas todas..., dessa forma, e era muito agradável, muito agradável, experiência marcante.”

Excerto de Entrevista – SE 10

E como veio a decisão de abrir mão do banco, para ser o empreendedor?

[...] iniciou com uma reestruturação grande que o banco estava passando e o fato de eu não me sentir bem em outra atividade. [...] “Porque eu gostava de ser fiscal por ter liberdade, andar, conhecer pessoas. Em paralelo, eu sempre gostei de comprar e vender coisas. Eu comprava um carro, um boi, e vendia e gostava.

Excerto de Entrevista – SE 01

“Duas coisas: primeiro eu gosto muito da liberdade, de decidir (gosto pela liberdade). Eu gosto muito dessa liberdade, ao mesmo tempo que é muito pesado você ter que assumir todas as responsabilidades das suas decisões, mas, ao mesmo tempo, você, eu não tenho..., eu não tenho tempo para..., eu não tenho essa questão de dizer: ‘só não deu certo porque Fulano me atrasou, Fulano não deu a resposta’. Eu não tenho isso. Se eu fizer uma coisa e não der certo eu entendo ter responsabilidade. É sempre minha. Então, para mim é muito mais fácil decidir uma coisa e me responsabilizar por ela, entendeu? (A liberdade de decidir traz consigo a responsabilidades). Empreender para mim traz essa liberdade (empreender visto como liberdade).

Excerto de Entrevista – SE 01

“Meu pai (figura de referência para a entrevistada) [...] Lá em casa todo mundo sempre foi muito de seguir o que ele dizia, porque ele sempre foi muito coerente (coerência), ele sempre foi muito de, sei lá, de sentar, de conversar, de explicar, de compartilhar, entendeu? Nunca foi aquele ditador. Então, isso deixa a gente muito livre pra escolher (importância da comunicação para adesão de ideias com a sensação de liberdade de escolha). Por exemplo, uma coisa besta que, às vezes, a gente pensa que não é nada, mas que para mim tem uma grande valia: lá em casa ninguém tinha o costume de quebrar nada, porque éramos todos cuidadosos (viver em um ambiente de escassez gera um senso de cuidado maior com o que se tem?), mas, por exemplo, se a gente quebrasse uma coisa, papai dizia calmamente: ‘a gente vai fazer assim, filha, apanhar os cacos, cuidado para não cortar os pés e, da próxima vez, tem que ter mais cuidado’ (encarar os incidentes como uma oportunidade de reflexão sobre o cuidado que se destina aos recursos). [...] Lá em casa, nunca foi assim, nunca foi de ameaça: ‘você tem que fazer isso porque senão...’. Nunca teve isso lá em casa, entendeu? Então, isso eu considero como uma coisa muito valiosa, porque eu acredito que uma pessoa que é criada sobre ameaça, ela acaba não tendo liberdade, né? (a sensação de liberdade pode ser obtida pela forma de comunicação). Então ela tem medo e tudo que ela decide na vida, o medo faz parte, entende (experiências negativas com figuras de autoridade fazem com que as decisões sejam tomadas com base no medo). Claro que todo mundo tem os seus medos (o medo, em alguma medida, faz parte das decisões tomadas), e, claro que ninguém tá livre pra fazer tudo o que quer (não existe liberdade plena nas escolhas), mas eu percebo isso na minha... na minha trajetória, como uma coisa muito importante, muito valiosa, entendeu? Que eu procuro replicar na minha vida, na forma como eu conduzo o meu negócio, como eu lido com meus funcionários, porque para mim foi muito valioso (a vivência familiar replicada no empreendimento). Então, assim, quando eu decidi empreender, mesmo que tenha começado pela minha necessidade, não foi o medo que me conduziu (o fato de empreender por necessidade não implica em conduzir suas ações pelo medo), foi a liberdade de fazer o que eu achava que devia e que queria (necessidade de liberdade de pensar, querer e fazer como fator motivador para empreender), mas claro que pensando dentro daquilo que eu queria, o que me dava minimamente uma segurança (liberdade, mas garantindo a mínima segurança). Pensando e buscando fazer com cuidado, mas, se desse errado, se quebrasse alguma coisa (risos) era só recolher os cacos, ter cuidado com os pés e reparar mais quando fosse fazer de novo” (incidentes como uma oportunidade de reflexão sobre o cuidado que se destina aos recursos) (vivência familiar replicada no empreendimento).

Trata-se de um processo cujo nascedouro não é prenhe do desejo por fazer algo inovador, diferente, o que, fazendo uso das classificações de Julien, somos

levados a classificá-los inicialmente como um “empreendedor de imitação, que não cria muito valor novo, mas é fortemente influenciado por essa criação” (Julien, 2010, posição 2107). E, desta forma, na continuidade, mudam psicologicamente quando dominam o medo do que ainda é obscuro e assumem a responsabilidade construindo redes, evoluindo seus saberes, desenvolvendo estratégias e aperfeiçoando o valor que os seus negócios oferecem.

Durante essa terceira fase, a prática empreendedora e a experiência advinda dela continuam sendo as principais formas de aprender, mas ampliam a sua percepção quanto ao que é visto como prática empreendedora. O papel de empreendedor atravessa os muros dos seus negócios ou os amplia e incluem a formação de novos empreendedores a partir do compartilhamento de suas experiências, com erros, acertos e atalhos, num processo de articulação do empreendedorismo em favor de um desenvolvimento sócio-territorial, envolto por um sentimento de pertencimento junto à cultura local e sua concepção de desenvolvimento baseado no trabalho e na fé.

Isso converge para a compreensão que Tschá e Cruz Neto (2014, p. 70) têm do empreendedor como um “agente transformador de realidades” que, ao reconhecerem e assumirem seu poder de transformação se esforçam para contribuir com a mudança das pessoas e do meio e até para a solução de problemas que atormentam a sociedade.

Excerto de Entrevista – SE 01

“Olha, a experiência que eu tive em 2021/2022, eu recebi um desafio do Instituto Rei de Mulheres Empreendedoras de atuar como voluntária do primeiro ‘Ela Pode’, que a gente fazia as capacitações nas comunidades e depois migrou para o online. [...] Depois, a Rede de Mulheres me convidou para ser mentora e aí eu achava que eu não sabia ser mentora, mas aí, quando eu entrei no voluntariado para dar mentoria, que no final dos três ciclos, eu tinha colocado sete mulheres das quais eu mentorei, que ganharam R\$ 10.000,00 cada uma para mudar os seus negócios e as suas vidas, o depoimento delas, a transformação que aconteceu na vida dessas mulheres, assim é essa transformação (pausa, emocionada). Então, assim, para mim, eu me descobri outra pessoa, uma capacidade que eu não achava que eu tinha. [...] E aí, o que é que eu percebi a partir disso? A minha percepção foi que, quando você tá presente, e você compartilha genuinamente daquilo que funcionou para você, pra que passe a funcionar para as outras pessoas, essa multiplicação funciona, transforma, é importante. É o que dá sentido, é também o que faz a gente querer continuar a ser empreendedora pra fazer a diferença direta ou indiretamente. E você não precisa inventar nada mirabolante, você precisa só ser você e ter a vontade de contribuir de fato. É como uma retribuição ao que eu consegui, tudo que esse lugar me ofereceu. [...] E eu olhei para minha própria história, e faz sentido. Aí, quando alguma instituição, como SEBRAE, por exemplo, chega e me diz: ‘Olha você vai para um evento de nível internacional e a gente vai mandar você para lá e você vai assistir o evento e você vai trazer para replicar isso para os líderes da Região do Cariri’, então, são essas pequenas validações que vão construindo o nosso senso de ser empreendedor. E é exatamente isso que faz olhar todos os dias para um negócio de 27 anos com olhar diferente, entendeu? Isso para mim faz um sentido que você não imagina. E são essas coisas que vão construindo o que a gente é, né? A vida, diariamente, faz esse convite..., diariamente. Porque, por

mais que você venha para cá todo dia..., todo dia o cenário é diferente, todo dia as pessoas, elas estão..., são pessoas diferentes, com um sentimento diferente. Então, nunca, por mais que você passe muito tempo, nada é igual.”

Posto que não existe previsibilidade absoluta, nem no sertão, tampouco na vida, nessa fase em que realizamos a pesquisa os empreendedores se depararam como uma pandemia de Covid-19, que naturalmente emergiu nos discursos associados a determinadas questões do empreendedorismo, e que apontam para a importância da estruturação que seus empreendimentos ganharam ao longo do tempo de formação deles como empreendedores, mas também do fortalecimento de uma demarcação identitária sertaneja e uma proatividade proveniente desta e muito bem vinda neste cenário inesperado.

Excerto de Entrevista – SE 08

“Na pandemia era todo mundo fechando e eu trabalhando dentro da loja, reformando ela nestes estilo de cafeteria para abrir depois. E todo mundo dizendo que eu era louco. Eu usei a minha experiência do trabalho da construção civil, que foi com que eu trabalhei quando fui pra o Rio de Janeiro, pra fazer alguma coisa no meu negócio. A gente aprende assim: confia em Deus e não cruza os braços. Não adiantava reclamar. [...] Eu vi que eu não era louco, que não sou louco, não... essa é a loja que a gente quer, sim... que a gente tá trabalhando para criar modelo de franquia.”

Excerto de Entrevista – SE 10

“Na pandemia a gente teve uma grande dificuldade. Os planos de crescer recuaram. Foram muitos problemas: logística, insumo, poder de compra do consumidor. Aí a gente focou no que dava alguma possibilidade, olhar pra o mercado mais próximo reduzindo o custo de logística. Também lançamos outras marcas, com produtos de menor preço, que graças a Deus, teve um bom desempenho nas gôndolas. Isso me deixa muito feliz e é sinal que a gente está no caminho certo. [...]

Na pandemia, meus colegas de mercado ligavam para mim, com essa pergunta: como é que a gente estava superando a pandemia? O ano começou bem difícil, mas eu mantive essa linha de pensar positivo. Foi assim que eu aprendi. O sertanejo, como dizem, é um forte, né? Mas eu digo que o Sertanejo é um esperançoso e, por isso, que é um forte. Eu perguntava para eles: ‘Você está bem? Com saúde? Com força de lutar? Então vamos para frente que vai dar certo’”.

Excerto de Entrevista – SE 06

“[...] nós estamos agora saindo da pandemia, que ela foi um momento muito dolorido, muito difícil, principalmente para o empreendedor, para o pequeno empreendedor, que, de repente, viu-se privado de exercer a sua atividade comercial. De repente, você fechou sua empresa e não teve como pagar as contas, tendo que pensar nos seus funcionários. E eu, dentro dessa pandemia, comecei a buscar maneiras de fazer diferente do que eu venho fazendo durante tantos anos, e que vinha dando certo. Mas é isso, vem a dificuldade e a gente não tem controle, não, mas tem que estar sempre pronto pra se mexer. Então, assim, eu comecei a olhar o entorno e ver o que meus colegas estavam fazendo e comecei a perceber que muita gente que se retraiu na pandemia... e eu fui buscar a maneira de fazer diferente, dentro da pandemia. Então, o que eu fiz: a primeira coisa que eu fiz foi adequar a minha loja para receber as pessoas com toda a segurança possível, já pensando que ia chegar a hora de abrir parcialmente, e aí fui vendo as normas e adequando tudo. Adequiei o espaço, mas não foi a reação, foi a ação, entendeu, por que eu já sabia que com a pandemia o cliente precisava ficar mais distante do vendedor e o vendedor mais distante do cliente, então, eu alarguei os balcões eu tirei muita coisa do centro da loja, para poder melhorar o

espaço de atendimento. Eu inseri uma série de produtos novos que os clientes começavam aqui a procurar, que tava faltando nas outras lojas. Eu fazia questão de perguntar para o cliente porque você tá procurando isso aqui, né? E comecei a inserir os produtos. E eu saí da pandemia no ano de 2020, eu fechei com 86% a mais de venda do que no ano de 2019.

Eu trabalhei bem a questão da entrega, pra melhorar e, assim, eu enxerguei dentro da dificuldade, uma possibilidade. Não era, por exemplo, característica desse nosso ramo o 'e-commerce' e o 'delivery'. E com a pandemia eu inseri os dois. O delivery, eu tinha uma moto, pra outras coisas da empresa, mas aí eu reverti pro delivery e comprei mais uma moto. E, no final, ao invés de me retrair, eu cresci. Dobrei o número de funcionários. E fiz isso antes dos meus concorrentes, reparando como era que as coisas estavam acontecendo e agindo. Pensei na facilidade do cliente escolher o que queria e melhorei a minha página do Instagram. E contratei um cara para fazer um layout da página pra o 'e-commerce', essas coisas. Era um risco? Era. Contratar quando a incerteza era grande, mas incerteza e risco a gente conhece bem desde a lida no sertão. É plantar sem saber se vai ter como colher. Então, eu botei na internet a lista de produtos. E hoje a gente vende pela internet, sem o cliente andar na loja. O mercado está numa grande evolução, então, assim você tem que estar antenado nessa modernidade, você não pode estar hoje, em 2022, e, às vezes, precisa de uma pandemia pra fazer a gente enxergar isso, mas que você esteja entre os primeiros a acordar.”

Excerto de Entrevista – SE 05

“Às vezes, a gente ficava meio para baixo, como foi a situação da pandemia. Você, surpreendido, e, de repente, não poder abrir o seu negócio. Às vezes, eu chegava na loja e as meninas atendendo um cliente na calçada, uma sensação tão triste, tão angustiante, porque não podia entrar dentro do estabelecimento. Realmente, foi... foram situações muito desafiadoras, mas sempre que a gente se lembrava. [...] é possível a gente superar os desafios, obstáculos, eu acho que esse foi o principal sentimento, assim, que nos impulsionou, fez a gente chegar onde a gente chegou, foi essa capacidade de superação, [...] eu acho que uma das coisas que a minha infância na roça trouxe de coisas boas, que eu trouxe para minha vida, foi essa persistência, sabe? Eu acho que eu trouxe isso desde muito cedo, de não desistir, de..., né?, perseverar, acreditar que eu tenho dentro de... um grande potencial que não pode ficar ali abafado e que eu posso contribuir com a sociedade, eu posso cumprir com a geração de emprego, eu posso contribuir com o crescimento das pessoas. [...]”

Excerto de Entrevista – SE 04

“[...] Rapaz, eu só fiquei triste com um negócio da pandemia foi ao ver o povo doente, aí foi difícil. Eu, graças a Deus, eu não adoeci desse troço, mas, dentro da minha fábrica todo mundo adoeceu. [...] Eu fechei uns dias, aí, depois, eu vi que... que fechado não ia dar certo. Tinha que trabalhar, né? Porque, como é que eu ia pagar o povo? [...] Numa situação difícil, por conta da pandemia, por conta do governo desastrado que tá sendo o do Brasil. [...] Aí começou a fechar a refinaria de... da Bahia, de Salvador, aí a gente passou a comprar importado, elevaram tanto o preço que a gente descapitalizou. [...] Aí eu tive que ir buscar a parafina, passei um ano e meio buscando parafina no Rio de Janeiro, no carro. [...] Mas eu não coloquei ninguém para fora e ainda comprei uma fábrica que quebrou... ainda que eu ou você trabalha com pé no chão, você quebra. [...] Trabalhar certinho e pagar seus funcionários direitinho, porque... não é porque você tá... tá em situação difícil que você vai tirar dinheiro do seu funcionário, né? Você tem sempre que pagar ele... tem, que é para ele poder trabalhar com gosto, né? Porque, se você tirar do salário dele, que nem muita gente faz, aí ele vai ficar desmotivado, né? Aí eu passei essa pandemia todinha pagando o mesmo salário que eu vinha pagando antes [...]”

Excerto de Entrevista – SE 01

“Acho que isso também tem muito a ver com essa vivência sertaneja. Tem que plantar e tem que colher e não se pode esperar à vontade, tem o tempo certo de fazer, então a gente precisa ter comprometimento. Então, por isso que eu sei que o meu nível de comprometimento, ele é muito alto. Por exemplo, aconteceu a pandemia. Aconteceu a pandemia, mas para mim a pandemia não justificava eu esmorecer, é uma coisa muito louca isso, e eu sei que isso também vem da base, porque ainda que tivesse seca, tinha que ter comida na mesa, não interessava se chovia, se não chovia, entendeu? O banho, ele tem que acontecer, nem que fosse com caneca d'água, mas tem que ter o banho antes de dormir, entende, então, eu penso que essas raízes, essa construção, ela

é, ela é, realmente, para toda vida. Então, não tem como você dissociar o empreendedor ou o empreendimento dessa história de vida, dessa raiz cultural. Se houver realmente uma estrutura empreendedora na pessoa, tudo tá muito ligado. Quando você olha para a pessoa, quando você olha para pessoa, você enxerga essa raiz.”

Excerto de Entrevista – SE 09

“Nós estamos no mundo digital, então, a máquina é um celular e a gente aprendeu muito com isso na pandemia. [...] Meu Deus, o que é que eu vou fazer se eu não sei vender na internet? Aí tem alguns amigos no Whatsapp, lá em São Paulo, e eu mandei mensagem dizendo ‘você têm muitos amigos e eu tenho, só tem mais vocês, né? Então, eu vou mandar fazer, tipo... um catálogo aqui, e mandar para vocês. Pra vocês oferecerem para alguns amigos aí, [...] e com isso eu consegui vender. [...] Eu tenho uma filha que faz bolo pra festa e aí ela disse um dia: ‘pai, tenta fazer sacola com impressões de xilo pra oferecer ao comércio local’. Ai eu fiz e, numa das entregas, vieram outras e outras coisas, como caixinhas rústicas pra encaixar ovos de páscoa, com impressão em xilo. Eu comecei a fazer sacola na pandemia. Vinha aqui e não podia trabalhar aqui porque era tudo fechado, né? Eu vinha sozinho, entrava aqui para dentro, trancava ela aqui e era meter o pau fazer.”

A aprendizagem do Sertanejo Empreendedor é experiencial e muito pautada no informal, na prática decorrente da observação e exploração, e na capacidade de interligar elementos pessoais aos aspectos de gestão, o que propicia a manutenção de alguns comportamentos e a substituição de outros (modificação de seus modelos comportamentais), concretizando suas visões e desenvolvendo sua inteligência empreendedora (modificação de seus modelos mentais) (Rupperthal; Cimadon, 2012).

Excerto de Entrevista – SE 06

“A gente, a gente vai mudando, é... aprimorando, mas, assim, tem a essência da gente, que essa permanece. Eu acho que não é do nada que a gente se torna empreendedor. Você não diz, ‘a partir de agora eu vou me tornar um empreendedor’, não, o empreendedor é um processo, você vai se moldando, sendo moldado, você vai se desenvolvendo, você vai dando para esse papel na sua vida novos horizontes, à medida que você vive, erra, aprende, acerta, se liga com sua essência, sabe? Então, assim, é um processo, mas, assim, eu acho que é preciso ter um sentimento de empreendedor dentro de você. Na verdade, nem que seja a necessidade de melhorar, de sobreviver, mas que isso se junte a um monte de coisa que a vida vai ensinado, da coragem à fé. Então, assim, eu sempre tive isso quando eu..., quando era jardineiro, eu já pensava, entendeu? Quando era varredor da loja, já pensava que a minha loja ia ser assim. Você educa os seus conhecimentos, melhora os seus conhecimentos para melhorar o seu estado de empreendedor, mas ele é nada se você não tem algumas inquietações, alguns comportamentos. Não se faz um curso e se vira empreendedor, não, mas é importante você fazer um curso para aperfeiçoar a metodologia que você usa pra gerenciar, pra alcançar o sucesso. Eu acho que um empreendedor é sempre empreendedor. E aí, eu falo assim dum sentimento, porque é o seguinte, você é tímido... você é medroso, você tem medo do desconhecido, você tem dificuldade de estruturar a mudança do seu amanhã, tudo isso não favorece você empreender, mas se tiver alguma coisa que lhe fortaleça, que dê coragem, perseverança, você supera algumas dificuldades e consegue empreender. O empreendedor que tem medo de chegar ao desconhecido, ele, assim... tem gente que..., olha, eu tenho um amigo que diz assim, ‘eu não vou botar um negócio, porque eu tenho medo de dar errado’. E quem é que não tem medo de dar errado? Todo mundo tem medo de dar errado. E o empreendedor não é um ser especial, não, ele também tem medo de dar errado, ainda mais se aquilo for sua aposta de vida, o que vai fazer você se sustentar. Até quem tem muito dinheiro tem medo. Hoje os grandes empreendedores, eles contratam uma empresa fazem uma pesquisa daquele mercado. Mas o pequeno empreendedor que não tem essa estrutura, ele tem

que sair desse medo dele com os meios que ele tem. E hoje tem um Sebrae que orienta, tem curso online gratuito, tem... hoje tem muita coisa que você pode fazer, mas é a gente que tem sentimento empreendedor, a vontade, a coragem de tentar mesmo com o medo. Buscar nas suas histórias, nos seus valores, o que faz você ir pra frente. O medo leva a gente a não aprender. Outra coisa que eu acho até que eu já disse, a gente recebe o que vem, mas é bom não se conformar, é diferente. Tem gente que acha que tá suficiente daquele jeito não por que tá bom, por que está satisfeito com a vida. Por que se tiver satisfeito, tá tudo certo. Mas tem gente que não vai além por medo ou preguiça, mesmo não estando bom.”

Com a empresa montada, estruturada e já vendo os benefícios desta estruturação, entendem também as contribuições que a educação formal pode trazer para o empreendimento. Essa educação é percebida na escolha de formação que alguns dos descendentes dos empreendedores fazem. Contudo, embora as contribuições formais sejam vistas como valiosas, os sertanejos empreendedores não abrem mão do valor de seus conhecimentos práticos.

Excerto de Entrevista – SE 10

“Agora, uma coisa é certa, a gente nunca vai parar de enfrentar dificuldade e aí não tem jeito, a gente precisa procurar aprender pra melhorar. Aprender na prática ou estudando, mas tá sempre aprendendo. Um exemplo foi a pandemia. Eu passei longe da empresa na pandemia, por conta da saúde, mas a gente enfrentou e aprendeu e o negócio andou. E uma das coisas que foi importante, foi que desde 2015 que a gente tem um sistema de gestão integral implantado, a empresa é certificada pela ISO 9001 e a gente tem feito tudo pra manter essa certificação porque são coisas que ajudam a gente a ter condições de gerir a empresa mais monitorada, acompanhada e buscando melhorar. Hoje a empresa tem tudo que dizem que uma empresa (tem que ter), muito pelas minhas filhas que estudaram pra isso e tudo passa por elas pra ouvir a opinião delas — e tem dado muito certo.”

Excerto de Entrevista – SE 04

“[...] eu coloquei meu filho na faculdade de Administração, aí os trabalhos que ele foi fazendo na faculdade e foi precisando de empresas para fazer, ele tá fazendo aqui. Uma vez juntou um grupo de alunos na faculdade dele para fazer um trabalho em equipe numa empresa e aí ele perguntou: ‘pode ser na do meu pai?’ E o professor disse podia e aí ele veio para cá com os amigos dele. Quando eles fizeram o trabalho todo, que chegou no professor, o professor disse: ‘diz para teu pai’... que tinha muita coisa sendo feita aqui que tava errada. Aí ele organizou, meu filho, por conta da faculdade, e a gente organizou tudo na segurança do trabalho, tudo equipado por conta da faculdade dele. Se não fosse a faculdade dele, ainda hoje eu tava perto dele sem saber de nada. Aí, quer dizer, que são coisas que vai acontecendo e é Deus que abençoa, né? É que vai iluminando tudo, vai mostrando o caminho, né? [...] Eu escuto todo mundo aqui a começar lá do abricante da vela. Que, às vezes, é assim: Quem tá lá na prática é quem sabe das coisas, né? Por exemplo, eu comecei a fabricar velas, eu foi quem comecei tudo isso aí, fui ensinando aos meus funcionários, né? Mas não sou só eu que tenho ideia das coisas, se for pra adiantar o trabalho melhor do que o que eu ensinei a ele, aí ele chega para... o melhor que você pode fazer é escutar. Eu troco ideias. [...]”

Também nessa fase, o sistema de relações da Teoria Visionária de Filion (1991) se apresenta consistentemente como elemento relevante e motivador nos

depoimentos colhidos. Ousamos dizer, com base nas tantas histórias que ouvimos, que no processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor o “outro” teve papel fundamental, haja vista a relevância da família como elemento importante para o impulso e manutenção do empreendedorismo, perpassando todas as fases, inclusive nesta última quando se pensa sobre a continuidade, ou não, do negócio quando chegar o momento do afastamento do empreendedor.

Todos esses aspectos que discorremos ao apresentarmos as diferentes fases do processo de empreendedorismo foi o que moldou esses Sertanejos Empreendedores. Contudo, concordamos mais uma vez com as ideias de Julien (2010), Geertz, (1989) e Berger e Luckman (2014), que nada nunca está dado *a priori*, além de sermos cientes da imensa heterogeneidade de vivências, sujeitos e empreendimentos. Ainda assim, entendemos que os elementos discutidos são variáveis importantes para que os sujeitos possam iniciar sua jornada empreendedora e manter-se nessas apesar das dificuldades.

Para Julien (2010, posição 2107) aqueles que ele chama de “empreendedores em potencial sofrem influências”, positivas ou negativas de três ordens: afetivas; simbólicas e sociológicas. A influência afetiva provém, sobretudo, da família e dos amigos, produzindo efeitos que causam nos indivíduos uma sensação de segurança ou insegurança, dependendo se essa influência ter sido positiva (gerando o encorajamento necessário para seguirem pelos caminhos que aprenderam com essa influência) ou negativa (dissuasão).

As influências simbólicas se dão pelas experiências de educação e trabalho e tudo que se relaciona a estas, ampliando o arcabouço de normas, crenças e modelos, o que pode positivamente ampliar a sensação de segurança do indivíduo quanto à assertividade e aos bons resultados advindos de suas ações, mas isso pode também culminar num certo conservadorismo (aspecto negativo) (Julien, 2010).

As influências sociológicas envolvem também a vivência de trabalho, além das experiências e das redes sociais do indivíduo e os aprendizados decorridos nestes três, capazes de ampliar o envolvimento e o enraizamento com o meio, o que pode ampliar os recursos para enfrentamento da realidade ou, do ponto de vista negativo, ser um obstáculo em potencial (Julien, 2010).

Ainda como elementos motivadores para a ação empreendedora, emergem a identificação com a atividade do empreendimento, além do senso de estarem

fazendo algo que ajuda outras pessoas, gerando empregos e contribuindo para a subsistência de outras famílias.

Apesar de um início profuso de ausências — de recursos, de experiências, de conhecimentos, de planejamento formal — eles encontraram dentro de si e pelo caminho o que foi necessário para os sustentarem como empreendedores. Ao serem solicitados a manifestar seus entendimentos pessoais sobre o que é importante na condução de seus negócios e a relação com a sua história de vida sertaneja, surgiram afirmações do tipo:

Excerto de Entrevista – SE 05

“[...] muitos amigos meu empreendedores vieram da roça, né? Das mãos calejadas, né?, que a minha vivência foi assim até na adolescência. Porque mesmo eu vindo estudar aqui no Crato, eu vim com 9 anos, eu sempre voltava para lá e trabalhei na roça, mesmo. Trabalhei, para você ter uma ideia, trabalhei plantando capim, trabalhei limpando o mato, trabalho..., ali carregando lenha trabalhei fazendo carvão, mas papai (voz embargada) uma das maiores características que o sertanejo traz para a vida dele é a resistência, sabe? Ele não se dobra facilmente, porque a lida do Sertão, a lida é muito dura, sabe? E aí o sertanejo tem aquela resistência, aquela capacidade de dar a tua a última gota de suor, né? Eu acho isso muito bonito, meu pai, ele foi muito trabalhador, ele trabalhou muito pesado mesmo, pesado, de noite carregando caminhão de farinha, às vezes, virava a madrugada naquela lida dele, e, assim, eu nunca vi meu pai reclamar de nada, era um homem muito forte [...] e eu acho que isso é fruto dessa resistência, dessa determinação, dessa ousadia mesmo (no sentido de enfrentar as coisas) que sertanejo traz consigo. [...] Mesmo aqui papai trabalhou muito duro para colocar o pão na mesa da gente, mas sempre dentro dessa perspectiva de homem resistente, homem que não se dobrava às coisas, afeito aos valores morais, por mais difícil que a sua vida fosse, ele nunca se vendeu, ele nunca trocou a sua dignidade por nada. Então, acho que é isso que nós sertanejos trazemos: essa carga extremamente positiva para este mundo em que a gente vive hoje. [...] No mais eu digo que conheça o seu negócio, estude seu negócio e se prepare... e tem que gostar de pessoas, fundamental, porque a gente se relaciona com muita gente... e a gente... e as pessoas são diferentes, você tem que ser uma pessoa que gosta de gente, gosta de se relacionar com pessoas, isso é... os conselhos básicos que eu daria, e, assim, os desafios vão sempre aparecer, seja qualquer área que você quiser empreender, seja o que você vai fazer na vida, vai ter dificuldade, é só encarar também um mal de cada vez com confiança e acreditando no potencial que tem dentro de você.”

Excerto de Entrevista – SE 06

“[...] mesmo eu precisando trabalhar pela minha necessidade, eu acho que eu me preparei para ser empreendedor. Tudo que eu vivi, todas as dificuldade, desde lá da infância, me fizeram chegar aqui, o G.P. que é dono do seu próprio negócio. Eu busquei isso, consciente ou não. [...] Eu entendo que uma das coisas mais importantes para você ter sucesso em qualquer coisa que você pretende levar adiante é o comprometimento, você tem que ser comprometido com aquilo que você faz [...]. Isso eu aprendi foi pelo exemplo, na infância vendo meus pais, cedo indo pra lida, porque se não fosse esse comprometimento, a gente tinha a sobrevivência prejudicada. E as dificuldades, a falta de chuva, não era desculpa pra não continuar trabalhando não. [...] Então, no meu modo de ver, ser um empreendedor é, acima de tudo, é você não se conformar com a situação que o destino preparou para você. Um empreendedor nascido na dificuldade, um Sertanejo Empreendedor, como você falou aí, que está atrás. Ele é por natureza, é um descumpridor do destino que a vida resolveu para ele. Então, se me perguntarem o que é ser um Sertanejo Empreendedor pra mim, é você ter a coragem de enfrentar as dificuldades, é você entender que você ser capaz de conseguir as coisas, é você entender que para conseguir as coisas não será fácil, mas você perseverar, você não desistir. [...] Então, o empreendedorismo é muito isso. [...] você tem o desejo, você persevera, [...] mas aí você diz: seu. G. eu conheço várias histórias de

gente que não entrega os pontos e que é um empreendedor, com todas essas características que eu falei aqui e que botou o negócio e deu errado. É porque não é fácil. Não é simples. Tem que ter coragem, fé, trabalho e não se frustrar e não desistir. Assim, um empreendedor, acima de tudo é uma pessoa que acredita, recebe o que vem, mas não se conforma com uma situação, entendeu? Por isso que eu acho que faz muito sentido essa história que você está falando sobre o Sertanejo Empreendedor, porque isso é a nossa vida desde muito cedo. A gente se prepara pra receber o que vem do céu, se não vem, a gente recebe, mas não se conforma. Mas a gente sabe o tamanho da gente e o tamanho de Deus, então a gente mostra que a nossa inconformação é plantando de novo, é acreditando, é resistindo. [...] É justamente isso. Bom, é o seguinte, eu... embora, eu tenha vindo para cá com 10 anos, mas o que é que é a base que eu tenho? O sertão me deu a base. O sertão me deu... o sertão, entende?"

Importante dizer que, apesar da experiência de empreendedorismo de mais de uma década (a maioria dos sujeitos com experiências superiores há duas décadas), esses empreendedores continuam sensíveis às suas limitações, apesar das habilidades que desenvolveram ao longo dos anos. A exemplo disso, temos a fala da entrevista SE 01 que, para nós, mostra que os benefícios advindos dos negócios, a confiança na experiência que ganharam também podem gerar situações que trazem frustração e desperdício de tempo e dinheiro, sendo o mais importante o aprendizado que isso trará se o empreendedor assim buscar ver.

Como resultado de todo o processo, todos os empreendimentos que fizeram parte desta pesquisa possuem, hoje, procedimentos gerenciais e ferramentas de apoio à gestão, sejam mais simples ou mais sofisticadas. Além disso, toda a jornada imprimiu nestes empreendedores o desejo de incremento contínuo de inovações em seus produtos, serviços e mercados.

No Quadro 3, ao final dessa seção, elencamos alguns estudos acadêmicos e aspectos que tratam o que conseguimos visualizar nas duas últimas fases do processo empreendedor do sertanejo.

Por fim, entendemos que o que costura as três fases do processo do Empreendedor Sertanejo é o sertão e as identidades que este molda e o que as memórias dele trazem aos sujeitos nas diferentes etapas dos empreendimentos, inclusive a abertura para as mudanças. A análise dos dados consubstanciada no esquema do processo empreendedor descrito e discutido até aqui nos levou a ratificar a escolha da categoria central da teoria substantiva que passamos a apresentar doravante.

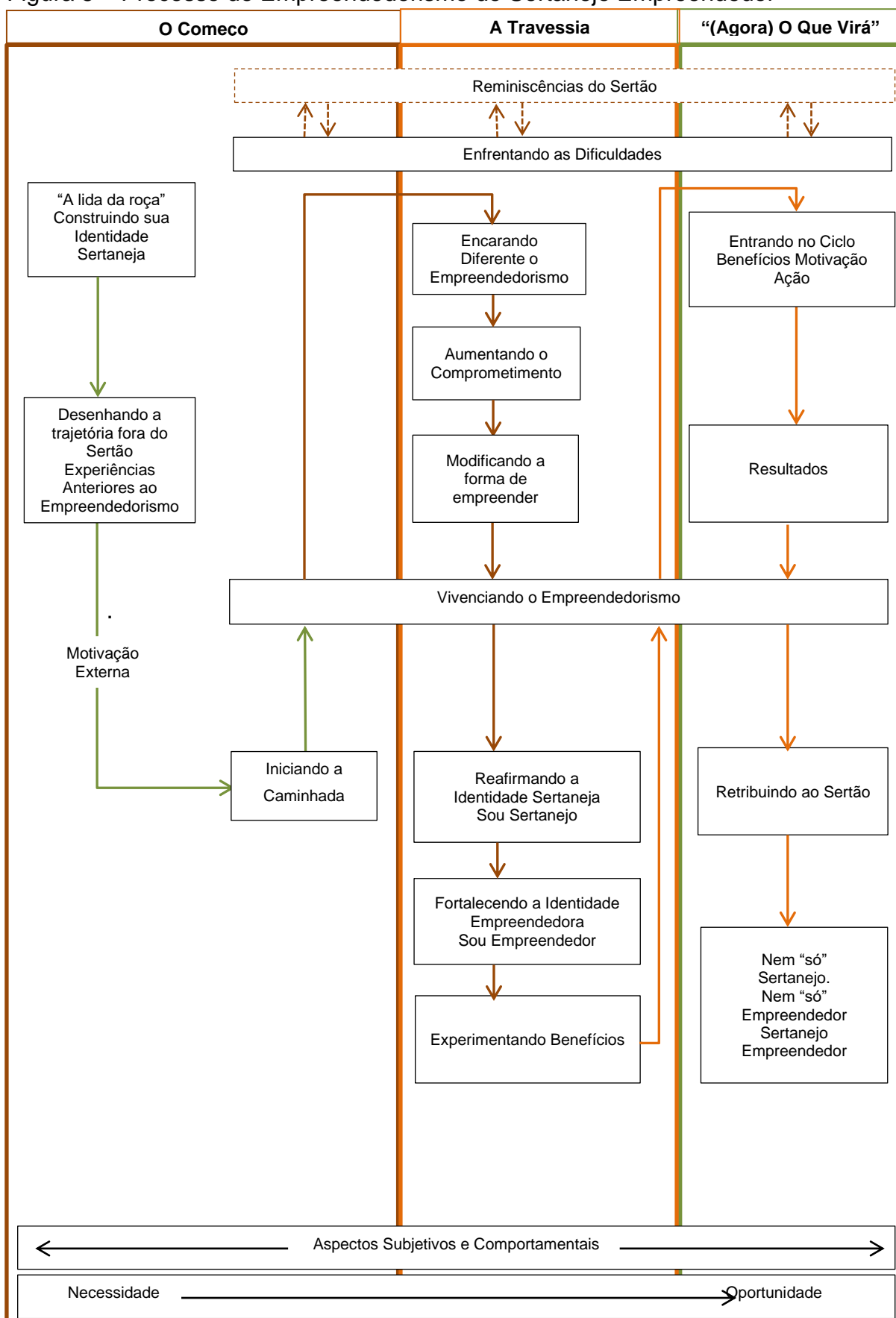
Quadro 3 – Síntese comparativa das fases intermediárias do processo do Sertanejo Empreendedor às teorias do empreendedorismo

Abordagens, Teorias e Modelos	Comparação dos Principais Aspectos com a Teoria Substativa
	Semelhanças
Teoria Visionária (Filion, 1991)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Relevância do sistema de relações primárias e secundárias, do <i>Weltanschauung</i>, da liderança e energia para o processo empreendedor; 2. Existência formal de Visões Complementares norteando processos gerenciais; 3. Desenvolvimento da empresa ocorre em função do empreendedor e da sua capacidade de organização e enfrentamento de obstáculos; 4. Redefinição das redes de relações a partir do aumento de visão empreendedora.
Modelo do Processo do Empreendedor por Necessidade (Ruppenthal; Cimadon, 2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificação de oportunidades como elemento de motivação para a ação empreendedora; 2. A percepção que estes têm de si, do empreendimento e do mundo, contribuindo para a manutenção do empreendimento; 3. Aprendizagem informal na prática da observação e exploração; 4. Desenvolvimento da Inteligência Empreendedora;
(Berger e Luckman, 2014; Geertz, 1989)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Construção primária como norteadora.
Abordagem Comportamental	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comportamento empreendedor a partir de alguns traços característicos.
Abordagem Economicista	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificação de oportunidades e inovação aparece na última fase do processo.
Tschá e Cruz (2014)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empreendedor como agente transformador da realidade.
Giddens (1988)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Processo de reflexibilidade.
Empreendedorismo Regional (Julien, 2010)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aproveitamento das oportunidades ligada a capacidade de atenção e vigilância; 2. Empreendedorismo como um evento coletivo; 3. Reflexibilidade; 4. Reconhecimento da sorte (milagre) de forma humilde; 5. Renovação do espírito de iniciativa; 6. Manutenção do espírito empreendedor sustentado pela experiência e apoio de pessoas mais próximas.

Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Apresentamos a seguir o desenho do esquema do processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor, conforme a Figura 5, que foi desenhado a partir dos dados que emergiram do campo. Cabe dizer que o processo foi esquematizado sem que recorressemos à literatura.

Figura 5 – Processo de Empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2024)

Ao fazer o caminho em direção a literatura para então analisarmos alguns aspectos deste processo à luz da teoria sobre empreendedorismo, percebemos convergências entre o processo do Sertanejo Empreendedor e os modelos de Filion (1991) e Ruppenthal e Cimadon (2012).

Nas seções seguintes nos ocupamos de contruir a teorização substantiva acerca do Sertanejo Empreendedor e seu processo de empreendedorismo.

5.3 Sertão: a força que nunca seca

A construção desta tese se baseou, prioritariamente, na perspectiva construtivista e interpretativa charmaziana da Teoria Fundamentada em Dados. Essa perspectiva considera como pilares a congruência e consistência da teoria substantiva com o contexto. Também foram base do trabalho a interpretação reflexiva da pesquisadora e a relação de co-construção dela e os sujeitos pesquisados (Charmaz, 2009).

Contudo, diante de nossa inexperiência com a metodologia e desacreditando de nossa capacidade de interpretação reflexiva, decidimos associar esta perspectiva à de Strauss e Corbin (2008), pós-positivista, que fornecem uma estruturação mais sistemática da construção da teoria substantiva que deveria emergir dos dados. Apesar dessa associação de perspectivas, não tínhamos a pretensão de ter, ao final do trabalho, um modelo que permitisse generalizações, que é tão importante na perspectiva straussiana. Diante desta escolha, para a apresentação dos dados com sua análise e discussão da teoria, optamos por dividi-la em duas partes.

A primeira parte, que apresentamos na seção anterior, foi elaborada com base em uma análise horizontal buscando apresentar uma perspectiva do processo do Sertanejo Empreendedor e não de cada um dos empreendedores entrevistados. Contudo, diante da riqueza que visualizamos nas histórias individuais, procuramos uma forma de apresentar essas narrativas, evidenciando e preservando as características singulares dos sujeitos entrevistados. Essa ideia surgiu a partir das leituras acerca de metodologias qualitativas de análise, como a Análise de Conteúdo (Bardin, 1977), Análise de Discurso (Orlandi, 2015) e Análise e Descrição Densa (Geertz, 1989).

Para Bardin (1977) entrevistas não-directivas ou com menor grau de directividade, como é o caso das narrativas de histórias de vida, geram falas

espontâneas que são orquestradas, em maior ou menor medida, pelas pessoas que viveram, sentiram e pensaram sobre aquilo que estavam sendo instigadas a falar, o que inevitavelmente traz uma carga de subjetividade pela presença dos valores, representações, emoções, cognição, afetividade e até o inconsciente aflorado (Bardin, 1977, p. 89).

Assim sendo, analisar o conteúdo destas entrevistas “com grelha [clássica] de análise categorial, privilegiando a repetição de frequência de temas com todas as entrevistas juntas” promoverá uma redução que “deixará na sombra parte da riqueza de informações específicas deste tipo de investigação”, para o que Bardin (1977, p. 91) recomenda não se desfazer da análise horizontal, mas completá-la decifrando as entrevistas de outras formas, associando-as a outros suportes.

Orlandi (2015, p. 16), por sua vez, considera que um texto não deve ser trabalhado apenas como ilustração ou documento de algo exemplificado, pois através da discursividade se concebe conhecimento a partir de sua “materialidade simbólica própria e significativa”. Desta forma, um discurso não é apenas transmissão de informação, mas é um processo de significação, de identificação do sujeito, de argumentação de subjetivação e de construção da realidade, tanto por parte de quem emite a fala, com da parte de quem a recebe (Orlandi, 2015, p. 19).

Encontramos na Análise e Descrição Densa, de Geertz (1989), essa possibilidade de “preservar a equação particular do indivíduo, enquanto se faz a síntese da totalidade dos dados verbais” (Bardin, 1977, p. 90) e apresentação da “materialidade simbólica própria e significativa”, da discursividade dos sujeitos da pesquisa (Orlandi, 2015, p. 16).

Assim fizemos na primeira parte, através da inclusão de excertos amplos com o intuito de possibilitar a quem lê a apreensão de pontos principais do processo empreendedor sem desprezar aspectos importantes de uma fala: a singularidade individual de quem comunica um fato de forma precisa e especial, deliberada, transmitindo uma mensagem de acordo com um código socialmente estabelecido (Geertz, 1989, p. 5).

A segunda parte, cuja discussão iniciamos aqui, foi construída também a partir de uma análise horizontal, mas privilegiando uma apresentação menos material do fenômeno do Sertanejo Empreendedor e seu processo de empreendedorismo. O objetivo é evidenciarmos o tratamento e a análise dos dados coletados de maneira exemplificativa, proporcionar uma ideia das sequências de

passos estruturados que a metodologia possui, quanto da possibilidade que ela oferece ao pesquisador para a construção do seu próprio caminho.

Todos os dados passaram por análise focalizada levando a identificação de aspectos conceituais da teoria substantiva esboçada em um modelo antes do retorno à revisão da literatura. O modelo finalizado que apresentamos, no entanto, já inclui alguns termos provenientes dessa revisão.

Pelo desejo de fazer desta tese um instrumento que incentive e auxilie na construção de trabalhos com base na metodologia da *Grounded Theory*, abro aqui um parêntese para dizer que agora que escrevo estes parágrafos introdutórios da última seção de resultados, fico me perguntando se não seria mais adequado transferi-los para o início do capítulo. Ainda assim, opto por deixá-los aqui mesmo, lembrando o que Strauss e Corbin (2008, p. 183) dizem sobre os fenômenos e os processos desenhados: “não acontecem tão graciosamente como um balé, nem são tão caóticas como um motim”, e, portanto, precisam ser apreciados pela lente da complexidade, das idas e vindas, da dinamicidade e da não progressividade e não linearidade.

Eis que acho, que isso também vale para a construção de uma tese nos moldes da *Grounded Theory*, que se faz entre ordem e desordem, continuidade e descontinuidade, retroações, provisoriedades e cuja dinamicidade do processo acaba se refletindo inclusive na forma como o relatório final de pesquisa é produzido e apresentado (Charmaz, 2009).

O objetivo desta pesquisa foi desenvolver uma teoria substantiva que contribuísse para a compreensão do processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor.

O início dessa busca foi motivado por alguns questionamentos: 1) existem características singulares nos Sertanejos Empreendedores e no processo de se tornarem e se manterem empreendedores? 2) De que maneira os empreendedores locais se tornam e permanecem empreendedores? 3) Quais os passos neste processo e como estes empreendedores o vivenciam? 4) Que histórias eles nos contam para revelar sua trajetória empreendedora e que ligação esta teria com sua identidade cultural? 5) São os aspectos culturais sertanejos condicionantes de seu processo de empreender? 6) A história de vida e sua vinculação com o sertão têm influencia nos antecedentes do comportamento empreendedor?

As respostas foram procuradas nas narrativas sobre a história de vida e a

história empreendedora dos sujeitos pesquisados. À medida que essas histórias iam sendo contadas, revelava-se a importância das questões que entendemos e nomeamos num primeiro momento como simbólicas/culturais e que após a comparação da teoria com a literatura sobre o empreendedorismo entendemos que ainda poderiam ser divididas em questões afetivas, sociológicas e psicológicas do processo de empreendedorismo destes sujeitos, possuindo vinculação com as simbólicas/culturais.

Essas considerações nos levaram a eleger a categoria central que denominamos como “Ser(tão): A Força Que Nunca Seca” — identidade cultural sertaneja e sua relação com o processo do empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor, culminando com a construção da teoria substantiva. Nas narrativas dos empreendedores, surge de forma relevante e recorrente, do início do processo de empreendedorismo até o estágio atual dos negócios, referências e vinculações do “ser empreendedor” e sua laboração empreendedora a este espaço e a identidade e as vivências que nele se moldaram. Todos os caminhos levaram ao sertão e aos significados atribuídos a este por parte dos Sertanejos Empreendedores.

Excerto de Entrevista – SE 01

“As pessoas tem uma visão incompleta do sertão. Não é só roçado. E tem uma visão ainda mais incompleta de nós sertanejos. Acho que hoje essa visão incompleta tem diminuído. Ser sertanejo é também um jeito de encarar a vida. O sertão é um espaço e não é a roça, não é só roça. É um jeito de ser. Mas eu acredito que é dessa necessidade da gente ser visto como igual, mas mantendo nossa essência, nossas diferenças, essa busca por isso é que faz a gente se sobressair.”

Trecho extraído do Diário de Campo produzido no processo de observação do SE02

A gente termina o percurso da fábrica [...]. Eu pergunto ao seu. A. B. se ele tem alguma coisa que ele ache importante falar que eu não perguntei [...] Ele termina dizendo assim “A senhora tá procurando o sertanejo, né? Pois eu vou dizer uma coisa, tudo aqui nesse sítio é pra eu matar a saudade que eu sinto do sertão. Os bodes, os cavalos, é tudo pra manter um pezinho lá no sertão. A gente sai do sertão, doutora, mas o sertão não sai da gente não. É de lá que a gente tira força diante das dificuldades, abaixo de Deus. [...] Eu venho é da roça braba e é de lá que eu tiro as minhas forças.

Buscamos olhar para as narrativas sempre dentro de uma postura reflexiva, tentando colher as significações das falas para assim chegarmos às compreensões que os sujeitos imputam tanto à figura do empreendedor, quanto à figura do sertanejo, e entendermos como estes se entrelaçam e se refletem no processo empreendedor.

Reforçamos que para a construção da teoria substantiva sobre o Sertanejo

Empreendedor e seu empreendedorismo, seguimos os princípios básicos de análise da *Grounded Theory*, nos referenciando tanto pelas ideias de Strauss e Corbin (2008) quanto às de Charmaz (2009).

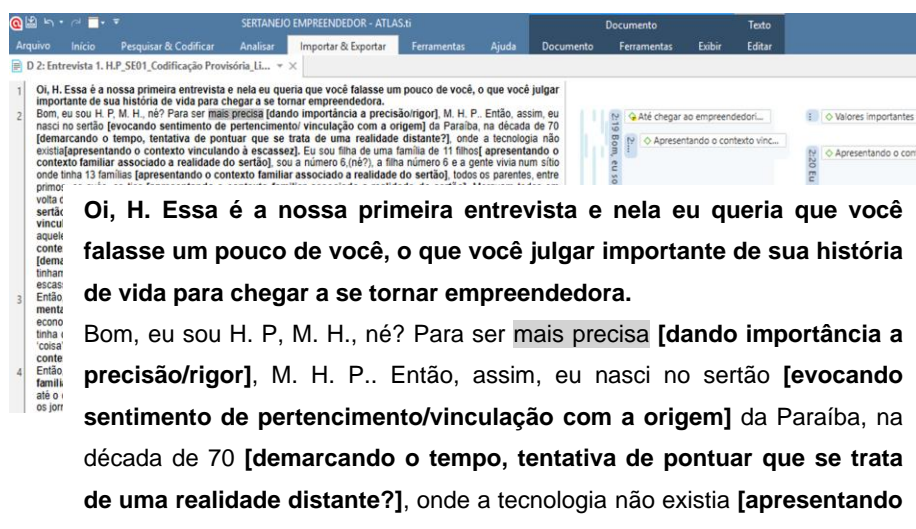
Desta forma, utilizamos, num primeiro momento, o processo de microanálise em todas as entrevistas, para nos certificarmos de que não desconsideraríamos ideias importantes para o resultado final da pesquisa. Os casos foram analisados de maneira específica, nesta etapa, como instrumento que “abre nossa mente ao leque de possíveis significados, propriedades, dimensões e relações inerentes a qualquer parte dos dados” (Strauss; Corbin, 2008, p. 92).

A microanálise para a geração de códigos se deu por meio da análise, linha a linha, o que tanto Strauss e Corbin (2008), quanto Charmaz (2009) consideram ser uma forma de forçar o pesquisador a analisar informações específicas que emergem dos dados, ainda que o pesquisador não consiga perceber, no primeiro momento, a ligação destas com o fenômeno estudado e as contribuições para a construção da teoria substantiva.

Além disso, “fazer a microanálise obriga o analista a **ouvir** cuidadosamente o que os entrevistados estão **dizendo** e como estão dizendo isso [...] forçando-nos a considerar explicações alternativas” e percebermos mais facilmente conceitos ou códigos *in vivo* que vão estimular mais ainda a análise (Strauss; Corbin, 2008, p. 73 [grifo do autor]).

Na escrita dos códigos provisórios, procuramos atender às considerações de Glaser e Strauss (1967) e Glaser (1978), que diz que estes devem ser compostos, sempre que possível, por verbos no gerúndio, pois, desta forma a detecção de processos é facilitada. Para exemplificar esta etapa da microanálise apresentamos, a seguir, trecho de entrevista com a codificação inicial da pesquisadora (Figura 6).

Figura 6 – Exemplicação do Processo de Microanálise



Fonte: Elaborado pela autora. (2024)

Para Charmaz (2009, p. 78) construir os códigos linha a linha amplia a possibilidade de o pesquisador apreender não apenas as ações do processo, mas a explicação e os significados implícitos nestas. Para que isso aconteça, na fase da coleta de dados, Charmaz (2009) diz caber ao pesquisador criar uma relação de afinidade e interação com o pesquisado de forma que este se envolva de maneira plena com a entrevista. Também cabe ao pesquisador conduzir o processo disposto a ir além das aparências do que é coletado.

Assim, Charmaz (2009, p. 47) orienta que o pesquisador:

Interrompa para explorar um determinado enunciado ou tópico. Solicite mais detalhes ou explicações. Questione o participante sobre as suas ideias, sentimentos e ações. Volte a um ponto anterior. Reformule uma ideia emitida pelo participante para checar a sua precisão. Reduza ou acelere o ritmo. Altere o tópico seguinte. Valide o participante conforme seu caráter de benevolência, perspectiva ou ação. Utilize as habilidades sociais e de observação para promover a discussão. Respeite o participante e manifeste estima pela sua participação.

Direcionar o processo de coleta de dados levando em conta tais orientações resultou na obtenção de alguns códigos provisórios e posterior alteração no roteiro de entrevista final (Apêndice C).

H. eu queria só voltar a um ponto aqui que você falou que empreender é solitário. Eu queria compreender melhor essa sua ideia, porque você falou também da importância das trocas, das pessoas, dos compartilhamentos, mas trouxe essa ideia de que empreender é solitário.

“Quando eu digo empreender é solitário **[associando o empreendedorismo como uma jornada solitária]** eu falo na hora da concepção da ideia e muito da responsabilidade que se tem para as coisas darem certo e se as coisas derem certo e se derem errado. [...] **[demarcando as responsabilidades do empreendedor]** Porque ninguém empreende só. Não tem como você empreender sozinho. **[ressaltando a importância do outro, das relações na jornada empreendedora]** **[contradizendo a associação do empreendedorismo como uma jornada solitária]** Você precisa de pessoas do seu lado, você precisa de pessoas para comprar sua ideia, **[ressaltando a importância do outro, das relações na jornada empreendedora]** **[contradizendo a associação do empreendedorismo como uma jornada solitária]** em primeiro lugar, né? Empreender é solitário **[associando o empreendedorismo como uma jornada solitária]** por que você quer fazer uma coisa e tem que se responsabilizar por isso. **[demarcando as responsabilidades do empreendedor]** Mas, às vezes, a gente precisa de validação. **[ressaltando a importância do outro, das relações na jornada empreendedora]**. [...] No meu caso, muitas vezes eu não tive isso. No início eu tive, **[necessidade de validação?]** até quem me fizesse a pergunta certa pra que eu começasse a empreender e continuasse até hoje **[ressaltando a importância do outro, das relações na jornada empreendedora]**, mas depois, não. Depois, por exemplo que eu me divorciei, que eu saí do casamento, **[destacando a importância das relações familiares]** eu tive que ter coragem **[caracterizando comportamentos assumidos na jornada empreendedora]** pra andar com as minhas pernas sem muito da validação que eu tinha.” **[associando o empreendedorismo como uma jornada solitária]**.

Trecho extraído do Diário de Campo produzido no processo de observação do SE 02

Seu A. puxa a cadeira de balanço pra eu sentar e coloca virada pra o terreiro que dá vista pra o espaço onde se criam bodes e um espaço que parece ser uma horta. Sentado na outra cadeira, diz assim: “A doutora pode perguntar que eu estou a seu dispor” e se volta a olhar para o terreiro, coisa que ele faz algumas vezes durante a entrevista, entre uma pausa e outra, como quem conta a história da sua vida e a vive outra vez. [...] Puxo conversa. Pergunto se ele costuma ficar naquele alpendre olhando o terreiro. E ele diz que vez por outra gosta de ficar lá só olhando pra o tempo, nesse movimento de olhar pra tudo e ficar pensando o que ele fez pra Deus pra merecer tudo aquilo. A entrevista continua [...].

Esta etapa nos possibilitou a atribuição de códigos para cada nova ideia que emergia dos dados e, posteriormente, dada a sequência do processo de codificação, aqueles que apresentaram similaridade ou algum tipo de relação foram agrupados e desenvolvidos pelo método de comparação constante, transformando-se em categorias e nos conceitos acerca do fenômeno. As relações feitas entre as categorias nos levaram à definição da categoria central.

O momento de categorização é, sem dúvida, um dos mais difíceis, pois, é com ela que descobrimos a relevância dos códigos que emanaram das narrativas dos atores da pesquisa. Isso nos impõe a decisão de escolher, é um trabalho de eleição dos dados codificados. E embora entendamos o valor da recorrência, no apontamento do que pode ser relevante, procuramos não nos apegar somente à essa lógica, considerando as discussões que Charmaz (2009) apresenta em seu

trabalho quanto ao processo de codificação e categorização dos dados.

Com base nesse entendimento, seguimos reduzindo, reagrupando as categorias, organizando os relacionamentos destas categorias entre si e com o fenômeno do Sertanejo Empreendedor. Contudo, lembrando os dizeres de Riobaldo em *Grande Sertão: Veredas*, “enfim, cada um, o que quer aprova, o senhor sabe: pão ou pães é questão de opiniões...” (Rosa, 2009, p. 13) estas foram as diretrizes que escolhemos, sabendo que a mudança delas numa outra lógica poderia trazer outras categorias e reflexões com base nos mesmos dados.

Para encontrarmos esta categoria — além das codificações e das análises dos dados coletados em entrevistas — lançamos mão dos registros feitos em notas de Diário de Campo. Registramos nas notas de campo, desde a descrição dos empreendimentos, até alguns acontecimentos e conversas que se deram fora da formalidade da aplicação da entrevista.

Nesse sentido, entendemos que, para a construção de uma teoria substantiva com base numa abordagem construtivista e interpretativa, as observações feitas nestes diários são e foram bem importantes. Essas notas abrigam aspectos importantes da pesquisa e ampliam a sensibilidade analítica do pesquisador. A seguir, apresentamos um diário de campo, exemplificando como se deu o processo de registro de notas, a observação e os ganhos provindos destas.

Diário de Campo | nº 2 (27.11.21) | SE02

Hoje a minha entrevista foi com o Seu A. B. da P. K. P. [...] A entrevista foi na fábrica, que [...] fica praticamente isolada, [...] num local de onde a gente consegue ver o Horto e a Estátua do Padre Cícero, que inclusive está estampado bem grande no muro da fábrica acompanhado de uma frase com letras bem visíveis, que diz: “Trabalho sim, inveja não”. Isso me faz lembrar daquela velha frase do Padim, que todo cariense conhece bem: Em cada casa uma oficina e um oratório. Trabalho e fé. O santo da casa (Padre Cícero), então, é que nos recebeu na fábrica. Assim que os portões da fábrica se abrem, eu vejo uma casa de alpendre e umas cadeirinhas de macarrão, típicas aqui da Região. [...] Tudo ali parece paisagem de interior. [...] Cheguei perto do Seu A. B. [...] Ele um senhor franzino, cabelos grisalhos, arrumado como quem acabou de pentear, vestido com uma calça de tecido e uma blusa de botão, uma chinela daquelas de couro que a gente encontra aqui pelas ruas do centro de Juazeiro [...] A primeira impressão que se tem quando se vê o seu A. B. é de uma pessoa austera, ele tem um semblante daqueles que a gente costuma chamar por estas bandas de “bruta”, mas é só a primeira impressão. Seu A. puxa a cadeira de balanço pra eu sentar e coloca virada pra o terreiro que dá vista pra o espaço onde se cria bodes e um espaço que parece ser uma horta. Sentado na outra cadeira, diz assim: “A doutora pode perguntar que eu estou a seu dispor” e se volta a olhar para o terreiro, coisa que ele faz algumas vezes durante a entrevista, entre uma pausa e outra, como quem conta a história da sua vida e a vive outra vez. [...] Puxo conversa. Pergunto se ele costuma ficar naquele alpendre olhando o terreiro. E ele diz que vez por outra gosta de ficar lá só olhando pra o tempo, nesse movimento de olhar pra tudo e ficar pensando o que ele fez pra Deus pra merecer tudo aquilo. A entrevista continua [...] O seu A. me chama pra ir dar uma volta e dar uma espiada na fábrica. [...] As instalações da fábrica ficam mais distantes da casa, o terreno é bem grande e a fábrica também, mas o que eu percebo é que a instalação é bem orgânica, uma construção que foi crescendo junto

com o negócio, mas sem muito planejamento. Ele mostra tudo com muito orgulho, faz questão de mostrar todos os detalhes e se percebe que eu não dei muita atenção pra algum espaço, ele me puxa pra ver. A construção não prima por uma estética que a gente, no senso comum, chamaria de moderna, mas a imagem que me vem à mente daquela estética com a qual a gente costuma se deparar nas casas mais simples aqui da Região, que às vezes tem um jardim na frente da casa plantado em lata de leite, mas que tá bem aguçado e com o terreiro da casa varrido. Tudo parece vir de muito esforço. Esforço pra construir tudo, ajustar para ficar adequado àquilo que é exigido nesse mercado de panificação. O seu B. mostrou tudo e a palavra que eu mais ouvi no passeio pela fábrica foi “isso aqui foi uma vitória”. Dos espaços da fábrica o que o seu B. me mostrou com mais empolgação foi a parte que eles montaram recentemente para produzir massas de pastel, que vem em pacotes e costumam ser vendidas em supermercado. Ele contou com alegria de menino, que quando viu aquilo no supermercado pensou assim “Se tem quem faça, eu posso fazer isso também”, e foi logo conversando com a filha e perguntando se ela achava que eles conseguiriam fazer aquilo pra ter mais um produto e “inovar”, para usar o termo que ele usou. [...] Depois, ele fez questão de mostrar a sala de reunião que eles construíram pra se reunirem com os funcionários e dar treinamento. A sala parece um auditório e é um espaço com certa sofisticação que destoa da simplicidade do todo, mas tudo tem o mesmo esmero. Nesse auditório tem uma foto bem grande colocada numa parede principal da sala. Perguntei ao seu B. quem era e ele me disse que era o seu G. B, que foi quem deu a ideia a ele de montar uma padaria, que faleceu há 3 anos, mas que foi quem “despertou ele pra aquilo” e que mudou a vida dele. Seu B. disse que fez questão de colocar a foto dele ali pra nunca esquecer quem lhe deu a mão. “Sem ele, não ia existir nada disso aqui”. A gente terminou o percurso, ele me levando pra área onde ele tem uma pequena plantação, e onde tem espaço para os capotes e para os cavalos, e voltou a falar sobre a fábrica. [...] Diz que hoje uma das filhas dele é quem leva o negócio junto com ele, diz que os outros escolheram estudar, e pra usar a expressão dele “tudim deu pra alguma coisa”, mas que tem essa filha que foi pra o lado dele de cuidar do negócio e que agora ela tá estudando “essas coisas pra administrar, pra entender melhor o negócio e tá melhorando as coisas.” Ele diz que tem umas coisas que ele não concorda muito, mas ela tem mais estudo que ele, então... e não completa a frase. Emenda noutra conversa, diz que é duro com os empregados, não admite moleza e nem desonestidade, porque honestidade é tudo que a gente tem na vida. Não tem coisa mais feia do que ser conhecido como desonesto e busca a minha confirmação, com aquele típico “né, não?”. [...] “Olha, a senhora acredita que eu faço questão de no final da semana o povo da fábrica levar umas coisinhas da fábrica pra casa, uns biscoito, uns pão, porque, às vezes, a gente não sabe, mas, às vezes, eles passam precisão e aí pode cair em tentação e fazer besteira. Fome, dificuldade é bicho difícil. Só sabe quem já passou.” A gente termina o percurso da fábrica [...]. Eu pergunto ao seu. A. B. se ele tem alguma coisa que ele ache importante falar que eu não perguntei [...]. Ele termina dizendo assim “A senhora tá procurando o sertanejo, né? Pois eu vou dizer uma coisa, tudo aqui nesse sítio é pra eu matar a saudade que eu sinto do sertão. Os bode os cavalo é tudo pra manter um pezinho lá no sertão. A gente sai do sertão, doutora, mas o sertão não sai da gente não. É de lá que a gente tira força diante das dificuldades, abaixo de Deus. [...] Eu venho é da roça braba e é de lá que eu tiro as minhas forças. Saio de lá com uma sacola na mão, cheia de pacotes de biscoitos, doces e salgados, [...] pão e, claro a massa de pastel que um dia o seu B. viu no supermercado e que agora concretizou o sonho de fabricar.

As notas no diário de campo também nos auxiliaram na elaboração dos memorandos iniciais. Foram elaborados ao todo 10 memorandos iniciais, um para cada sujeito entrevistado. No caso dos sujeitos que foram entrevistados, mais de uma vez as informações foram agrupadas em um único memorando. Os memorandos iniciais foram escritos com base na metodologia de escrita livre de 8 minutos, apresentadas por Charmaz (2009), o que serviu para exercitarmos as relações conceituais que deveriam ser feitas, posteriormente, nos memorandos avançados.

Os memorando avançados foram elaborados tanto para análises de algumas

categorias específicas como em textos descritivos do processo já pensando no aproveitamento destes para a escrita do relatório final. Ao total foram 04 memorandos avançados que deram base para o entendimento e aprimoramento da formação de uma estrutura teórica. Apresentamos nas páginas seguintes, 02 memorandos iniciais, elaborados em duas entrevistas feitas em sequência e 01 memorando avançado, para compreensão, não apenas das diferenças destes dois tipos de documentos dentro da *Grounded Theory*, mas também da construção da linha de pensamento da teoria substantiva apresentada ao final desta seção.

Ao revisarmos as transcrições iniciais, os diários de campo e os memorandos, percebemos que a categoria central encontrava-se presente desde o processo de codificação inicial, permanecendo na codificação focalizada e se apresentando com mais força no processo de categorização teórica. Além disso, a categoria revelou a capacidade de abranger um número maior de conceitos em torno de si.

Das entrevistas, ainda decorreu alguns códigos *in vivo* que, segundo Charmaz (2009, p. 84) “refletem significados condensados de uma expressão conhecida e revelam uma perspectiva nova de um indivíduo. Ao serem solicitados a falarem sobre sua compreensão sobre o empreendedorismo ou sobre o que é ser um empreendedor tivemos entre as respostas: “empreendedor é um sentimento” (SE06); “o empreendedorismo nasce dentro da gente” (SE05); “é um modo de ser” (SE10); “é uma energia movedora” (SE09); “empreendedorismo é ação e não discurso” (SE10), e; “empreender é percepção de que você pode transformar aquilo que parece nada em algo importante, dando sua contribuição para o mundo. [...] é força que transforma tudo” (SE01).

Definir o empreendedorismo como sentimento é algo que remete a sentir-se, a estados, condições e manifestações psicológicas. No que tange aos sentimentos, Cezar e Juca-Vasconcelos (2016, p. 7) diz que a psicologia entende que estes “são fenômenos [...] que possuem uma avaliação pessoal e uma tentativa de encaixe de um acontecimento específico em um esquema mais amplo das próprias experiências do sujeito. [...] envolvem compreensão e integração”, estímulo emocional e recuperação de significados associados a esse estímulo.

Reforçou-nos a ideia quanto à importância das questões simbólicas no processo do Sertanejo Empreendedor, na perspectiva dos próprios, tanto para definir quem são como para entender a maneira que iniciam e continuam seu processo.

Memorado Inicial | n° 01

[...], a entrevistada escolheu começar sua fala evocando sua origem sertaneja. [...] com muitas referências ao contexto sertanejo, com detalhes, inclusive de histórias que antecederam ao nascimento da entrevistada, mas que são contadas detalhadamente como detentoras de elementos importantes pra forma de ver, ser e fazer da empreendedora. Usa termos que falam da escassez do contexto adicionando o fator de incerteza. [...] impossibilidade de ter controle sobre todas as coisas na vida e no empreendimento e a forma como ela encara isso (está tudo bem, mas vamos ver o que eu posso fazer pra tentar controlar melhor, mudar o resultado) e vincula essa forma de pensar e se comportar com a postura típica do sertanejo no sertão, fazer o que pode, com aquilo que tem, tentar prever chuva, ter fé que alimenta a esperança de bom inverno e boa colheita, sem deixar de colocar a mão na massa. Não cruzar os braços. Trabalho e fé. O começo do negócio propriamente dito vem pela necessidade. Ela mesmo em uma parte posterior, [...] diz que [...] isso não significa que ela tivesse que se manter assim, sem buscar melhorar o negócio, aprender. [...] Disse que empreendeu pelo questionamento do futuro marido. Empreendeu em algo que tinha pouco conhecimento, mas que gostava. Tudo é muito improvisado, adaptado, no começo. A fala da entrevistada traz a escassez, o medo e a coragem como elementos importantes de aprendizado para quem ela é hoje, inclusive como empreendedora. Associa o sertão com um jeito de ser, uma forma de ver o mundo, não só um espaço, o que nos faz pensar na importância da identidade, da cultura, do meio para o empreendedorismo. A família é uma forte referência. Faz muitas referências ao que aprendeu com a família e que usa nos negócios [...]. Aspectos sobre a questão do conhecimento para além da educação formal foram tratadas. O avô era visto como o intelectual e o professor, mesmo com pouco estudo, mas com esforço para se manter informado. Ao falar do avô, traz muito a questão de como era visto, como era considerado pelos outros, assim também em relação ao pai. Lá na frente, [...] fala da necessidade de validação do outro. [...] Fala que empreender é solitário pela responsabilidade que tem em fazer dar certo. Interessante que ela diz responsabilidade de fazer dar certo, e de quando dá certo e quando dá errado. A responsabilidade de um empreendedor nunca pára. [...] Fica visível para mim é que as experiências anteriores afetaram o ingresso e a sua permanência enquanto empreendedora. [...] Isso me faz pensar sobre o quanto as experiências de trabalho são moldadas pela condição de educação formal e como estas se refletem na motivação pra empreender. [...] Repete-se muito a ideia de escassez, pobreza e deficiência, relacionando-as às características ambientais do sertão, mas logo direciona essa fala, que evoca pontos aparentemente negativos para o lado positivo da experiência de privação, como se isso impulsionasse a busca de soluções, desenvolvesse um senso de gratidão e valorização daquilo que conquistou e reforçasse sua identidade sertaneja de coragem. A coragem [...], na fala, parece que o sertanejo se torna mais corajoso pela ausência de muitos recursos para enfrentar as dificuldades, e esse “ser mais corajoso” pelas dificuldades enfrentadas o leva a “ser mais forte” para enfrentar outras dificuldades e até dificuldades maiores, isso desde muito cedo [...]. Dificuldades enfrentadas seria uma categoria da qual a escassez faz parte? Coragem seria outra categoria vinculada à dificuldade. [...] Sertão é uma fonte de coragem e força? E por viverem desde pequenos lutando, o empreendedorismo por necessidade e sem condições ideais não assuta? [...] A entrevistada compara a sua situação enquanto empreendedora com aspectos relacionados à vida do sertão. Luta, resiliência e conformação [...]. Aceitação das coisas que não se pode controlar [...] ter resiliência pra continuar [...], (re)começar todo o processo se preciso for até dar certo. Uma coisa a que preciso me atentar, também, é a ideia de conformação. Ela aparece, mas é sempre seguida de algo que mostra que não é tão conformada assim. Tem algo de inconformismo, tanto que buscou estudar e sair do sertão em busca de melhoria. Outra coisa é a resiliência. As dificuldades que eles (a família) passam na história da H. P. não os fazem voltar para o mesmo ponto de antes, eles aprendem, eles mudam. [...]

Memorado Inicial | n° 02

Memorando elaborado usando a técnica de Charmaz (2009) de Escrita Livre por 8 minutos

O cenário em que foi feita a entrevista de hoje me fez pensar em um código (ou seria uma categoria): Reminiscências do Sertão. O local onde fizemos a entrevista estava repleta de coisas que remetiam à estética do sertão. O entrevistado fez algumas afirmações quanto a isso. Faz isso pra matar a saudade. Afirmou que a gente sai do sertão, mas o sertão não sai da gente. Disse que os elementos do sertão que permeiam aquele espaço, lembram-no de um tempo difícil, mas que ele estava com a família em união. Será que a categoria é “O Sertão é Dentro da Gente” e as

“Reminiscências do Sertão” é uma subcategoria? Será que eu estou fazendo isso certo?

Quando o Seu B. disse que faz aquilo para matar a saudade, eu acho que ele diz a verdade, mas eu penso também que todo aquele cenário também é uma forma de reafirmar sua identidade sertaneja, aquilo que o fortalece. Parece que o sertanejo, vindo da roça, de tantos revezes e lutas, assume a ideia de que precisa ser forte e resiliente, não tem outra saída e carrega isso pela vida por todo o lugar, inclusive quando deixa de ser aquele que se “fez homem sem ser criança”, a partir da lida da roça. E parece que tudo aquilo é motivo de orgulho, é o cenário que os funcionários veem, por onde passam quando eles chegam para mais um dia de trabalho. O local tem espaço para abrir outro caminho de acesso, mas eles entram por uma entrada que é a entrada da casa onde o S. B. mora com a esposa. Será também um jeito de dizer que a gente precisa sempre se lembrar de quem a gente é pra não se perder, ou melhor, do que faz a gente ser o que a gente é, daquilo que importa, das nossas raízes, do que valorizamos, da família, da simplicidade, das dificuldades vencidas, da esperança em dias melhores, que até podem demorar, mas que chegam e que podem até vir na forma de fábrica de pão? Eu acho que essa lembrança do sertão que ele colocou naquele espaço que é casa e ofício (bem nos moldes da concepção de desenvolvimento do Padre Cícero) é que nem uma cacimba cheia d’água depois que chove, é de onde ele mata a sede pra seguir. Um sertanejo que sai da roça, com pouco estudo e se torna empreendedor. Um empreendedor que até aqui não se aproxima daqueles casos que a gente estuda no tempo da faculdade.

Depois dessas duas entrevistas e das observações do campo, o que eu penso que seja o fio que une os dois casos é a vontade de dar um novo significado pra escassez, pra dificuldade e a possibilidade de empreender parece que é a chave que eles decidem virar pra ressignificar a experiência de falta, da privação que eles tiveram. E quando falta força, ou quando o desafio é um pouco maior, eles buscam nas memórias do sertão de peleja, de resiliência, de fé, de união, a força que eles precisam pra continuar mantendo essa chave funcionando. A memória do sertão é a fonte da força deles? Uma fonte que nunca seca? Será isso? [...] No S. B. tudo se aproximava da paisagem do sertão, mas no caso da H., por ser um salão, a estética é outra. Mas lá também tem elementos que lembram o sertão. Algo que me despertou nessa conversa com o seu B. é procurar entender melhor qual a visão que as pessoas que empreendem com pouco estudo, sem formação específica para isso, têm sobre o estudo, a aprendizagem, o processo de educação formal. Ele me chamou de doutora duas vezes, uma postura que parece remeter a ideia de superioridade de quem estuda? O que ele falou sobre os filhos que estudaram e a filha que foi pra o lado dele, que cuida dos negócios, reforça esse meu pensamento. Acho que é um ponto que merece ser questionado. Embora veja o valor da formação da filha que estudou pra gerenciar o negócio do pai junto com ele, não considera isso mais importante que a sua intuição, o seu jeito de ver, quando diz que discorda de algumas coisas. Principalmente considerando as observações da entrevista da H. P. no memorando anterior.

Outra coisa que me chamou atenção, foi o uso que ele fez da palavra inovar (que não apareceu na entrevista anterior). Inovar parece ser algo que ele compara à empresa dele em relação à própria empresa dele. Se ele faz algo que não fazia antes, isso é inovar. Não se trata dele ficar absorto ao que o mercado pede. [...] O sertanejo esperto do Euclides da Cunha. [...] Tanto ele está atento que ele falou que a ideia de deixar de ser dono de padarias para ter uma Indústria de Panificação vem justamente da observação, do olhar atento, “reparar nos carros que vinham de fábricas de fora fazerem entregas de produtos de panificação aqui. Sinal de que o mercado é bom”. Algo interessante que preciso observar se também aparece nas outras entrevistas é a ideia do “eu posso” que tanto ele quanto a H. P. falaram. Essa é a ideia: Se outros podem, eu também posso. Será que isso diz alguma coisa do Sertanejo Empreendedor?

Na entrevista de hoje o seu A. B. falou algo que remeteu à ideia de que só sabe quem passa e isso me remeteu a fala da empreendedora anterior a H. P. que ela disse que sabe o valor de cada gota d’água quem precisa andar léguas carregando uma lata pra ter direito à água. Valorização do que se tem a partir da falta que viveu. Uma espécie de empatia que surge.

Assim como a entrevista da H. P. **ele começa a contar a história de empreendedorismo dele lá no tempo da roça**, como se soubesse, mesmo que inconsciente do valor de sua história, sua identidade para a formação dele como empreendedor. [...]. Assim como a H. P., aqui também tem na história que leva a empreender a figura de alguém externo que questiona, incita o sujeito a pensar em empreender. Interessante que nenhum dos dois que incitaram eram empreendedores, [...] como a H. P. mostra a importância da família e das relações pra despertar para o empreendedorismo. [...].

Memorado Avançado | nº 02

Escassez

A palavra *escassez* aparece nos discursos dos sujeitos com muita força. Vinculam suas experiências no contexto do sertão. A falta foi o que os motivou a sair do sertão. Mas quando eles falam da falta, da *escassez*, vem sempre seguido de ressignificações. A *escassez* como forma de aprender, de se fortalecer, de valorizar o que se tem. A *escassez* que precisa ser encarada e superada, nem que seja pela fé, pela adaptação. Não é de *escassez* que eles falam, é de abundância de subjetividades que a *escassez* moldou. Isso leva a pensar na resiliência, na coragem, na criatividade e também na fé. A *escassez* moldou os caminhos até o empreendedorismo (restrição de escolha; forma de agir baseado nos significados que dão a esta; desigualdade e oportunidade). [...] A *Escassez* mobiliza a inconformação sertaneja (um Sertanejo Empreendedor, como você falou aí que está atrás. Ele é por natureza, é um descumpridor do destino que a vida resolveu para ele. Então, se me perguntarem o que é ser um sertanejo empreendedor, pra mim, é você ter a coragem de enfrentar as dificuldades, é você entender que você é capaz de conseguir as coisas, é você entender que para conseguir as coisas não será fácil, mas se você perseverar, você não desistir, SE06). [...].

O agrupamento dos códigos, subcategorias e categorias foi iniciado, a partir da terceira entrevista, assim que os conceitos começaram a surgir (Strauss; Corbin, 2008). A partir disso, concentramos esforços para deduzir e validar o esquema teórico do processo empreendedor do sertanejo, com base nos dados que foram coletados posteriormente. Com os novos dados, buscávamos verificar variações (semelhanças ou diferenças) que repercutissem nas categorias já existentes e na relação entre estas, além do surgimento de novos códigos e categorias com possibilidade de alterar o instrumento de entrevista, a observação e mesmo o esquema teórico pensado inicialmente, até atingirmos a saturação teórica (Strauss; Corbin, 2008). Com a emergência de códigos, categorias, códigos *in vivo* e da escolha da categoria central, lançamos proposições e esquematizamos a teoria substantiva acerca do Sertanejo Empreendedor.

Acreditamos que, embora tenhamos lançado mão da poesia para nomearmos nossa categoria central, ainda assim, estamos atendendo ao que Strauss e Corbin (2008, p. 146) consideram importante para a nomenclatura de uma categoria central, a saber: “[...] que o nome ou a frase usada para descrever a categoria central [...] possa ser usada para fazer pesquisa em outras áreas substanciais, levando ao desenvolvimento de uma teoria mais geral [...]”. E, ainda que a categoria central surja a partir do estudo das categorias nomeadas pelo pesquisador, este entende que, “embora cada categoria conte apenas uma parte da história, nenhuma delas captura a história inteira” (Strauss; Corbin, 2008, p. 148).

Cabe dizer que a definição da categoria central deste estudo aconteceu gradualmente, tendo sido pensada em outras categorias. Inicialmente, inferi que a

categoria central fosse o próprio “Sertanejo Empreendedor”, uma vez, que dessa forma, o fenômeno estudado estaria facilmente evidenciado e todas as demais categorias estariam “automaticamente” relacionadas a ela. Contudo, nem sempre a categoria central está explícita nos dados e nesse sentido foi muito útil o processo de validação com alguns dos sujeitos da pesquisa.

Durante a análise dos dados percebemos que os entrevistados evidenciavam, no seu processo de empreendedorismo e na sua maneira de ser empreendedor, relações com o contexto sertanejo e a identidade cultural que se molda a partir dela, que “permeia” os fatores verificados e analisados nos dados como a conxtento e suas influências, experiências de trabalho, educação formal, família, dentre outros.

Para esboçarmos a teoria substantiva buscando um resultado que estivesse alinhado a nossa escolha metodológica principal: a de Charmaz (2009). Contudo, procurando ampliar o alcance da teoria a outras formas de compreensão, também a desenhamos atendendo o formato narrativo de Strauss e Corbin (2008): A) condições levam ao B) fenômeno, que surge num C) contexto que leva a D) ações e depois a E) consequências.

Desta forma, pensamos em condições influenciadoras, contextuais, intervenientes, as estratégias e conseqüências do fenômeno do Sertanejo Empreendedor de forma a estabelecer espontaneamente uma estrutura conceitual que pudéssemos apresentar como um esquema de análise.

Quadro 4 - Modelos paradigmáticos da *Grounded Theory*

Modelo	Componente	Descrição
Strauss; Corbin (2008)	Fenômeno (B)	O fenômeno que e pretende explicar
	Contexto (C)	Onde o fenômeno acontece e condições contextuais que levam e possibilitam o desenvolvimento de estratégias
	Condições Causais (A)	Conjunto de Eventos que desencadeiam ou influenciam o desenvolvimento do fenômeno
	Condições Intervenientes (A)	Aspectos que interferem ou alteram o impacto e/ou o desenvolvimento do fenômeno.
	Estratégias (Ações) (D)	Ações e interações desenvolvidas
	Consequências (E)	Resultados atuais ou potenciais das ações identificadas no estudo.
Charmaz (2009)	Meu argumento aqui é	
	Meu raciocínio é	
	Sustento o argumento com a inclusão de	

Fonte: Adaptado de Strauss e Corbin (2008), Charmaz (2009) e Santos et al.(2018)

Para a associação das categorias e (subcategorias) explicativas, organizamos estas nas 03 fases do processo empreendedor (“O Começo”, “A Travessia”, “(Agora) e o que virá”), divisão que estabelecemos ainda na codificação inicial. Procuramos pensá-las em termos de condições, contextos, ações e consequências, identificando as variações, relacionando-as com as falas dos sujeitos e buscando as relações entre elas, primeiramente aquelas que se encontravam na mesma fase do processo e, em seguida, nas fases diferentes (Strauss; Corbin, 2008).

Cabe ressaltar que esta organização em fases do processo se deu por percebermos que, muito embora os participantes escolhessem aspectos diferentes a enfatizar do seu processo empreendedor, os relatos se assemelhavam quanto à evocação dos contextos biográficos (com ênfase no “ser sertanejo”, nas relações familiares, nas experiências de trabalho anteriores e no “ser empreendedor”) e as condições sociais e vivenciais (passadas e presentes).

Ao mesmo tempo em que essa estrutura facilitou a apreensão e demonstração das causas e condições do fenômeno, também se mostrou desafiadora: uma quantidade significativa de aspectos subjetivos que apareciam nas narrativas e que julgávamos importantes tendo que ser encaixadas ao longo de uma simples representação gráfica de um fluxo contínuo.

Para Bandeira-de-Mello e Cunha (2010) neste ponto, é importante que categorias e relações sejam validadas com os sujeitos da pesquisa, o que fizemos com dois dos sujeitos cujas entrevistas tiveram maior densidade (SE 01 e SE 04).

Sobre a validação dos participantes e sua importância duas coisas devem ser levadas em consideração: 1) o que o pesquisador observa nos dados com mais facilidade depende de suas perspectivas anteriores, um repertório de conceitos que comumente invocamos para entender os fenômenos e que poderíamos impor aos dados, e por isso a importância da validação das categorias pelos sujeitos; 2) é sujeito que, enquanto pesquisadores, apresentemos códigos, categorias que sejam diferentes daquelas que os sujeitos pesquisados consideram válidos, e neste caso cabe ao pesquisador analisar antes de deixá-las de lado, pois podem revelar significados ocultos. (Charmaz, 2009)

A perspectiva straussiana determina que após a codificação inicial seja realizada a codificação axial, o que resulta das categorias serem desenvolvidas e relacionadas às subcategorias, possibilitando a integração de conceitos. (STRAUSS; CORBIN, 2008). Embora a perspectiva construtivista não tenha a codificação axial

como uma etapa que precisa ser feita, em suas pesquisas Charmaz (2009) faz uso desta sem a formalidade de Strauss e Corbin (2008), com a definição obrigatória de propriedades e dimensões das subcategorias e categorias.

Neste sentido, ilustramos no Quadro 5 como fizemos a codificação axial e a integração teórica de uma das partes do processo do Sertanejo Empreendedor. Algumas das categorias e subcategorias apresentadas no referido quadro sofreram modificações à medida que novos dados iam sendo coletados até o processo de codificação seletiva (Strauss; Corbin, 2008) ou codificação teórica (Charmaz, 2009).

Quadro 5 — Exemplificação de codificação axial e integração.

Codificação Axial Começo do Processo Empreendedor (50 Cod; 09 Sub; 04 Cat.)	
Conceito Integrado: Composto por condições causais, interventoras e contextuais do fenômeno de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor. Evidencia as dificuldades e os modos de enfrentamento, o encadeamento de eventos e fatores que mobilizaram para o empreendedorismo por necessidade, inexperiência e adaptado pelos recursos disponíveis. Revela aspectos culturais, sociais, afetivos, comportamentais e simbólicos que modelam o ser empreendedor no início desta vivência do empreendedorismo que norteiam suas ações.	
Códigos Agrupados	Categorias Subcategorias
1. Nascendo e vivendo no Sertão (contexto de escassez, incerteza e, dificuldades). (a) 2. Origens familiares (numerosas, com poucos recursos materiais, pouca instrução formal e pais e avós ligados à lida do Sertão, sem ligação com o empreendedorismo) (a) 3. Iniciando a vida de trabalhador desde a infância na lida do Sertão (a) 4. Educação formal (limitada pelo difícil acesso) (c) 5. Vivendo em uma Região com forte influência do Catolicismo Popular (a) 6. Costumes, vivências e valores familiares, significados atribuídos (b) 7. Elementos culturais sertanejos, vivências no Sertão e significados (d) 8. Moldando a identidade sertaneja e o comportamento a partir da realidade do Sertão (fé, força, coragem, esperança, conformação - inconformação resiliência, adaptação, trabalho (esforço)) (d)	Categoria: Contexto e sua influência Subcategorias: a) Contexto suas dificuldades e possibilidades; (04) b) Contexto Familiar e seus aprendizados e influência; (01) c) Educação Formal (01) d) Cultura, Identidade e modo de enfrentamento da realidade. (02)
9. Migrando do Sertão em busca de melhores condições de vida. (e) 10. Deparando-se com outra realidade desafiadora: de se manter em cidades maiores e longe das origens (a) 11. Necessidade urgente de manutenção da vida (a) 12. Temendo a possibilidade de ter que retornar ao contexto de escassez (a) 13. Privilegiando o trabalho ao estudo formal para atendimento das necessidades básicas de sobrevivência. (c) 14. Recebendo apoio de sua rede de relações (g) 15. Recebendo apoio de sua família (b) 16. Sendo influenciado pela família para as experiências profissionais (b) 17. Experienciando diferentes tipos de trabalho, condicionados pelo nível de instrução formal. (f) 18. Vivendo experiência de trabalho não recompensadora (f) 19. Vivendo em uma Região com forte influência do Catolicismo Popular que estimula a criação de pequenos negócios (a) 20. Deparando-se com circunstâncias que os mobilizam para o empreendedorismo (e) 21. Sendo instigados por outros para o empreendedorismo (e) 22. Impulsividade dado o contexto (a) 23. Enfrentando as dificuldades lembrando e valorizando sua vivência sertaneja e o comportamento a partir da realidade do Sertão (fé, força, coragem, esperança, conformação, Inconformação, resiliência, trabalho (esforço), valorização do pouco, adaptação, criatividade, esperteza, honestidade) (d)	Categoria: Impulso ao Empreendedorismo Subcategorias: a) Contexto suas dificuldades e possibilidades; (05) b) Contexto Familiar e seus aprendizados e influência; (02) c) Educação Formal (01) d) Cultura, Identidade e modo de enfrentamento da realidade (01) . e) Eventos Mobilizadores; (03) f) Experiência Profissional; (02) g) Rede de Relações. (01)

Codificação Axial Começo do Processo Empreendedor (50 Cod; 09 Sub; 04 Cat.)	
Conceito Integrado: Composto por condições causais, interventoras e contextuais do fenômeno de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor. Evidencia as dificuldades e os modos de enfrentamento, o encadeamento de eventos e fatores que mobilizaram para o empreendedorismo por necessidade, inexperiente e adaptado pelos recursos disponíveis. Revela aspectos culturais, sociais, afetivos, comportamentais e simbólicos que modelam o ser empreendedor no início desta vivência do empreendedorismo que norteia suas ações.	
Códigos Agrupados	Categorias Subcategorias
<p>24. Família, seus valores, sua importância e influência. (b)</p> <p>25. Figuras de inspiração e importância. (g)</p> <p>26. Dando significado e importância as normas, crenças e modelos culturais (sertanejo) (d)</p> <p>27. Atribuindo significado as experiências vividas na realidade sertaneja (d)</p> <p>28. Vendo, sendo e agindo influenciado pelo Catolicismo Popular e a díade fé e trabalho (conformismo-incorformado) (a)</p> <p>29. Identidade Sertaneja influenciando experiências de trabalho na e fora da roça. (d)</p> <p>30. Aprendendo e sendo transformado a partir da educação formal. (c)</p> <p>31. Aprendendo e sendo transformado a partir da experiência de trabalho fora da roça. (f)</p> <p>32. Comportamento sertanejo (conformismo-inconformado, fé, trabalho, força, resiliência, esperança, coragem, honestidade, verdade empatia, humildade, criatividade, adaptação, esperteza, valorização do pouco, comprometimento, enfrentamento das dificuldades de maneira positiva, autodesvalorização, necessidade de validação, automotivação, medo). (d)</p> <p>33. Forma sertaneja de ser, fazer, comportar-se e ver as situações que são propícias ao “tornar-se empreendedor”. (d)</p>	<p>Categoria: O Ser (tão) Sertanejo</p> <p>Subcategorias: a) Contexto suas dificuldades e possibilidades; (01) b) Contexto Familiar e seus aprendizados e influência; (01) c) Educação formal (01) d) Cultura, identidade e modo de enfrentamento da realidade; (05) f) Experiência Profissional; (01) g) Rede de Relações. (01)</p>
<p>34. Necessidade urgente de manutenção da vida. (a)</p> <p>35. Temendo a possibilidade de ter que retornar ao contexto de escassez. (a)</p> <p>36. Tendo as escolhas de trabalho limitadas pela formação e/ou contexto. (a)</p> <p>37. Experiência de trabalho não recompensadores (diferentes aspectos). (f)</p> <p>38. Experiência de trabalho e sua importância para o processo empreendedor. (f)</p> <p>39. Sendo influenciado por sua rede familiar para o empreendedorismo (família de não empreendedores). (b)</p> <p>40. Vivendo em uma região com forte influência do Catolicismo Popular (fé e trabalho), cujo modelo de desenvolvimento se baseia nos pequenos negócios. (a)</p> <p>41. Iniciando o processo empreendedor por necessidade, com escassez de recursos de diversas ordens (financeiros, experiência, conhecimento, estrutura). (i)</p> <p>42. Dedicando-se parcialmente ao empreendedorismo. (i)</p> <p>43. Adaptando-se e empreendendo com os recursos que dispõe (materiais, psicológicos, afetivos, culturais e comportamentais). (i)</p> <p>44. Vivenciando as dificuldades do empreendedorismo por necessidade. (i)</p> <p>45. Aprendendo na prática com sua rede de relações (concorrentes, clientes, empreendedores, fornecedores, erros, acertos). (g)</p> <p>46. Forma empreendedora de ser, fazer, comportar-se e ver as situações influenciadas pela realidade vivenciada no Sertão. (d)</p> <p>47. Forma empreendedora de ser, fazer, comportar-se e ver as situações influenciadas pela realidade vivenciada com a família. (b)</p> <p>48. Rememorando e valorizando comportamento aprendido e aspectos identidade sertaneja na vivência do empreendedorismo. (h)</p> <p>49. Modos de enfrentamento das dificuldades e aproveitamento das possibilidades limitados e elaborados a partir de suas significações dos valores e aprendizados sertanejos, familiares e experiências de trabalho anteriores. (d)</p> <p>50. Percebendo necessidade de mudança para manutenção do negócio. (e)</p>	<p>Categoria: O Ser (tão) Empreendedor</p> <p>Subcategorias: a) Contexto, suas dificuldades e possibilidades; (04) b) Contexto familiar e seus aprendizados e influência; (02) d) Cultura, identidade e modo de enfrentamento da realidade; (02) e)ventos mobilizadores; (01) f) Experiência profissional; (02) g) Rede de relações; (01) h) Reminiscências do sertão (memória); (01) i) Identidade empreendedora. (04)</p>

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2024)

Para Bandeira-de-Melo e Cunha (2010), deve ser inserido no processo de codificação axial, o paradigma de codificação de forma a possibilitar e facilitar a identificação de interconexões entre códigos e categorias construídas. O paradigma

de codificação consiste no estabelecimento de que a categoria possa ser ou estar vinculada às condições (causais, intervenientes, e contextuais), à ação/interação ou à consequência, o que compõe o formato narrativo de teoria substantiva de Strauss e Corbin (2008).

Após a codificação axial, na vertente straussiana, a construção da teoria se dará através da codificação seletiva: processo analítico que resultará na vinculação das categorias em torno da categoria central. Para os autores dessa perspectiva, diferentes técnicas podem ser utilizadas para facilitar a análise, como a construção de diagramas que separem os conceitos e suas relações (Strauss; Corbin, 2008).

Neste estudo foram esboçados diagramas ao longo do processo de codificação, que resultaram em quatro figuras que entendemos como importantes para o entendimento da teoria substantiva sobre o fenômeno do Sertanejo Empreendedor e seu Processo de Empreendedorismo (Figuras 5, 7 e 8).

Desse modo, para a composição do modelo teórico resgatamos e distribuímos os códigos finais agrupados (108) gerados em dez categorias: 1) Sertão e sua influência; 2) Família e sua influência; 3) Formação Educacional; 4) Trajetórias de Trabalho; 5) Relações Significativas; 6) Condições Externas; 7) Aprendizagem Empreendedora; 8) Vivência Empreendedora; 9) O Ser(tão) Sertanejo, e ; 10) O Ser(tão) Empreendedor. Os códigos e categorias foram, por sua vez, agrupados de acordo com o paradigma de codificação: causal, interveniente, contextual, ação/resultados e consequências, que exemplificamos conforme apresentado no Quadro 6.

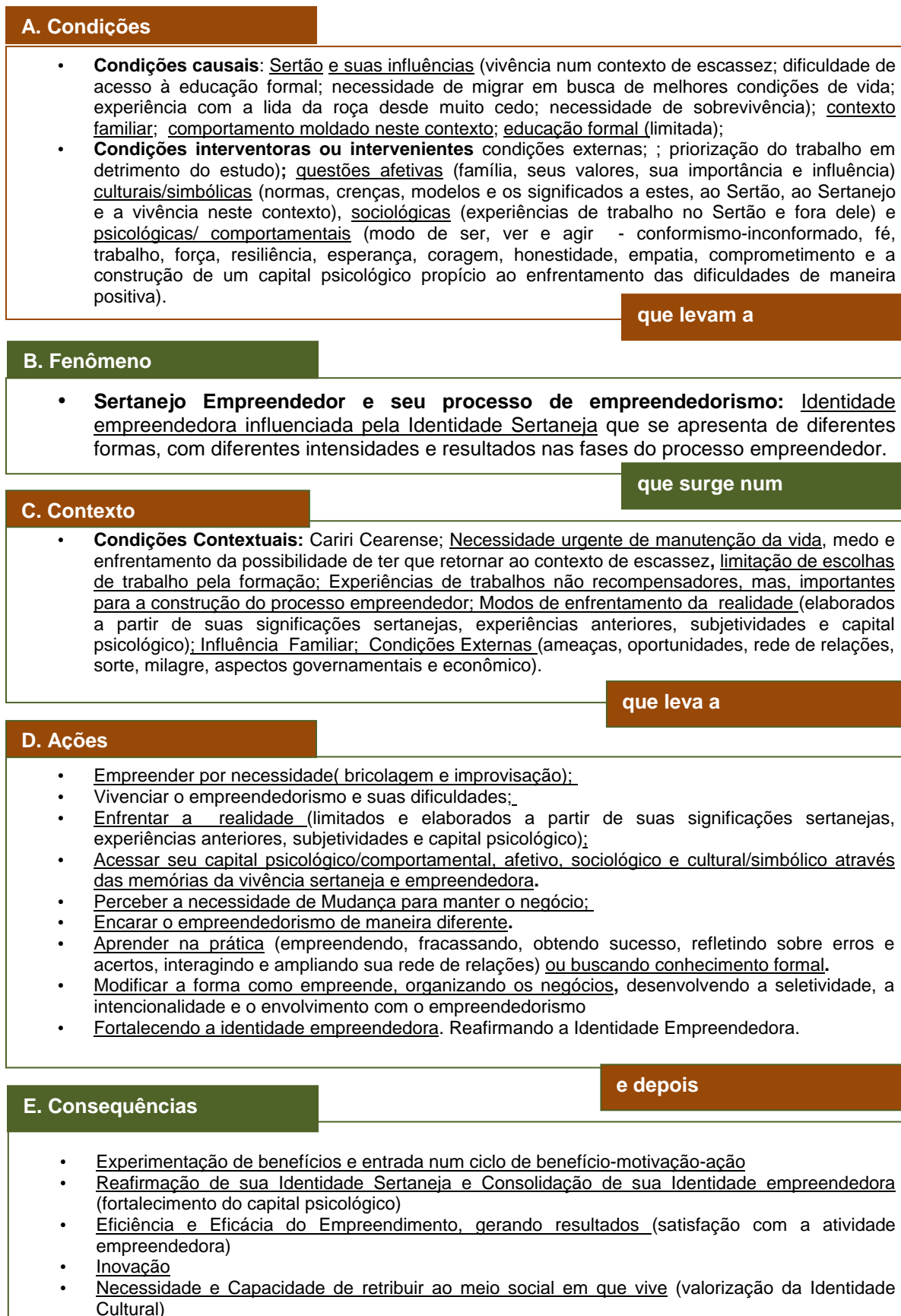
A partir desse ponto, nos empenhamos em traçar as relações existentes entre as categorias, mas não o fizemos nas bases straussianas que orientam a criar proposições como se fossem hipóteses. Apresentamos nas Figuras 7 e 8 dois esquemas teóricos gerados pela pesquisa que explicam o fenômeno do Sertanejo Empreendedor com base na perspectiva de Strauss e Corbin (2008).

Quadro 6 – Exemplificação da Codificação Seletiva da Teoria Substantiva do Sertanejo Empreendedor elaborado com base em Strauss e Corbin (2008)

Fenômeno: Sertanejo Empreendedor e seu Processo de Empreendedorismo	
Condições Causais: Conjunto de eventos ou circunstâncias que desencadeiam ou influenciam o desenvolvimento do fenômeno (no nível micro e macro).	
Sertão e Sua Influência O contexto adverso imprime no sertanejo a necessidade de enfrentamento ou busca por condições melhores. Para o enfrentamento, fazem uso das suas crenças e valores da cultura sertaneja e do catolicismo popular. A experiência de trabalho com a lida no sertão os ensina valores válidos para o enfrentamento da dificuldade desde muito cedo. Subjetividades que emergem: coragem, fé, valorização do trabalho, resiliência.	Nascendo e vivendo no sertão (contexto de escassez, incerteza e dificuldades).
	Enfrentando a realidade do sertão
	Iniciando a vida de trabalhador desde a infância na “lida do sertão”.
	Vivendo em uma região influenciada pelo Catolicismo Popular.
	Contexto cultural (normas, crenças, costumes)
	Migração do sertão (da área rural para área urbana) vista como forma de conseguir melhores condições de vida.
Família e Sua Influência O contexto familiar traz valores e figuras de referência. Famílias numerosas e com poucos recursos que exige e ensina adaptação e valorização e transformação do pouco em muito. A família tem forte influência no jeito de ser sertanejo. Mas também influencia no empreendedorismo. O que falta nos ascendentes mobiliza os sujeitos.	Nascendo em famílias numerosas e com poucos recursos materiais.
	Ascendentes (pais e avós) com pouca instrução formal.
	Ascendentes (pais e avós) com trabalhos relacionados à “lida do sertão”.
	Ascendentes (pais e avós) sem ligação explícita com o empreendedorismo.
	Crescendo em meio a famílias religiosas.
Formação Educacional Motivo de saída do sertanejo, busca de mais estudos, mas, paradoxalmente, acabam não ampliando seus estudos quando chegam nas cidades.	Educação formal sertaneja limitada pelo difícil acesso.
	Necessidade de migração do Sertão para ampliar sua educação formal.
Trajetórias de Trabalho A primeira experiência de trabalho é a lida no sertão, que modela não só o jeito de ser, de trabalhar, mas também de aprender (observando, imitando, trabalhando). As experiências fora da lida exigem esforço, quando eles ainda não saíram por completo dos sítios. Empregos que valorizam mais o esforço físico e não exigem conhecimento formal.	Experiências de trabalho na “lida do Sertão”.
	Experiências de trabalho fora da “lida do Sertão”.
Relações Significativas Relações além das familiares que auxiliam os empreendedores a terem experiências de trabalho fora da lida do sertão.	Estabelecendo redes de relações.
Condições Externas Condições das quais eles não possuem o controle, mas que dependentem delas (também) e de como eles reagem a elas, os traçados da jornada dos sujeitos vão sendo alterados.	Ações Governamentais
	Condições Ambientais
	Ameaças
	Oportunidades
	Tempo e Espaço
O Ser(tão) Sertanejo A forma como a identidade sertaneja vai sendo construída. subjetividades resultantes das outras categorias e das interações delas entre si.	Moldando o seu modo de ver, ser e agir a partir da realidade do sertão.
	Moldando o seu modo de ver, ser e agir a partir da realidade familiar.
	Moldando o seu modo de ver, ser e agir a partir da formação educacional.
	Moldando o seu modo de ver, ser e agir a partir das vivências de trabalho na “lida do Sertão”.
	Moldando o seu modo de ver, ser e agir a partir das vivências de trabalho fora da “lida do sertão”.
	Moldando o seu modo de ver, ser e agir a partir das redes de relações.

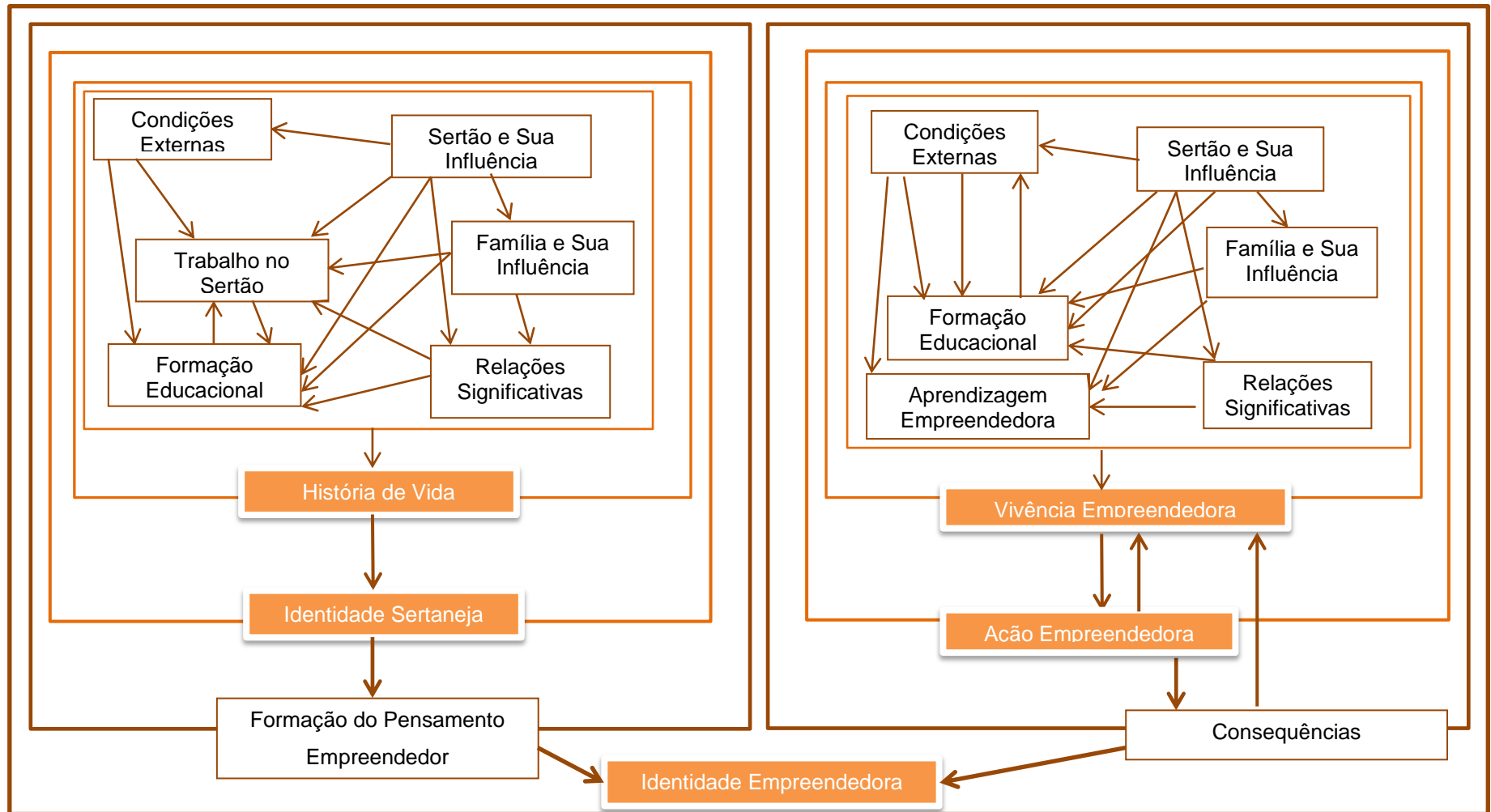
Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 7 – Teoria Substantiva do Sertanejo Empreendedor - esquema ampliado com base em Strauss e Corbin (2008)



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Figura 8 – Teoria Substantiva do Sertanejo Empreendedor - esquema simplificado com base em Strauss e Corbin (2008)



Fonte: Elaborado pela autora (2024)

6 A TEORIZAÇÃO SUBSTANTIVA SOBRE O SERTANEJO EMPREENDEDOR E SEU PROCESSO DE EMPREENDEDORISMO CONSTRUÍDOS COM BASE EM CHARMAZ (2009)

*“Sou sertanejo e me orgulho
Por conhecer o sertão
Durmo na rede e me embrulho
Com um lençol de algodão
De alpercata de rabicho
Penetro no carrapicho
Sofrendo a vida penosa
Do trabalho do roçado
E por isso sou chamado
Poeta de mão calosa.”
Patativa do Assaré*

“Onde está a teoria na teoria fundamentada?” (Charmaz, 2009, p. 182).

Ao estudarmos a *Grounded Theory* em suas três vertentes — para que então pudéssemos fazer a nossa escolha quanto a qual delas seguir — percebemos o quanto há de divergências, não apenas a como devemos fazer uma teoria fundamentada, mas também sobre como deve ser essa teoria ao final do trabalho. Isso nos leva ao que diz Charmaz (2009, p. 172) sobre os questionamentos que são feitos quanto às teorias que são geradas a partir dos dados, “que ressoam com queixas [...] em todas as ciências sociais” por não compreenderem as bases epistemológicas das ciências e dos pesquisadores.

Uma teoria pautada em uma vertente positivista busca causas e explicações determinísticas que permitem generalizações e modelos universais (Charmaz, 2009), o que acaba sendo muito bem recebido na ciência da Administração, sobretudo quando entendemos que esta é uma ciência aplicada, esquecendo-nos que ela também é social. Talvez fosse essa a perspectiva mais segura a seguirmos, mas não foi assim. Optamos por seguir uma vertente contrutivista e interpretativa que nos levou para uma compreensão imaginativa do fenômeno e a subjetividade na teorização, com indeterminações, fatos, valores e o desvelar da vida como um processo social (Charmaz, 2009).

Posicionando-nos nessa abordagem, a teoria aqui resultante é uma interpretação que coloca os significados em perspectiva, que ressalta e reforça o entendimento da complexidade das esferas, das visões e das ações da vida, refletindo nossa percepção como pesquisador sobre este, inclusive na forma como

apresentamos a teorização substantiva (Charmaz, 2009).

No processo de desenvolvimento da Teorização Substantiva sobre o Sertanejo Empreendedor, e a partir de alguns conceitos sensibilizantes esboçamos uma definição do que entendemos ser um empreendedor. Assim, compreendemos tratar-se de um indivíduo com elevado grau de energia, perseverança e imaginação; capaz de estabelecer e atingir objetivos; consciente do ambiente em que vive, refletindo e sendo bom condutor de sua cultura e regionalidade; com iniciativa para criar um novo negócio, utilizando os recursos disponíveis de forma criativa; disposto a aprender de forma contínua a respeito dos seus negócios e de possíveis oportunidades; aceitando tanto assumir riscos moderados quanto a possibilidade de fracassar, e; com o desejo de transformar o ambiente social e econômico onde vive.

Acreditamos que o Sertanejo Empreendedor enquadra-se nessa definição e e tanto sua identidade empreendedora quanto seu processo de empreendedorismo é significativamente influenciada pela Identidade Sertaneja que se apresenta de diferentes formas, com diferentes intensidades e resultados nas fases do processo empreendedor.

Partindo disso, seguimos o modelo de Charmaz (2009) — meu argumento aqui é; meu raciocínio é, e; sustento este argumento pela inclusão de. Para a autora, a escrita da teoria emergente não tem, necessariamente, um formato definido, podendo ser delineada a partir de memorandos sobre dado argumento ou até mesmo de uma fala consigo mesmo em voz alta sobre as suas ideias. Assim, num caldeamento de ideias provenientes dos memorandos da pesquisa e “conversas com os nossos botões” em voz alta, apresentamos a teorização sobre o Sertanejo Empreendedor e seu processo de empreendedorismo.

Nosso argumento é que o Sertanejo Empreendedor constrói sua identidade empreendedora fortemente influenciada por sua identidade sertaneja que, por sua vez, é moldada por uma realidade de escassez, dificuldades de suprimento das necessidades e pela forma de compreensão e enfrentamento desta num processo de significações e ressignificações.

Ao trazermos aqui nosso argumento, o qual envolve a questão da identidade, sabemos que se trata de um conceito de grande complexidade, que ainda carece de desenvolvimento e compreensão na Ciência Social (Hall, 2004; Woodward, 2012) e não é nossa intenção abarcá-la. Importa-nos, no entanto, trazer, brevemente, a compreensão central sobre este constructo que, no retorno à literatura, identificamos

que reflete a nossa teorização sobre o fenômeno em estudo a partir dos dados.

A base da discussão sobre identidade esta pautada no questionamento sobre esta ser uma essência (perspectiva essencialista) ou uma construção (não essencialista) (Woodward, 2012). A adoção da primeira perspectiva nos sugeriria a identidade como um conjunto de características cristalinas e autênticas que todos os sertanejos partilhariam, sendo estas inalteradas no tempo. Por outro lado, uma perspectiva não essencialista, construcionista, compreenderia a existência de características comuns ou partilhadas, mas sem perder de vista a possibilidade de diferenças existentes tanto com outros grupos, quanto entre si e, ainda, considerando que os significados quanto a “ser um sertanejo” podem mudar ao longo do tempo.

Para autores como Strauss (1997) e Ciampa (1991), muito embora o conceito de identidade possa ser tratado quanto o senso que alguém possui sobre si mesmo, a partir de avaliações realizadas pelo próprio ou pelo outro, indivíduos fazem parte de um sistema interativo dinâmico, o que nos obriga a considerar a questão da identidade não apenas como algo individual, mas, também, coletivo, o que elabora uma visão sobre este constructo associado aos diferentes papéis desempenhados em vivências específicas e contextos sociais particulares.

Assim, considerando a existência de uma articulação relevante entre a biografia individual e os processos sociais, esses autores admitem que a identidade remeta a um projeto político em que o indivíduo, no seu “vir-a-ser” não está limitado por condições históricas, mas tampouco está liberado por completo dessas condições. Os indivíduos estabelecem múltiplos papéis numa emaranhada rede de relações produtora de representações, portanto, possuem múltiplas identidades e uma acaba por se refletir em outra. O homem não é puramente objetividade ou apenas subjetividade, o que os possibilita adotar determinadas identidades, de acordo com o contexto em que estão inseridos, e, por fim; ainda que possam ter múltiplas identidades, dentre elas haverá uma saliente (Teoria da Identidade Social).

Hoggy e Terry (2001), nessa mesma esteira de pensamento, acrescentam que a identidade envolve um processo de categorizações sociais e autovalorização, que fomenta e salienta os aspectos mais expressivos de uma experiência em dado contexto. Dessa forma, o indivíduo se define de acordo com as normas e estereótipos determinados pelo grupo ao qual pertencem. Resulta disso o entendimento de que a identidade é parte do autoconceito do sujeito, mas também decorre da socialização

e incorporação de determinados atributos do grupo.

Da revisão da literatura, também nos chamou atenção as ideias de Ciampa (2006) quando ele faz distinção entre o que denomina identidade do eu e papel. Atribuída e reproduzida junto aos sujeitos de maneira coletiva, a identidade do papel pode ser considerada como um conjunto de significados que são atribuídos e compartilhados por um grupo de pessoas que acaba por interferir significativamente na formação de cada indivíduo.

Ainda segundo Ciampa (2006), a identidade do papel tanto pode sugerir uma identidade convencional (dada *a priori*, por uma convenção) como uma identidade “pós-convencional” (elaborada pelo e no processo e não dada *a priori*), a depender das políticas de identidade de um grupo ou de uma sociedade, que pode dar maior ou menor ênfase à busca por homogeneização de uma coletividade. Ciampa (2006) ressalta o tempo e a estabilidade da identidade do papel como fatores que pesam na aceitação de uma identidade convencional, sua manutenção e reprodução.

Contudo, há que se pensar na dimensão individual e compreender que, diante de uma identidade de papel, tanto pode se deixar definir por esta, adequando-se a um perfil, uma formatação, quanto pode acrescentar a esta uma dose de transgressão e busca de emancipação, trazendo assim para o conceito de identidade a ideia de ator, personagem, em que cada indivíduo desempenhará como um ator, um papel socialmente determinado, mas também pode ser co-autor desse papel, construindo e reconstruindo seu personagem com maior ou menor criatividade (Ciampa, 2006).

Desta forma, o conceito de identidade que entendemos estar alinhado com aquilo que emergiu dos dados é construcionista: uma identidade relacional e representacional, vinculada a condições sociais e materiais e processos sociais, simbólicos, culturais e psicológicos, modificada pelas experiências vividas, pelo espaço e pelo tempo (Woodward, 2012; Strauss, 1997; Ciampa, 1991; 2006)

Falamos de uma identidade sertaneja, que foi posta aos indivíduos num contexto de políticas identitárias que privilegiavam o convencional. Considerando o mundo particular em que nasceram e viveram, atribuíram significados, desenvolveram autoconceitos e incorporaram alguns atributos emergentes da vida sertaneja. Estes, porém, pelo desejo de emancipação das condições de vida impostas, adicionaram certa medida de transgressão e modificaram suas identidades com o passar do tempo. Como atores de um papel assumem o

conformismo como modo de enfrentamento da realidade. Como co-autores deste papel, associam a este conformismo não apenas a capacidade de adaptação e a criatividade, mas também um inconformismo esperançoso.

Envolto em condições históricas e objetividades, mas não limitados a estas, o Sertanejo Empreendedor construiu e reconstruiu sua identidade nos mundos sociais e nos contextos de ação por onde passou. Um processo de ressignificação e flexibilidade que entendemos, ao final da pesquisa, ter sido amparado, entre outros fatores, por suas vivências e memórias do sertão.

É de lá, da sua história com o sertão, que vem muito dos seus valores, suas referências. Foi no sertão que ele, o Sertanejo Empreendedor aprendeu pelos revezes a se fazer esperto, resignado e prático, a adaptar-se, assim como nos diz Cunha (2008). Foi lá que aprendeu a valorizar a honestidade, a colaboração, a solidariedade, a empatia. Foi lá que ele aprendeu a ser o que é e o que pode vir a ser. A sua vivência no sertão desenvolveu suas subjetividades, aqui entendidas como um processo que não está pautado apenas na maturação biológica, mas também vinculado e constituído “nas condições históricas, na realidade material e na relação entre os homens” (Aita; Facci, 2011, p. 34), subjetividades estas importantes na sua jornada de Sertanejo Empreendedor.

As histórias de vida dos Sertanejos Empreendedores estudados são marcadas pela escassez, palavra tão recorrente nos discursos dos sujeitos como na realidade da vida no sertão. Escassez é a palavra que aparece nas narrativas de forma explícita e, também, nas entrelinhas como aspecto condicionante importante para a formação da identidade sertaneja.

Mas é justo e importante dizermos que, quando a palavra escassez é trazida nas falas dos Sertanejos Empreendedores, entendemos que é de abundância que se fala — de coragem, de fé, de criatividade, de adaptação, de aprendizados, entre outros — que fazem parte do modo de ver a realidade, de ser e de agir. Tal situação nos fez levar em consideração, entre outras coisas a relevância da resiliência no processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor.

No nosso entendimento, esta escassez fez um traçado de eventos desencadeadores do empreendedorismo sertanejo e que dadas às condições, no primeiro momento, se fez por necessidade, não planejado, muito mais adaptado do que construído, sem grande atribuição de valor, priorizando a imitação à inovação e com limitados recursos.

Esse pensamento nos leva a Filion (1991) e sua Teoria Visionária do processo empreendedor quando este considera que empreendimentos exitosos vêm de eventos que fogem a percepção, inclusive da percepção dos sujeitos, embora estes contribuam de maneira significativamente para isso. No caso dos sujeitos empreendedores, suas escolhas narrativas, denotam a importância do ambiente e sua cultura para sua jornada empreendedora exitosa.

Uma jornada que entendemos ter sido feita por aquilo que a falta os ensinou. O sertão, desde muito cedo, apresentou a esses sertanejos a coragem, a resiliência, a fé, a valorização do trabalho (ou do esforço) e a adaptação como principais formas de enfrentamento das dificuldades, vistos como aprendizados valiosos do contexto local e, também, familiar.

A dura realidade do sertão os fez migrar para áreas urbanas, com outras e maiores necessidades de sobrevivência e que associadas ao receio de voltar para escassez do contexto anterior e ao pouco estudo formal, limitaram suas possibilidades de escolha de experiências profissionais anteriores ao empreendedorismo. Assim, permaneceram na busca por melhorias, o que os levou a ver no “empreender” uma possibilidade, ainda que sem uma preparação para isso.

O empreendedorismo por necessidade já vem sendo discutido, sobretudo mais recentemente, por pesquisadores do campo do empreendedorismo. Alguns desses estudos, segundo Julien (2010), tendem a relatar que empreendimentos que nascem pela necessidade tendem a ser pouco duradouros, o que difere do que encontramos nos casos estudados: ainda que criados a partir da necessidade, longevos (um dos empreendedores já empreende no mesmo negócio há mais de meio século).

O Sertanejo Empreendedor se constitui empreendedor por necessidade. Iniciou sua jornada no empreendedorismo, também, pelos caminhos traçados pela escassez — de recursos, de estrutura, de conhecimento, de experiência empreendedora. Uma trajetória que nos faz concordar com Timmons e Spinelli (2004) quando dizem que a falta não deve ser levada como fator impeditivo para o empreendedorismo, tampouco como algo que determinará o sucesso ou o insucesso.

É, portanto, a capacidade do sujeito empreendedor de combinar os recursos que possui da melhor forma possível associada à resiliência e à forma como lidam com adversidades e, ainda, à habilidade de aprender e ensinar, que desenvolverão

características relevantes e contribuirão positivamente para o êxito do empreendimento (Timmons; Spinelli, 2004). Essa capacidade, pelos relatos dos sujeitos, é familiar ao sertanejo deste muito cedo, devido à “lida no sertão”, que é apreendida pela prática, observação e imitação e levada para caminhada empreendedora.

Na formação da identidade empreendedora, rememoram o que viveram como forma de enfrentar e superar as dificuldades do momento atual, com mais resiliência, coragem e esperança. Fazem uso dos valores que outrora internalizaram na sua “lida sertaneja”, para sua então “lida empreendedora”.

Sobre a resiliência, elemento que apareceu na nossa análise dos dados, encontramos na tese de Minelo (2010) sobre comportamento resiliente e insucesso empresarial, algumas considerações importantes para a discussão da nossa teoria substantiva e que trazemos aqui em síntese, a começar pelo conceito de resiliência.

A concepção de resiliência há muito vem sendo estudada e aplicada na física como a “capacidade de deformação máxima que um material é capaz de armazenar sem sofrer deformações permanentes a partir de uma tensão ou compressão externa” (Minelo, 2010, p. 34), o que, em outras palavras, significaria a capacidade de retornar a um estado anterior ileso, apesar das situações a que são expostas.

Ao migrar da Física e Engenharia para a Psicologia, o conceito de resiliência aplicado aos materiais passa a ser aplicado ao estudo do comportamento humano, como resiliência psicológica, inicialmente empregado em oposição ao conceito de vulnerabilidade, o que sugeriria pessoas com características ou capacidades especiais que contribuiriam para que estes saíssem intactos das situações adversas.

Mais recentemente a resiliência é vista como “a habilidade de superar as adversidades não implicando que o indivíduo saia, da crise, ileso, como o termo invulnerabilidade sugere” (Minelo, 2010, p. 26). Evoluiu-se conceitualmente a partir do entendimento de fatores relevantes para o comportamento resiliente dos indivíduos, que envolve mais que os atributos individuais. A resiliência é resultante de uma combinação de características do indivíduo e a interação com seu ambiente familiar, social e cultural. No entrosamento sujeito-ambiente, diante e apesar das situações de adversidade o comportamento resiliente promove adaptações positivas, ampliando, assim, as capacidades originais do aparelho psíquico (Minelo, 2010).

No desenvolvimento de sua tese Minelo (2010) ainda considera que o comportamento resiliente pode se dar tanto de maneira negativa, quanto positiva.

Um comportamento resiliente negativo suscitaria uma adaptação mais demorada, podendo ocasionar um retraimento e/ou até uma fuga dos riscos e das situações que possam trazer adversidades.

Por outro lado, o comportamento positivo ampliaria a capacidade de adaptação e recuperação e, de maneira mais rápida — em que o indivíduo, ao invés de retrair-se, buscaria os aprendizados de experiências passadas para o enfrentamento das situações presentes — aprenderia com as experiências vividas, refletindo e buscando conhecimentos. Neste sentido, aspectos como as relações, o humor, a criatividade e o compromisso com seus valores são importantes para a maneira como se dará o comportamento resiliente (Minelo, 2010).

O Sertanejo Empreendedor antes de ser/aprender a ser empreendedor aprendeu a ser sertanejo: aprendeu a ser forte por força da necessidade, por força da escassez, de água ou de condições de vida mais dignas. O que lhes restou diante das incertezas, da impossibilidade de controle e das adversidades foi recorrer a uma força que não seca: a imagem que construíram do seu povo sertanejo e tudo que dela advém.

Euclides da Cunha (2008) diz que o sertanejo é antes de tudo um forte, e, pelas narrativas dos sujeitos da pesquisa, é assim, também, que estes se percebem. Detentores de uma força, que vem de suas origens, para enfrentar e superar os obstáculos que se apresentam. Uma ideia de força que se veste de diferentes formas — conformação, esperança, comprometimento, dedicação, responsabilidade, otimismo, esforço, coragem, fé e, também, a resiliência (que no caso dos sujeitos estudados nos pareceu dar-se de maneira positiva).

Pelos discursos dos sujeitos, para o sertanejo não há espaço pra murmúrias, há sempre que se ter coragem, aguentar um pouco mais, ser resiliente, acreditando numa força superior externa a ele, ou em si mesmo, pois aprenderam a esperar ou esperar, desde sempre, seja chuva ou dias melhores e também se conformar com o que há de vir, mas não sem que tenha feito o que está ao seu alcance e dentro do seu controle.

A imagem de um povo forte e resistente foi construída socialmente ao longo dos tempos e, no caso dos sujeitos da pesquisa, é acessada e reforçada tanto pelas experiências vividas nestes contextos, como pelos exemplos de enfrentamento das dificuldades em favor do alcance de certos objetivos, Exemplos de enfrentamentos sem murmúrias, prenes de fé na providência divina e de grandes esforços, são

visualizadas no contexto familiar de alguns dos sujeitos em suas figuras de referência e inspiração (avós, pais, mães e irmãos).

Sobre a coragem, ideia que também emerge dos discursos dos sertanejos empreendedores, esta é apresentada em sua etimologia por Barros-Oliveira (2010, p. 6): *coraticum* que possuímos em sua raiz *cor* (coração), o que aponta “que a verdadeira coragem é arrancada das forças mais íntimas e profundas da pessoa”.

A coragem que ao longo dos tempos tem sido analisada e apresentada como um valor, uma emoção, um sentimento, ou uma atitude, por Barros-Oliveira (2010) é, também, apresentada como uma força maior que a força física: uma força mental e espiritual, audaciosa que não pode prescindir da prudência, pois se assim acontecesse seria uma força adauciosa, porém, tola, diante de um perigo certo. Por outro lado, não pode se deixar dominar pela prudência em medidas que limitaria os seus alcances.

A Psicologia Positiva dedica grande interesse pela Coragem como um construto, sobretudo a partir das últimas décadas do século XX (Barros-Oliveira, 2010). Como uma virtude de grande importância que auxilia as pessoas a enfrentarem os desafios da vida. Decorre de estudos como o de Snyder e Lopez (2007) definições que percebem a coragem como uma atitude relacionada ao otimismo, ou um comportamento que envolve assunção de risco ou uma oposição ao medo.

Peterson e Seligman (2004) interpretam a coragem como uma das virtudes humanas que incluem valor (em face do perigo), autenticidade (sinceridade), entusiasmo/gosto de viver (em situações desafiantes) e esforço/perseverança (levar as tarefas e desafios até ao fim). Barros-Oliveira (2010, p. 8) fala da “coragem dos começos” (acrescentaríamos aqui também a dos recomeços) e a “capacidade de ultrapassar o medo (que vai se diluindo à medida que os processos avançam) e enfrentar o risco, em vista de um bem maior” que se espera. Ideia que se alinha com a de Peterson e Seligman (2004) de que a coragem é uma força que exercita o desejo de atingir objetivos.

Bockomy e Youssef-Morgan (2019), em sua pesquisa que relaciona o empreendedorismo à coragem, apresentam esta última como um recurso psicológico essencial para empreendedores cuja realidade envolve muitos riscos e incertezas e exemplificam: é preciso coragem para priorizar, levar a diante e dedicar-se a uma ideia empreendedora abrindo mão de regalias e certezas de um emprego típico.

Ainda para Bockomy e Youssef-Morgan (2019), a coragem pode trazer ganhos para o capital psicológico dos empreendedores, sendo este definido como um estado psicológico positivo de um indivíduo caracterizado pela capacidade de fazer o esforço necessário para atingir a eficácia, mesmo em tarefas desafiantes, com otimismo perseverante e esperançoso de que os levam a mudar os caminhos quando deparados com situações adversas, mantendo-se e/ou recuperando-se para alcançar os objetivos.

Os autores desenvolvem argumentos que culminam com a compreensão de que a coragem predispõe os indivíduos a tentativa, a aceitação da incerteza e a vivência de experiências na jornada empreendedora e com isso promove o capital psicológico. Os autores explicam que o capital psicológico é definido como a esperança, o otimismo, e a resiliência, importantes para aumentar o capital psicológico dos indivíduos (Bockomy; Youssef-Morgan, 2019).

A coragem também por nós é vista como um elemento importante no fenômeno do Sertanejo Empreendedor. Pelas narrativas, consideramos que para aqueles, a quem a história de vida não apresentou a coragem como uma opção e como um atributo de primeira necessidade, este já teriam um capital psicológico propício ao empreendedorismo e suas incertezas. No entanto, é importante ressaltarmos que, nas falas dos sujeitos, também identificamos a ideia de medo, de necessidade de validação dos outros para a ação empreendedora, de postura reticente quanto a dedicação exclusiva ao empreendedorismo ou em algumas tomadas de decisão. Algumas vezes, compreendemos como prudência, outras como resquícios negativos das memórias de escassez e, ainda em outras, fizeram-nos pensar como uma autodesvalorização, inclusive, atreladas às suas origens.

Fato é que iniciar um empreendimento, para o Sertanejo Empreendedor, na maioria dos casos estudados, foi uma atitude tomada pela necessidade, mas também uma atitude de coragem que os auxiliou a trilhar um caminho diferente daqueles até então trilhados, sobretudo considerando a maneira como ocorreu — bricolagem (Baker; Nelson, 2005) e improvisação (Baker *et al.*, 2003).

Os primeiros resultados dessa atitude corajosa fizeram entender que precisavam de mais coragem, esforço e perseverança para aprender sobre o contexto do empreendedorismo e o internalizar, se quisessem possegir com o empreendimento. Na busca por permanecer como empreendedores, eles se abriram a novos valores e conhecimentos, à formação de uma nova identidade (a identidade

empreendedora) com as vivências que esta traz e se dispuseram a fazer as mudanças que ela clamava, ancorando-se porém nas suas memórias e identidade sertaneja e a força desta.

Ainda que o sertão seja um lugar tão inóspito, cenário de tantas pelepas, ainda assim, é lugar presente nos sentimentos sertanejos: mais do que um espaço, é uma maneira de ser e de ver a vida, em todas as instâncias, inclusive no que diz respeito a empreender.

Tomando a liberdade de adaptar o conceito de cultura de Geertz (1989) à realidade estudada diremos que, o sertanejo é este homem amparado por uma teia de significados tecidos por ele mesmo sobre o sertão e a forma de pensar, sentir, acreditar e agir, que este cenário o legou. Neste processo de construção de uma identidade sertaneja (e posterior identidade empreendedora) não é um precipitado de histórias que a condicionam, são as significações e ressignificações que geram um profundo e forte sentimento de pertencimento a este lugar.

Nos relatos dos sujeitos, podemos perceber que as memórias das histórias de vida no sertão que foram evocadas durante as entrevistas, se mantêm vividas durante a jornada empreendedora. Recorrem a estas como fonte de reforço, completude e/ou até mesmo de enfraquecimento do que sabem. Porém, recorrendo ao entendimento de Halbwachs (2006), havemos de dizer que acreditamos, com base na pesquisa, que a memória da vivência sertaneja, embora tome importante lugar num quadro de referência do processo de empreendedorismo do sertanejo, foi, no entanto, adaptada [a memória] ao conjunto de percepções atuais do sujeito que foram influenciadas pela Visão Empreendedora Central que os empreendedores desenvolveram do início de seus negócios até aqui.

Pela esperança por dias melhores, os sertanejos, sujeitos desta pesquisa migraram do sertão, mais uma vez se deparam com a necessidade, e, por causa dela, com o empreendedorismo. E assim, sem muito saber, contanto com o despertar de suas energias quase sempre por uma condição externa a ele, montam seus negócios contra todas as possibilidades de dar errado, com pouco estudo, sem saber bem o que é pra fazer, mas sempre atento ao cenário e ao que se pode aprender com ele, como quem aprende a reparar o céu, para prever se o inverno será bom ou não.

Nos discursos dos sujeitos, a capacidade de trabalhar com poucos recursos como se estes fossem grandiosos é presente. Isso nos remete a descrição que

Euclides da Cunha (2008) faz sobre o comportamento do sertanejo, diante de incidentes que mobilizam suas energias, que o torna capaz de emprestar vigor ao cavalo pequenino e frágil no qual monta pra restituir uma rês desgarrada.

Ao longo do seu processo de empreendedorismo, os sertanejos construíram sua identidade empreendedora: 1) num contexto propício à criação de pequenos negócios (no Cariri Cearense, local com grande influência do Catolicismo Popular e sua díade de desenvolvimento pautada no trabalho e na fé); 2) aprendendo a empreender na prática — empreendendo, fracassando, obtendo sucesso, refletindo sobre erros e acertos, aproveitando as oportunidades que aparecem (sejam elas sorte ou milagre), estabelecendo, interagindo e ampliando sua rede de relações; 3) com os modos de enfrentamento das dificuldades da vivência empreendedora elaborados a partir de suas significações sertanejas, seus valores familiares, experiências de trabalho anteriores e subjetividades; 4) percebendo e encarando a necessidade de mudança para manter os seus negócios e buscando conhecimento formal para isso; 5) encarando o empreendedorismo de uma maneira diferente, aumentando sua dedicação e compromisso com este, e; 6) modificando a forma como empreende, organizando os negócios, desenvolvendo a seletividade, a intencionalidade e fortalecendo a identidade empreendedora.

No seu processo de empreendedorismo encontram-se agora numa nova fase em que conseguem perceber e usufruir os benefícios das mudanças que agregaram valor aos seus negócios e contribuíram para a sua manutenção com eficiência e eficácia, melhoria nas condições de trabalho e possibilidades de inovação. Começam a pensar no futuro com planos de sucessão. Na medida em que consolidam seus negócios na região, também consolidam a sua identidade empreendedora. Sentem-se satisfeitos e gratos por tudo que alcançaram até aqui.

Nessa nova fase, a identidade cultural sertaneja continua a se refletir na identidade empreendedora: sua solidariedade sertaneja influencia ações dos sujeitos empreendedores. Reafirmam a sua identidade sertaneja retribuindo tudo aquilo que receberam ao longo de sua trajetória de vida empreendedora procurando engajar-se e articular diferentes projetos no sentido de trazer benefícios para a localidade onde empreendem e, em alguns casos, para seus locais de origem.

A identidade cultural sertaneja articulada com a ação empreendedora contribuiu para os sujeitos enfrentarem as necessidades e os percalços que surgiam em sua caminhada, na medida em que buscavam na sua história de vida e

na sua vinculação com o sertão e com a cultura sertaneja, estratégias de enfrentamento das dificuldades que viessem a encontrar. Hoje, essa articulação faz emergir figuras reconhecidas localmente como membros de importância para a região.

Por acreditarem no potencial do sertanejo e do empreendedorismo, estimulam a prosperidade da região não apenas levando seus produtos para outros lugares, sendo reconhecidos nestes, modificando e ampliando a percepção que ainda se tem sobre o sertão, mas também se engajando em ações de compartilhamento de experiências e aprendizados de sua jornada e ideias em prol de um empreendedorismo endógeno e do desenvolvimento sócio-territorial com suas redes de relações (Julien, 2010).

A experiência empreendedora desses sujeitos é marcada por sua história, seus valores, seus atributos subjetivos que influenciaram a criação, a manutenção e o crescimento de seus negócios. A esses empreendedores, pelas histórias colhidas, o sertão lhes concedeu muitos aprendizados para enfrentar a vida. A escassez com que eles se deparam desde muito cedo em sua vivência no sertão, os dota de um capital psicológico que contribui para o enfrentamento das dificuldades de sua vivência empreendedora. E é por isso que encontramos nos discursos ideias que remetem ao fato de que “o sertanejo sai do sertão, mas o sertão não sai dele”.

Acreditamos que a percepção positiva do sertão e das reminiscências deste espaço, apresentada nas falas dos sujeitos como fonte de força apesar do sofrimento, da angústia e de certa impotência diante do cenário adverso, encontra explicação no que Halbwachs (2006) diz: que o trágico gera em nós dores, que depois de certo ponto, nós nos confundimos com a própria dor e, como a dor não pode eliminar a si mesma, por instinto, buscamos e encontramos uma explicação inteligível para o que gera o sofrimento. Resignificamos o trágico e é sempre atrelada a essa resignificação que o recordaremos.

É neste sentido que entendemos que é nas reminiscências do sertão, na sua identificação como sertanejo, nos valores e em todas as estratégias que fazem manter vivo e próximo esse sertão, que reside a força que esses empreendedores utilizaram pra começar e continuar empreendendo. Continuam revisitando seus baús de memórias sertanejas, revisitando o sertão, buscando essa força que, no final, vem de dentro daquele que Euclides da Cunha (2008), chamou de Hécules-Quasímodo, por que o sertanejo é o sertão e o Sertanejo Empreendedor é uma das

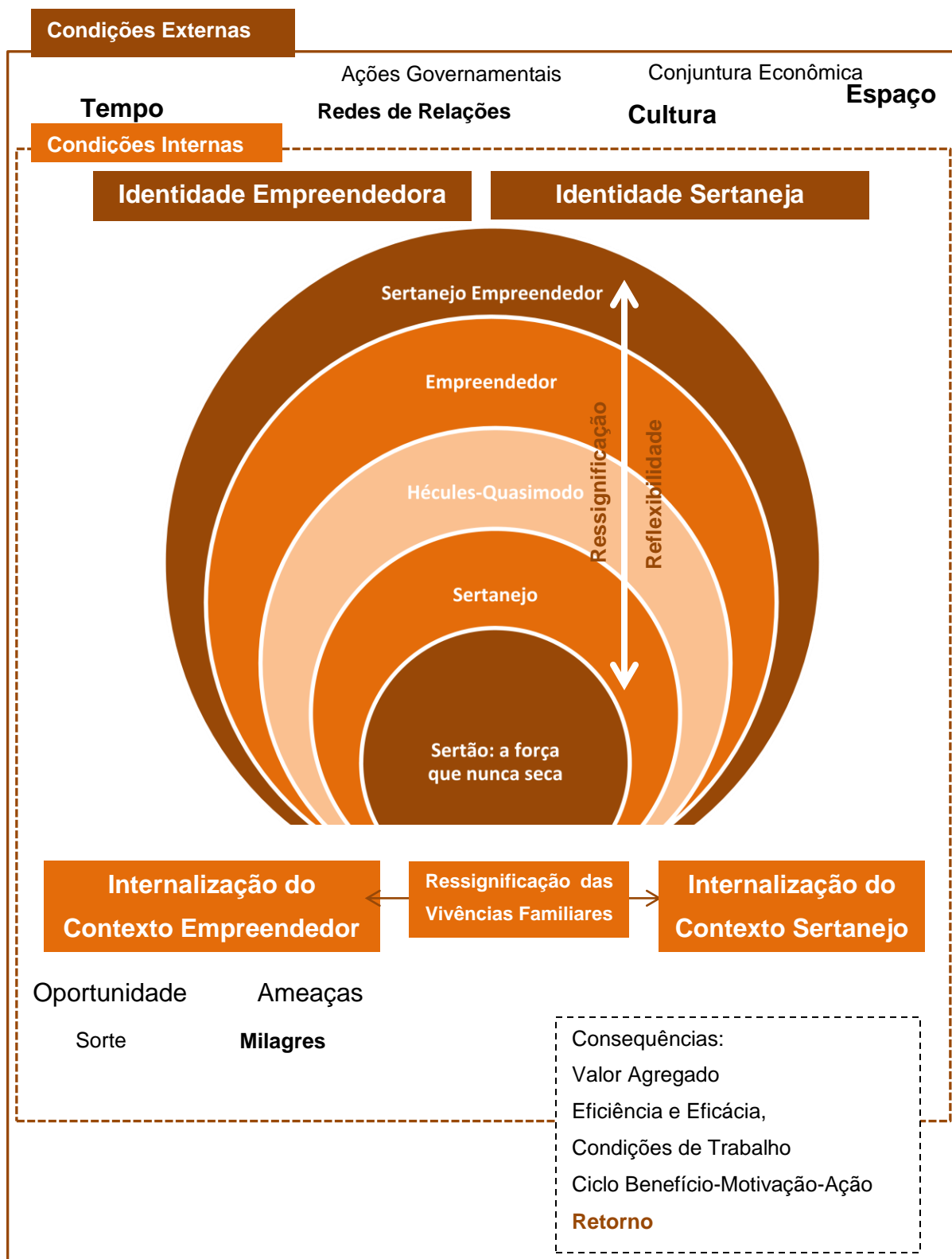
suas faces.

Podemos dizer que o Sertanejo Empreendedor é um empreendedor que se faz a partir da escassez e da necessidade e dos modos de enfrentamentos destas presentes ao longo de sua história de vida. As condições externas a que são submetidos, a influência dos valores familiares e outras relações significativas, a experiências de formação e trabalho no sertão e o significado que atribuem a essa realidade moldam a identidade sertaneja, que é parte importante da formação do pensamento empreendedor e associada a vivência e ação empreendedora forja uma identidade (sertaneja) empreendedora.

Mas como bem nos disse o SE 06, podemos simplesmente dizer que “ O Sertanejo Empreendedor é, por natureza, um descumpridor do destino que a vida resolveu para ele”.

E o sertão? “O sertão nos deu o sertão”, essa força que nunca seca.

Figura 9 – Teorização do fenômeno do Sertanejo Empreendedor esquematizada com base em Charmaz (2009)



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

"E nisto, que conto ao senhor, se vê o sertão do mundo. Que Deus existe, sim, devagarinho, depressa. Ele existe – mas quase só por intermédio da ação das pessoas: de bons e maus. Coisas imensas no mundo. O grande-sertão é a forte arma. Deus é um gatilho?"
Guimarães Rosa, *Grande Sertão: Veredas*

Conclusão ou Considerações Finais? Escolhemos a segunda opção para intitular o capítulo final do presente trabalho. Dito isso, peço licença para expressar em primeira pessoa do algumas reflexões que considero importantes para aqueles que virão e seguirão esta jornada.

“Conclusão” dá a entender que o percurso é findo, acabado. Mas, a bem da verdade, ao me deparar com a necessidade de concluir, fico pensando “cá com os meus botões” que não foi, de fato, possível chegar a definições precisas. Isso por muito tempo me fez evitar a necessária defesa da tese, que acabei por fazer por força do prazo, depois de causar muitos microinfartos naquele que a construiu junto comigo, o Orientador.

Quando iniciei esta pesquisa não sabíamos ao certo de onde partiríamos e muito menos aonde chegaríamos. Foi, sem dúvida, uma caminhada acompanhada de muitas questões levantadas e, neste ponto em que nos dizem que precisamos concluir, muitas destas questões ainda parecem carecer de respostas, enquanto outras novas se levantam. Talvez seja esse o grande aprendizado que esta tese deixa para a pesquisadora: o conhecimento científico está sempre prestes a aflorar e os pesquisadores estarão sempre à merce do que sabem e/ou não sabem, mas desejam saber.

Então, não apresentamos uma conclusão, uma síntese dos resultados e da análise como resposta definitiva, apenas lembramos, brevemente, alguns passos que adotamos nesta longa jornada.

A presente tese iniciou com o objetivo de desenvolver uma teoria substantiva acerca do Sertanejo Empreendedor e sua jornada empreendedora e, desta forma, a conduzimos sob a luz da metodologia da Teoria Fundamentada em Dados, criada por Glaser e Strauss (1967), dentro da perspectiva construtivista-interpretativa, de Charmaz (2009).

Nessa metodologia, presume-se que o pesquisador deve, inicialmente, deixar o seu conhecimento em “estado de suspensão”— aberto ao novo e ao inesperado — para que a teoria possa emergir. Em geral, o pesquisador terá algum conhecimento

teórico sobre o objeto que abordará, mas, somente entenderá a relevância desses conceitos em determinado contexto ao longo da pesquisa (Flick, 2004).

Para aqueles que se aventurarem em projetos baseados em tal metodologia, compartilhamos aqui três dos muitos aprendizados que esta experiência trouxe para o processo de nos moldarmos como pesquisadora:

1) retardar a revisão da literatura — por ser muito diferente daquilo que estamos acostumados a vivenciar desde o tempo da graduação com a escrita da monografia — é algo semelhante a cair de um avião sem páraquedas, o que gera muito medo e angústia. Mas, se em algum momento conseguimos não pensar na falta do equipamento e tampouco no chão, desfrutamos da sensação de liberdade de planar sem ideias pré-concebidas, o que nos faz ver o campo com os tais “olhos desacostumados” de que falava o poeta Manoel de Barros;

2) adaptar a escrita do seu projeto de tese às estruturas estabelecidas e demandadas pelos Programas de Pós-Graduação e/ou a Órgãos de Fomento à Pesquisa não será dos trabalhos mais fáceis, e, nesse sentido, é muito importante contar com um Orientador que entenda a metodologia e apoie a ideia. Por último, mas não menos importante;

3) trata-se de um trabalho que exige muito esforço por parte do pesquisador, várias idas e vindas ao campo do início ao fim, uma quantidade grande de dados que vão demandar horas de transcrição, codificação e análise que demandarão uma maturidade científica, que a rigor, doutorandos não têm, já que é no doutorado que começamos a aprender o que é “ser pesquisador”, então, não subestime isso e considere que um projeto de tal monta leva, no mínimo, um (longo) ano de trabalho de campo.

Diário de Campo | nº 2B (27.11.21) | Minhas Impressões SE02

É final da manhã e estou saindo da minha segunda entrevista. [...] Quero registrar algumas coisas que considere bastantes significativas nessa visita. [...] Que pelo menos fique o registro da alegria que senti neste dia. [...] Na minha segunda entrevista, de uma Metodologia que me assusta muito, [...].medo eu tenho do tanto de coisas que eu preciso fazer. Será que dou conta? E que fique registrado aqui, para o caso de algum dia eu virar referência (risos), essa tal de *Grounded Theory* é coisa de gente grande, viu? [...] Em alguns momentos da entrevista, eu me vi pensando se eu ia dar conta de extrair o que era preciso daquela história, e não foi só uma vez, não. [...] Fiquei com vontade de ligar pra o Orientador e dizer que eu ia desistir disso tudo. Desisti de desistir por que me lembrei daquela voz mansa e sorridente dizendo “O sertanejo é um forte”, e de como ele tem apostado e apoiado essa ideia, então, vou tentar mais um bocadinho. Dito isso, vamos pra parte que de fato interessa: as minhas percepções da visita.

[...] eu me sinto emocionada lembrando alguns momentos desse dedo de prosa com seu B. Acho que tem duas coisas que vão ser bem difíceis nesse trabalho. Uma é fazer alguma coisa que esteja à altura das histórias que já ouvi e que ainda vou ouvir. A outra coisa é manter o choro dentro dos olhos [...].

Consideramos ter conseguido, através da análise da história de vida dos dez empreendedores que participaram da pesquisa, esboçar um esquema que revela de maneira sucinta o processo pelo qual os sujeitos passaram para se tornarem e se manterem empreendedores, conforme a explanação que estes fizeram de marcos de sua história e do sentido dados a estes.

Iniciamos este percurso com alguns questionamentos que tomamos como perguntas de partida e que retomamos aqui trazendo no quadro abaixo algumas respostas que o campo nos deu:

Quadro 7 – Perguntas de Partidas e Achados Empíricos

Perguntas de Partida	Achados Empíricos
Existem características singulares nos Sertanejos Empreendedores e no processo de se tornarem e se manterem empreendedores?	Ao analisarmos as falas dos sujeitos entrevistados, percebemos que o processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor guarda semelhanças com modelos desenvolvidos para o estudo de empreendedores por necessidade. Contudo, nos parece bastante significativa a influência da identidade cultural na formação e atuação destes empreendedores. Elementos como resiliência, coragem, comprometimento que são tratadas na literatura sobre empreendedorismo é presente no Sertanejo Empreendedor. O que nos parece singular é como esta se encontra associada a cultura sertaneja, seu modo de ver, ser e agir. O sertanejo empreendedor parece ser preparado pela escassez para um enfrentamento das dificuldades e aproveitamento das oportunidades a partir de um inconformismo-conformado, resiliente, corajoso e pautados numa díade de trabalho e fé.
Que histórias eles nos contam para revelar sua trajetória empreendedora e que ligação esta teria com sua identidade cultural?	Ao serem solicitados a contarem suas histórias empreendedoras, os sujeitos pesquisados dão grande importância a suas vivências e aprendizados com a vida no sertão. Buscam nas referências desta realidade sertaneja formas de explicar os motivos que não só o levaram a empreender, apesar de condições não favoráveis, mas de permanecerem empreendendo. Evocam valores assimilados dentro desta realidade e os apresentam como importantes para sua vivência e ação empreendedora.
São os aspectos culturais sertanejos condicionantes do processo de empreender destes?	A realidade sertaneja e as dificuldades enfrentadas é impulsionador pela busca de melhorias nas condições de vida longe do sertão, o que acaba por levá-los à uma experiência empreendedora, que se inicia condicionada pela necessidade e que permanece vinculada aos aspectos culturais sertanejos.
A história de vida e sua vinculação com o sertão têm influência nos antecedentes do comportamento empreendedor?	A análise das falas dos sujeitos da pesquisa nos fazem considerar que a formação do pensamento empreendedor é fortemente influenciado pela vivência no sertão e a significação atribuída a ela. Os aprendizados obtidos nessa vivência, as formas de enfrentamento das dificuldades, a forma de perceber as oportunidades, o comportamento que combina resiliência, coragem e fé fazem parte da identidade sertaneja e claramente influencia na identidade empreendedora dos sujeitos.

Fonte: elaborado pela autora (2024).

Ainda com base nestas narrativas nos foi oportunizado evidenciar que as

experiências vivenciadas na lida da roça, a identificação com o sertão e como sertanejo, e os significados atribuídos a estes têm relação sobre o jeito de empreender dos sujeitos pesquisados e na maneira como estes vêm se desenvolvendo enquanto empreendedores.

Essas considerações nos levaram a acatar como categoria central da teoria substantiva resultante desta pesquisa o que denominamos, poeticamente, como “A Força Que Nunca Seca”, acreditando que, ainda assim, atendemos ao que Strauss e Corbin (2008) consideram importantes para a nomenclatura de uma categoria central.

As análises que fizemos em torno dessa categoria central mostraram a relevância dela para a definição do que entendemos ser o Sertanejo Empreendedor, com os antecedentes que levaram os sujeitos a ações (algumas dessas ações foram conscientes e intencionais) de empreendedorismo. As reminiscências da vida sertaneja destes sujeitos não apenas conduzem (em alguma medida) como ratificam as ações no processo empreendedor deles.

Nesse contexto, evidenciamos que a motivação para começar a empreender surge impulsionada muito mais por uma necessidade que se impõe do que mesmo pelo desejo de ser um empreendedor, sendo, para isso, importantes estímulos externos ao indivíduo que inicia o processo. Contudo, passado o momento inicial, ao longo da jornada, aquilo que se iniciou por necessidade parece ser percebido como vocação, vinculando-se ao sentimento de realização pessoal e fazendo com que os empreendedores busquem caminhos para se manterem empreendedores.

Dentre as características que identificamos ao logo do processo de codificação, até chegarmos à categoria central, destacamos nas análises a resiliência; a fé; a coragem, a valorização do trabalho, o apreço aos valores familiares, a forte identificação com o seu lugar de origem (sertão) e com a identidade sertaneja, uma valorização desta cultura, a disposição de aprender o que julgam necessário para o seu ofício, a presteza para ouvir, a criatividade proveniente da necessidade de adaptação, e um conformismo que oscila entre a quietude (aceitação quanto a existência de variáveis que não podem ou são difíceis de controlar) e a inquietude (de quem aprendeu que é preciso ter fé, que é pelo desejo da Divindade que a chuva cairá, mas que não se poder esperar parado, é preciso trabalho para que haja colheita).

Ainda sobre esse Sertanejo Empreendedor, há que se falar de sua

solidaridade, que surge envolta num sentimento de retribuição a todos os aprendizados que os revezes e percalços da vida no sertão e sua lida na roça proporcionou. Ele encaram tudo que conquistaram como bençãos concedidas pela Divindade e, por isso mesmo, tudo precisa ser distribuído às outras pessoas, como um compromisso moral.

Utilizamos nesta tese duas formas de validação da teoria substantiva evidenciada. A primeira forma de validação foram os critérios estabelecidos na perspectiva charmaziana: credibilidade, originalidade ressonância e utilidade. A segunda foi ser a teoria substantiva gerada, considerada válida para os sujeitos da pesquisa (Charmaz, 2009), o que fizemos em dois momentos diferentes com dois dos sujeitos que participaram do estudo. Julgamos ter alcançado validação do presente estudo nas duas formas, ainda que seja possível considerar termos níveis de validações diferentes em cada um dos critérios estabelecidos.

Resulta desse trabalho contribuição teórica que entendemos permitir avanços nas discussões sobre o empreendedorismo, sobretudo para o preenchimento de lacunas teóricas, apontadas na justificativa deste trabalho, como a necessidade de estudos que levem em consideração aspectos regionais, culturais e que se voltem para as trajetórias dos empreendedores a partir deles mesmos e das narrativas de suas histórias de vida.

Entendemos também que a presente tese contribuiu para preencher lacunas metodológicas no contexto da Ciência da Administração tanto pelo uso da metodologia da Teoria Fundamentada, quanto da Narrativa de História de Vida, resultando numa Teoria Substantiva que trata de um contexto e que pode ser útil na perspectiva do ensino em Administração, tanto no que diz respeito ao campo do empreendedorismo, como no campo dos Estudos Culturais, promovendo rendosos debates sobre uma realidade nossa: brasileira, nordestina, cariense e sertaneja.

Este trabalho apresentou algumas limitações que compreendemos como um convite à continuidade das pesquisas sobre o Sertanejo Empreendedor. Entre elas, pesa a inexperiência da pesquisadora com a metodologia, o que inviabilizou que a análise das categorias e a própria teoria substantiva pudessem ser discutidas de maneira mais profusa, durante o processo de construção, com os pares, nos moldes que considera Charmaz (2009, p. 235) para quem “escrever é um processo social”, embora ela afirme, logo em seguida, que você pode apoiar-se “na contribuição dos amigos e dos colegas, mas, antes de tudo, [deve escrever] para você mesmo e para

a sua teoria fundamentada. [...]” respeitando que você é o especialista sobre uma teoria que é sua.

Ainda apontamos como limitação o tamanho da amostra (embora não seja visto como um problema na perspectiva metodológica adotada) e não termos contado com a participação de mais sujeitos do gênero feminino, o que aproveitamos para sugerir para os estudos futuros que podem adicionar conhecimentos significativos aos que trouxemos aqui.

Por atuar como professora da graduação em Administração numa instituição de ensino superior da região do Cariri é inevitável não pensar nas contribuições e limitações desta pesquisa também pela perspectiva da docência e do processo de ensino e aprendizagem do empreendedorismo, como disciplina da grade curricular.

Neste sentido, podemos considerar que este trabalho contribui não apenas por tratar da realidade de empreendedores de uma região específica, como dito anteriormente, mas, também para despertar o interesse sobre o processo do empreendedorismo dos sujeitos locais, incluindo o processo de aprendizagem destes, em momentos anteriores e posteriores à prática do empreendedorismo.

Contudo, resta a necessidade de analisar melhor como estes empreendedores aprendem a se desenvolver, o que pode contribuir para o processo formal de educação empreendedora no âmbito da graduação, potencializando e facilitando a aprendizagem sobre o empreendedorismo no contexto brasileiro no aspecto do processo e do comportamento empreendedor.

Outra sugestão para pesquisas futuras é analisar comparativamente o Empreendedor Sertanejo com o empreendedor do litoral cearense, o que pode trazer contribuições sobre as diferenças culturais em diferentes contextos ou processos de formação e o impacto dessas diferenças no processo de empreender e manter-se empreendedor.

Além disso, pesquisas futuras podem explorar o fenômeno do Sertanejo Empreendedor com outras abordagens metodológicas, inclusive, dedutiva e quantitativa e até longitudinal. Vale ressaltar que, o Sertanejo Empreendedor foi estudado, nesta tese, a partir da sua própria narrativa, sem levar em consideração as vozes de outros atores que fazem parte de sua rede de relacionamentos. Acreditamos que essas vozes muito podem acrescentar na compreensão do fenômeno e ampliação dos estudos sobre o Empreendedorismo Regional (2010), como algo que é criado a partir do coletivo o que, também, sugerimos para

pesquisas futuras.

Em que pese esta pesquisa ter sido realizada a partir das narrativas de história de vida e de empreendedorismos dos sujeitos, o trabalho, em certa medida, buscou tratar de uma identidade coletiva — Sertanejo Empreendedor — que não é dada, mas construída, em que as práticas culturais são elementos definidores, mas também os são o jogo de reconhecimento, onde o que homogeniza ganha evidência e o que diferencia é posto em um segundo plano, e; a apreensão, interpretação e representação simbólica da sua própria posição no mundo, diferenciando-nos e os outros (Berger e Luckman, 2014).

Portanto, dessa construção de identidade nordestina e sertaneja, feita ao longo dos anos, tanto pelos outros, quanto pelos próprios nordestinos, surgiram muitos estereótipos — amplamente difundidos, pregnantes e apresentando a realidade de maneira simplificada (algumas vezes de forma favorável e em outras não) — reforçados de diferentes maneiras e diferentes veículos.

Ao apresentarmos as histórias dos sujeitos da pesquisa, sertanejos que tiveram suas vidas marcadas por experiências de escassez, com a descrição densa, não existiu intenção de reforçarmos imagens estereotipadas, mas, sim, evidenciar marcas das representações dessa identidade no processo de construção do Sertanejo Empreendedor a partir do que os empreendedores escolheram dar destaques em suas narrativas.

Antes do ponto final destas considerações, particularmente, necessito dizer que a pesquisa trouxe uma grande oportunidade de aprendizado, engradecedor e gratificante, para esta filha do litoral. Como diz Riobaldo, em *Grande Sertão: Veredas*, contar esses aprendizados “é muito, muito dificultoso. [São aprendizados] [...] de se fazer balancê, de se remexerem dos lugares. [...] São tantas horas de tantas pessoas, tantas coisas em tantos tempos, tudo míudo recruzado” (Rosa, 2009, p. 136).

O que posso dizer é que, mais uma vez, buscar compreender o sertão com o suporte da ciência e de seus métodos me fez ver a maior riqueza deste lugar: o sertanejo, sua cultura e sua fé arraigada, profunda, vigorosa. Contraditoriamente, antes destas empreitadas, houve um tempo em que encarei a fé desse povo sertanejo como algo arcaico, aprisionador e fonte de atraso. A pesquisa científica (que as pessoas costumam associar a racionalidade) oportunizou-me usar outras lentes, com maior grau de sensibilidade e que me apresentou esta fé como um

instrumento de resistência, resiliência e capaz de gerar transformações individuais e coletivas.

Finalmente, consideramos que a vivência no Sertão outorgou a estes empreendedores uma perspectiva singular sobre o processo de empreender, que encontra nos significados atribuídos ao sertão e ao sertanejo a energia necessária para a ação, em tempos de fartura e, sobretudo, em tempos de seca. O sertão é essa força que nunca seca.

E onde fica o Sertão? “O sertão é dentro da gente”.

REFERÊNCIAS

- AITA, E. B.; FACCI, M. G. D. Subjetividade: uma análise pautada na Psicologia histórico-cultural. **Psicol. rev.** (Belo Horizonte), Belo Horizonte, v. 17, n. 1, p. 32-47, abr. 2011.
- ALMEIDA, F. M.; VALADARES, J. L.; SEDIYAMA, G. A. S. A Contribuição do Empreendedorismo para o Crescimento Econômico dos Estados Brasileiros. **REGPE Entrepreneurship and Small Business**, [S. l.], v. 6, n. 3, p. 466-494, 2017.
- ALVIM, S.; LOIOLA, E. Construção e validação de escala de impacto em profundidade: o caso do Empretec. **Psicologia: Organizações e Trabalho**, [S. l.], v. 10, p. 37–51, 2010.
- ARAÚJO, M. L. de A. **Cidade do Padre Cícero**. 2005. 263 f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional); Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.
- ATKINSON, R. The Life Story Interview. In: GUBRIUM, J. F.; HOLSTEIN, J. A. (Eds.), **Handbook of Interview Research: Context and Method**. London: Sage, p. 121-14, 2002.
- BACKER, T.; NELSON, R. E. Creating something from nothing: resource construction through entrepreneurial bricolage. **Administrative Science Quarterly**, 50(3), 329-366. 2005. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.329>
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: Conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BAKER, T; MINER, A.; EESLEY, D. T. Improvising firms: Bricolage, account giving and improvisational competencies in the founding process. **Research Policy**, v. 32, n. 2, p. 255-276, 2003.
- BANDEIRA-DE-MELLO, R. Softwares em pesquisa qualitativa. In: GODOI, C. K; BANDEIRA-DE-MELLO, R.; SILVA, A. B. (Org.). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva, 2006, p. 429-460.
- BANDEIRA-DE-MELLO, R.; CUNHA, C. Administrando o Risco: uma Teoria Substantiva da Adaptação Estratégica de Pequenas Empresas a Ambientes Turbulentos e com Forte Influência Governamental. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, Curitiba, v. 8, edição especial, p.157-179, 2004.
- BANDEIRA-DE-MELLO, R; CUNHA, C.. Grounded theory. In.: GODOI, C. K.; MELLO, R. B.; SILVA, A. B. (Orgs). **Pesquisa qualitativa em estudos organizacionais: paradigmas, estratégias e métodos**. São Paulo: Saraiva; 2006.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo** Lisboa: Edições 70, 1977.
- BARROS, L.O.C. Santuários, Peregrinações e Novas Modalidades de

Concentrações Humanas nas Práticas Religiosas. **Diálogos Latinoamericanos**, Dinamarca, n.3, p. 147-154, 2001.

BARROS-LOPES, J. H. Coragem: um novo tópico da Psicologia Positiva. **Revista Portuguesa de Pedagogia**, Porto v.44, n.2, p.5-20. 2010.

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. **A Construção Social da Realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. Petrópolis: Vozes, 2014.

BIANCHI, E. M. P. G.; IKEDA, A. A. Usos e aplicações da Grounded Theory em Administração. **Revista Gestão.Org**, [S. l.], v. 6, 2 ed., p. 231-248, 2008.

BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Esboço para uma teoria tridimensional do empreendedorismo. *In*: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO – EnANPAD, 33., 2009, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Anpad, 2009.

BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO – EnANPAD, 30.,2006, Salvador. **Anais[...]**. Salvador: Anpad, 2006.

BOCKORNY K ; YOUSSEF-MORGAN C. M Entrepreneurs' Courage, Psychological Capital, and Life Satisfaction. **Front. Psychol.** 10: 789. 2019. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00789>

BRYANT, A.; CHARMAZ, K. **The SAGE Handbook of Grounded Theory**. Los Angeles: Sage, 2007.

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en général**. Londres: Chez Fletcher Gylesdans Holborn, 1755.

CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A.; HOY, F. S. Who is an entrepreneur? Is a question worth asking? **American Journal of Small Business**, [S. l.], v. 12, 4 ed., p. 33-39,1988.

CAVA, R. D. **Milagre em Joaseiro**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1985.

CAVALCANTE, R. F. de L.; SOUSA FILHO, J. M. de. História de Vida de Empreendedores Sócio Ambientais. **Revista Organizações & Sociedade**, [S. l.], v. 30, n. 105, p. 270-307, 2023.

CAVEDON, N. R., “Pode Chegar, Freguês”: A Cultura Organizacional do Mercado Público de Porto Alegre. *In*: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (EnANPAD), 26., 2002, Salvador. **Anais[...]**.Salvador: Anpad, 2002.

CEARÁ. Secretaria das Cidades do Estado. **Plano de Desenvolvimento Urbano Integrado**. [Fortaleza]: SCIDADES, [2018?]. Disponível em:

<https://www.cidades.ce.gov.br/regiao-metropolitana-do-cariri/> Acesso em: 18 jul. 2022.

CEZAR, A. T.; JUCA-VASCONCELOS, H. P. Diferenciando sensações, sentimentos e emoções: uma articulação com a abordagem gestáltica. IGT rede, Rio de Janeiro, v. 13, n. 24, p. 04-14, 2016. Disponível em http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-25262016000100002&lng=pt&nrm=iso. Acessos em 29 nov. 2023.

CHACON, S. S. **O sertanejo e o Caminho das Águas**: políticas públicas, modernidade e sustentabilidade no semi-árido. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil (Série BNB Teses e Dissertações, n. 08), 2007.

CHANLAT, J-F. **O Indivíduo na Organização**: dimensões esquecidas, v. 1, São Paulo: Atlas, 1996.

CHARMAZ, K. **A Construção da Teoria Fundamentada**: guia prático para análise qualitativa. Tradução de Joice Elias Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009.

CHARMAZ, K. Grounded Theory in the 21st Century: Applications for Advancing Social Justice Studies. In: DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S (eds.), **The Sage handbook of qualitative research**. Sage Publications Ltd., 2005.p. 507–535.

CHU, R. A.; WOOD JR, T. Cultura organizacional brasileira pós-globalização: global ou local? **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 05, p. 969-991. 2008.

CIAMPA, A. C. Entrevista. Constr. psicopedag. [online]. dez. 2006, v.14, no.11. Disponível em: http://pepsic.homolog.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-69542006000100002&lng=pt&nrm=iso. ISSN 1415-6954. Acesso em: 20 out. 2023.

CIAMPA, A. C. **Identidade**. In: LANE, S.; T. M.; CODO, W. (Orgs.). Psicologia social: o homem em movimento. 9. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

CLOSS, L.; ANTONELLO, C. S. História de Vida: Suas possibilidades para a investigação de processos de aprendizagem gerencial. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 10, n.1, p. 105-137. 2012.

COELHO, D. P. **Aprendizagens, Orientação por Erros e Perfil do Empreendedor**: um estudo em empreendedores de PME de Gastronomia de Fortaleza/CE, 79 f. Dissertação (Mestrado em Administração), Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2011.

COLLING, T.; OLTRAMARI, A. P. História de vida e teoria interseccional. **Revista ADM.MADE**, v. 23, n. 2, p. 59-69. 2019.

CORRÊA, S. C. H.; GOSLING, M. de S. Grounded Theory: uma abordagem metodológica congruente com a pesquisa em turismo. **Rosa dos Ventos**, [S.l.], v. 12, n. 4, p. 839-859, 2020.

CRESWELL, John W. **Investigação Qualitativa e Projeto de Pesquisa:** escolhendo entre cinco abordagens. Tradução Sandra Mallmann da Rosa. 3. ed. Porto Alegre: Penso, 2014.

CUNHA, E. da. **Os Sertões.**(Clássicos da Literatura) Barueri/SP: Ciranda Cultural, 2018.

CUNNINGHAM, J.; XIONG, L.; HASHIM, H.; YUNIS, M. Narrating the 'social': the evolving stories of Pakistan's social entrepreneurs. **Entrepreneurship and Regional Development**, [S. l.], v. 34, n. 7, p. 668-685, 2022.

CURY, J. M.; VEIGA, H. M. da S. Competências Empreendedoras nos Contextos de Ensino-Aprendizagem: Revisão Sistemática da Literatura (2009-2020). **Revista Gestão & Conexões**, [S. l.], v. 10, n. 3, P. 57–79, 2021.

DANTAS, M. Gestão, cultura e leadership-o caso de três organizações afro-baianas. In: FISCHER, T. **Gestão Contemporânea:** cidades estratégicas e organizações locais. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

DOLABELA, F.; LIMA, M. **Empreendedorismo, Uma Forma de Ser:** Saiba o que são empreendedores individuais e coletivos. Brasília: AED, 2003.

DORNELAS, J. **Empreendedorismo:** transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

FÉLIX, W. J. S. **Valei-me meu Padim:** um estudo sobre a cultura, os 'negócios da fé' e o desenvolvimento territorial de Juazeiro do Norte. 2008. 363 f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2008.

FERREIRA, M. N. P.; PINTO, C. F.; MIRANDA, R. M. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais em empreendedorismo. **Revista de Administração - REAd**, [S. l.], 81 ed., n. 2, mai./ago., p. 406-436, 2015.

FERREIRA, M. P. *et al.* Pesquisa em empreendedorismo no principal periódico internacional: um estudo bibliométrico das publicações no Journal Of Business Venturing entre 1987 e 2010. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 56-83, 2014.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários de pequenos negócios. **Revista de Administração da USP**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28. 1999.

FILION, L. J. Visão e relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **Revista de Administração de Empresas (RAE)**. [S. l.], v. 33, n. 6, p. 50–61, 1991. Disponível em: <https://periodicos.fgv.br/rae/article/view/38355>. Acesso em: 12 out. 2023.

FISCHER, T. A cidade como teia organizacional: inovações, continuidades e ressonâncias culturais Salvador, BA, cidade puzzle. **Revista de Administração**

Pública, [S. l.] v. 31, n. 3, p.74 – 88, 1997.

FISCHER, T. Gestão Contemporânea, Cidades Estratégicas: aprendendo com fragmentos e configurações do local. *In: Gestão Contemporânea: cidades estratégicas e organizações locais*. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 1996.

FISHER, G. Effectuation, Causation and Bricolage: a Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research. **Entrepreneurship Theory and Practice**, [S. l.] v. 36, n. 5, p. 1019-1050. 2012. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x>

FISHER, G. Effectuation, Causation, and Bricolage: A Behavioral Comparison of Emerging Theories in Entrepreneurship Research. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 36, n. 5, p. 1019-1051, 2012.

FLETCHER, D. 'Toy Story': the narrative world of entrepreneurship and the creation of interpretive communities. **Journal of Business Venturing**, New York, v. 22, n. 5, p. 649-672, 2007.

FLETCHER, D. E. Entrepreneurial Processes, and the Social Construction of opportunity. **Entrepreneurship & Regional Development**, [S. l.], v. 18, n. 5, p. 421-440, 2006.

FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

GEERTZ, C. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 1989.

GIDDENS, A. **The Constitution of Society**. Berkeley: University of California Press, 1984.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GIL, A. C.; OLIVA, E. C.; GASPAR, M. A. A regionalidade como área de estudo da administração: um estudo de caso de um programa de mestrado em administração. **Revista Gestão.Org**, Recife, v. 1, p. 11-24, nov. 2008.

GLASER, B. G. **Theoretical sensitivity**. Mill Valley: The Sociology Press, 1978.

GLASER, B. G.; STRAUSS, A. L. **The Discovery of Grounded Theory: strategies for qualitative research**. New York: Aldine de Gruyter, 1967.

GLASER, B. G. Remodeling Grounded Theory. **The Grounded Theory Review**. [S. l.], v. 4, n.1, nov. 2004.

GOULDING, C. Grounded theory, ethnography and phenomology. **European Journal of Marketing**, [S. l.], v. 39, ed. 3/4, p. 294-308, 2005.

GOULDING, C. Grounded Theory: A magical formula or a potencial nightmare. **The Marketing Review**, [S. l.], v. 2, 1. ed., p. 21-34, 2001.

GUIMARÃES, A. F.; SANTOS, R. H.; FERREIRA, M. R.; BORGES, W. A. Empreendedorismo como Campo Polissêmico: um contraponto ao reducionismo do mainstream econômico. **Cadernos de Administração**, Maringá, v. 9, n. 1, p. 151-167, jan./jun. 2021.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. Tradução de Beatriz Sidou. São Paulo: Centauro, 2006.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 9.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HARLEY, A. E.; BUCKWORTH, J.; KATZ, M. L.; *et al.* Developing long-term physical activity participation: A grounded theory study with African American women. **Health Education & Behavior**, [S. l.], v.36, n. 1, p.97-112, 2009.

HATCH, J. A.; WISNIEWSKI, R. **Life History and Narrative**. London: The Falmer Press. 2003.

HISRICH, R.; PETERS, M.; SHEPHERD, D. A. **Empreendedorismo**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOGG, M. A.; TERRY, D. J. **Social identity theory and organizational processes**. In: HOGG, M.A.; TERRY, D. J. (Eds.). Social identity processes in organizational contexts. Philadelphia: Psychology Press, 2001.

ICHIKAWA, E. Y.; SANTOS, L. W. Apresentando a Grounded Theory: uma nova proposta de abordagem qualitativa na pesquisa organizacional. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (EnANPAD), 26., 2002, Salvador. **Anais**. Salvador: Anpad, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo Brasileiro de 2022**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022.

INSTITUTO DE PESQUISAS ECONÔMICAS DO CEARÁ (IPECE). **Indicadores Sociais do Ceará, 2018**. Fortaleza: IPECE, 2018. Disponível em: https://www.ipece.ce.gov.br/wp-content/uploads/sites/45/2020/03/Indicadores_Sociais_2018.pdf Acesso em: 18 jul. 2022.

JACOBUS, A. E.; DE SOUZA, Y. S.; BITENCOURT, C. C. O que Fazem Afinal os Pesquisadores que Praticam Grounded Theory? In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração (EnANPAD), 36, 2012, Rio de Janeiro. **Anais[...]**. Rio de Janeiro: Anpad, 2012.

JONES, G. R. Life History Methodology. In: MORGAN, G. (Ed.), **Beyond Method**. London: SAGE Publications, p. 147-159. 1983.

JULIEN, P. **Empreendedorismo Regional e Economia do Conhecimento**. Tradução Márcia Freire Ferreira Salvador. São Paulo: Saraiva, 2010.

JUNAID, M; Mommin, D.; Mebboob ur R.; Nasir, R. Entrepreneurship as a Socially Constructed Phenomenon: Importance of Alternate Paradigms Research. **Journal of Managerial Sciences**, [S. l.], v. 9, p. 35-48, jan./jun. 2015.

KIRZNER, I. **Competition and Entrepreneurship**. Chicago: University of Chicago Press, 1973.

KRÜGER, C.; BORRÉ, M. L.; LOPES, L. F. D.; De FREITAS MICHELIN, C. O binômio liderança empreendedorismo: uma análise a partir da teoria do comportamento planejado. **Perspectivas Online: Humanas & Sociais Aplicadas**. [S. l.], v. 11, n. 31, p. 26-45. 2022.

KRÜGER, C.; BÜRGER, R. E.; MINELLO, I. F. O Papel Moderador da Educação Empreendedora Diante da Intenção Empreendedora. **Revista Economia & Gestão**, [S. l.], v. 19, n. 52, p. 61-81, 2019.

LAPLANTINE, F.; TRINDADE, L. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

LOCKE, K. D. **Grounded theory in management research**. Londres: Sage Publications, 2001.

MACEDO, F. M. F, BOAVA, D. L. T., Dimensões Epistemológicas da Pesquisa em Empreendedorismo. *In: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD)*, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais[...]**. Rio de Janeiro: Anpad, 2009.

MAGESTE, G. de S.; LOPES, F. T. O Uso da História de Vida nos Estudos Organizacionais. *In: Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração (EnEPQ 1.)*, 2007, Recife. **Anais[...]**. Recife: Anpad, 2007.

McCLELLAND, D. C. **A Sociedade Competitiva: realização e progresso social**. Expressão e Cultura.1972.

MEDEIROS, A. P. **Teoria Substantiva Acerca da Implantação da Indústria 4.0 em Indústrias Instaladas no Brasil**. 2021. 311 f. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2021.

MELLO, S. B. C.; CORDEIRO, A. T.; TEIXEIRA, C. C. M. Condições e contradições do ensinoaprendizagem: reflexões acerca de uma pedagogia político-crítica em Paulo Freire no contexto de uma sociedade de consumo. **Contrapontos**, Itajaí, v. 6, n. 3, p. 477-494. set./dez. 2006.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis –Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

MINELLO, I. F. **Resiliência e insucesso empresarial: um estudo exploratório sobre o comportamento resiliente e os estilos de enfrentamento do empreendedor em**

situações de insucesso empresarial, especificamente em casos de descontinuidade do negócio. 2010. Tese (Doutorado em Administração). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. <https://doi.org/10.11606/T.12.2010.tde-24062010-114250>. Acesso em: 2023-11-28.

MINER, A. S.; BASSOF, P.; MOORMAN, C. Organizational Improvisation and Learning: A Field Study. **Administrative Science Quarterly**, v. 46, n. 2, p. 304-337, 2001.

NASSIF, V. M. J.; GHOBRI, A. N.; AMARAL, D. J. Empreendedorismo por necessidade: o desemprego como impulsionador da criação de novos negócios no Brasil. **Pensamento & Realidade**, [S.l.], v. 24, n. 1, p. 143-168, 2009.

NOBLE, G. I. **Managing synergetic momentum**: A Grounded Theory of the management of public-private partnerships. Tese (Doutorado). Escola de Administração, Marketing e Relações de Emprego da Universidade de Wollongong, Austrália, 2002.

OGBOR, J. Mythcizing and Reification in Entrepreneurial Discourse: Ideology-Critique of Entrepreneurial Studies. **Journal of Management Studies**, [S. l.], v. 37, n. 5, p. 605-635, jul. 2000.

PAIVA JR., F. G. de, O Empreendedor e sua Identidade Cultural: em busca do desenvolvimento local. *In*: Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD), 28., 2005, Brasília. **Anais [...]**. Brasília: Anpad, 2005.

PAIVA JÚNIOR, F. G. de; ALMEIDA, S. de L.; GUERRA, J. R. F. O empreendedor humanizado como uma alternativa ao empresário bem-sucedido: um novo conceito em empreendedorismo, inspirado no filme Beleza Americana. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 8, Edição especial. p. 112-134, nov./dez. 2008.

PETERSON, C.; SELIGMAN, M. **Character Strengths and Virtues**: A Handbook and Classification. New York: Oxford University Press/Washington, DC: American Psychological Association. 2004.

PINTO, M. de R.; SANTOS, L. L. da S. A Grounded Theory como abordagem metodológica: relatos de uma experiência de campo. **Organizações & Sociedade**, [S. l.], v. 19, n. 62, p. 417-436. 2012.

RAMOS, F. R. L. **O Meio do Mundo**: território sagrado em Juazeiro do Padre Cícero. Fortaleza: Imprensa Universitária, 1995.

REIS, D. G. de; ANTONELLO, C. S. Ambiente de mudanças e aprendizagem nas organizações: contribuições da análise da narrativa. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, [S. l.], v. 4, n.2, p. 176-193. 2006.

RIBEIRO, D. **O Povo Brasileiro**: a formação e o sentido do Brasil. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

ROSA, J. G. **Grande Sertão: Veredas** – “O diabo na rua, no meio do redemoinho”. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

RUPPENTHAL, J. E.; CIMADON, J. E.. **O processo empreendedor em empresas criadas por necessidade**. *Gestão & Produção*, v. 19, n. 1, p. 137–149, 2012.

SANT'ANNA, A. de S.; NELSON, R. E. Reversão de Funções Econômicas de Cidades: Contribuições aos Estudos sobre Empreendedorismo. **PRETEXTO**, Belo Horizonte, v. 14, ed. 4, p. 81-97, out./dez. 2013.

SANTOS, J. L. G. dos; CUNHA, K.; ADAMY, E. K.; BACKES, M. T. S.; LEITE, J. L.; DE SOUSA, F. G. M. Data analysis: Comparison Between the Different Methodological Perspectives of the Grounded Theory. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, [S. l.], v. 52, 2018. b. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1980-220X2017021803303>. Acesso em: 3 nov. 2021.

SCHAEFER, R; MINELLO I. F. Empreender como uma Forma de Ser, Saber e Fazer. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, Rio de Janeiro v.14, n.1, p.160-193, jan-mar. 2020.

SCHAEFER, R; MINELLO I. F. Mentalidade empreendedora: o modo de pensar do indivíduo empreendedor. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, [S. l.], v.6, n. 3, p. 495-524. 2017.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO À MICRO E PEQUENA EMPRESA (SEBRAE). **Relatórios Socioeconômicos** – Região Cariri, Ceará: Sebrae, 2023. Disponível em: www.sebrae.com.br. Acesso em: Out. 2023

SIGAHÍ, T.F.A.C. Abordagens teóricas sobre comportamento empreendedor: um estudo bibliométrico. **GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 14, n. 4, p. 69 - 92, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.15675/gepros.v14i4.2297>. Acesso em Out. 2023.

SILUK, J. C. M.; GARLET, T. B.; MARCUZZO, R.; MICHELIN, C. de F.; MINELLO, I. F. Empreendedorismo de base tecnológica no Sul do Brasil **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, [S. l.], v. 11, p. 471 -488, 2018.

SILVA, C. C. **Análise Sistêmica do Processo Ensino Aprendizagem de Genética à Luz da Teoria Fundamentada**. 2014. 187 f. Tese (Doutorado em Educação em Ciência e Matemática). Rede Amazônica de Educação em Ciência e Matemática, Manaus, 2014.

SILVA, S. P. M.; GIL, A. C. O Método Fenomenológico na Pesquisa sobre Empreendedorismo no Brasil. **Revista de Ciências da Administração**, [S. l.], v.1, n.1, p.99–113, 2015.

SILVA, V. G. da. **O antropólogo e sua magia**: trabalho de campo e texto etnográfico nas pesquisas antropológicas sobre as religiões afro-brasileiras, São

Paulo, Edusp, 2006, 194p.

SNYDER, C.; LOPEZ, S. **Positive Psychology** (The Scientific and Practical Explorations of Human Strengths). Thousand Oaks, CAL.: Sage Publications. 2007.

STINGHEN, M. G. **Padre Cícero: a canonização popular**. 2000. 171 f. Dissertação (Mestrado em Teoria Literária). Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem, Campinas, 2000.

STRAUSS, A. **Espelhos e máscaras**. São Paulo: Edusp, 1997.

STRAUSS, A. L.; CORBIN, J. **Pesquisa Qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento da teoria fundamentada**. Tradução de Luciane de Oliveira da Rocha. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TIMMONS, J.; SPINELLI, S. **New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century**. 6. ed. Nova Iorque: McGraw-Hill/Irwin, 2004.

TONELLI, D. F.; BRITO, M. J.; ZAMBALDE, A. L. Empreendedorismo na ótica da teoria ator-rede: explorando alternativa às perspectivas subjetivista e objetivista. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 9, n. Ed. Especial, art. 7, p. 586-603, 2011.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Atlas, 1987.

TSCHÁ, E. R.; CRUZ NETO, G. G. (2014). Empreendendo colaborativamente ideias, sonhos, vidas, e carreiras: o caso das células empreendedoras. *In*: Gimenez, F. A. P. *et al.* (org.) **Educação para o empreendedorismo**. Curitiba: Agência de Inovação da UFPR.

VENKATARAMAN, S.; SARASVATHY, S.; DEW, N.; FORSTER, W. Reflections on the 2010 AMR Decade Award: Whither the Promise? Moving Forward with Entrepreneurship as a Science of the Artificial. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 1, p. 21-33, 2012.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/16320788/A_Amostragem_em_Bola_de_Neve_na_pesquisa_qualitativa_um_debate_em_aberto. Acesso em: 29 nov. 2021.

VOGT, S.; BULGACOV, Y. L. M. História de Vida de Empreendedores: estratégia e método de pesquisa para estudar a aprendizagem empreendedora. **Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas**, São Paulo, v. 8, n. 3, p. 99-133, set./dez. 2019.

WALSH, I.; HOLTON, J. A.; BAILYN, L.; FERNANDEZ, W.; LEVINA, N.; GLASER, B. What Grounded Theory is . . . a Critically Reflective Conversation Among Scholars. **Organizational Research Methods**, [S. l.], v.18, p. 620-628, 2015.

WILLIAMS, S. D.; AMMETLLER, G.; INMA, R-A.; LI, X. A Narrative Perspective on

International Entrepreneurship: Comparing Stores from the United States, Spain, and China. **IEEE Transactions on Professional Communication**, [S. l.], v. 50, n. 4. p. 379-397, 2016.

WOODWARD, K. **Identidade e diferença: uma introdução**. In: SILVA, T. T., HALL, S., WOODWARD, K. Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. 11^a ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

YITSHAKI, R.; KROPP, F.; HONIG, B. The role of compassion in shaping social entrepreneurs' prosocial opportunity recognition. **Journal of Business Ethics**. [S. l.], v. 179, n. 2, p. 617-647, 2021.

Apêndice A - Roteiro de Entrevista Inicial

Interesses Norteadores para o Roteiro:

1. Como o sujeito se tornou e permanece empreendedor?

- Motivação para se tornar um empreendedor.
- Experiências que prepararam o sujeito para o empreendedorismo (aprendizagem, convivência, etc.).
- O ambiente em que o sujeito desenvolveu o seu negócio.
- Informações sobre o empreendimento.
- Práticas e desafios diários.
- Compreensão do sujeito quanto à definição do que é ser empreendedor e os fatores que ele julga necessário para se tornar e permanecer empreendedor.

2. Sua vivência com a “lida” no Sertão tem alguma relação com a forma com que atua no seu negócio? A identidade cultural sertaneja pode ser percebida na forma como estes se tornam e permanecem empreendedores?

Perguntas Orientadoras das Conversas

(Não necessariamente as perguntas serão feitas até o fim. Com exceção da primeira pergunta, as demais não precisam seguir a ordem. As perguntas podem ser reformuladas durante o diálogo):

1. Eu gostaria que você começasse contando livremente sobre a sua história de vida empreendedora.

2. Fale sobre suas primeiras experiências com o empreendedorismo (o começo do processo).

3. Poderia nos descrever alguns dias e/ou experiências como empreendedor?

4. Poderia nos contar a história do seu negócio, a evolução dele e como ele está agora?

5. Que experiências o fizeram reavaliar seu percurso como empreendedor? Que resultados essa reavaliação trouxe?

6. Como é que você vê o seu trabalho como empreendedor no futuro?

7. Que histórias vêm à sua mente, sobre suas vitórias e derrotas, experiências boas e ruins, neste percurso empreendedor, que gostaria de compartilhar?

8. Que partes da sua história de vida, anteriores a começar o empreendedorismo, acredita que foram importantes para ser o empreendedor que é hoje?

Apêndice B - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Título da pesquisa: Sertanejo Empreendedor: um estudo de Teoria Fundamentada com empreendedores locais da Região do Cariri Cearense

Nome da pesquisadora responsável: Waleska James Sousa Félix, com a orientação do Professor Doutor Marco Pinheiro da Silveira.

Você está sendo convidado para participar desta pesquisa proposta pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), que está descrita em detalhes abaixo. Para decidir se você deve concordar ou não em participar desta pesquisa, leia atentamente todos os itens a seguir que irão informá-lo(a) e esclarecê-lo(a) de todos os procedimentos, riscos e benefícios pelos quais você passará.

Esta pesquisa tem como objetivo **desenvolver uma teoria substantiva que contribua para a compreensão do processo de empreendedorismo do Sertanejo Empreendedor, com o suporte metodológico da Teoria Fundamentada em Dados (*Grounded Theory*)**.

Esta Teoria será desenvolvida partindo de alguns questionamentos: 1) Existem características singulares nos Sertanejos Empreendedores e no processo de se tornarem e se manterem empreendedores? 2) De que maneira os empreendedores locais se tornam e permanecem empreendedores? 3) Quais os passos neste processo e como estes empreendedores o vivenciam? 4) Que histórias eles nos contam para revelar sua trajetória empreendedora e que ligação esta teria com sua identidade cultural?

Queremos falar sobre o sertão e o povo sertanejo, seu processo de formação, características e seu modo de vida, e contribuir com um aprofundamento da história da Região do Cariri — sertão cearense, mais especificamente, na história dos empreendedores locais.

Para tanto, utilizaremos como recurso de coleta de dados a entrevista com os empreendedores e a observação não participante do empreendedor no local do empreendimento.

As entrevistas serão gravadas, transcritas e utilizadas para a construção da teoria, contudo, os dados serão apresentados sem informações de identificação do empreendedor. Não faremos registros fotográficos, nem do empreendedor e nem do ambiente do empreendimento. Não serão levantadas e nem apresentadas informações estratégicas do empreendimento.

A participação nesta pesquisa não infringe as normas legais e éticas. Os procedimentos adotados obedecem aos critérios de ética em pesquisa conforme a Resolução no 510/16. Este estudo apresenta risco mínimo, sendo considerados os seguintes: 1) cansaço físico/mental por se tratar de uma narrativa de história de vida do empreendedor, o que pode demandar um período mais longo, ou; 2) algum tipo de desconforto emocional, por envolver o resgate de memórias da história de vidas, com a possibilidade de entre elas, estarem algumas desagradáveis.

Para diminuir ou sanar este tipo de risco, adotamos como estratégias: 1) todas as entrevistas e visitas para observação serão agendadas previamente considerando o melhor momento para o entrevistado, podendo ser interrompidas a qualquer tempo de acordo com interesse do entrevistado; 2) o entrevistado terá liberdade de contar a sua história de vida e a história de vida empreendedora, sem que seja estabelecido nenhum roteiro prévio; 3) a pesquisadora se compromete

ficar atenta e sensível às emoções do entrevistado, que aflorarem durante o processo, para que não sejam desrespeitados os limites emocionais dos participantes; 4) após a transcrição das entrevistas, estas serão apresentadas aos entrevistados para garantir que, repensando sobre possíveis desconfortos quanto as informações prestadas, seja dado o direito ao entrevistado de solicitar a retirada de algum trecho da entrevista.

Você tem a liberdade de se recusar a participar ou a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem prejuízo para você. Você poderá pedir informações sobre a pesquisa através do telefone da pesquisadora do projeto (88)996295691, ou pelo e-mail waleskafelix@gmail.com ou waleska.felix@ufca.edu.br. Se necessário, procure o Comitê de Ética em Pesquisa da USCS, cujo telefone é (11) 4239-3282, de segunda a sexta das 14h às 16h, ou pelo email cep@online.uscs.edu.br.

Você tem assegurado que todas as suas informações pessoais obtidas durante a pesquisa serão consideradas estritamente confidenciais e os registros e imagens estarão disponíveis apenas para os pesquisadores envolvidos no estudo. Os resultados obtidos nessa pesquisa poderão ser publicados com fins científicos, mas sua identidade será mantida em sigilo.

Rubrica da pesquisadora

Rubrica do(a) participante

Apêndice C - Roteiro de Entrevista Final

Interesses Norteadores para o Roteiro:

2. Como o sujeito se tornou e permanece empreendedor?

- Motivação para se tornar um empreendedor;
- Experiências que prepararam o sujeito para o empreendedorismo (aprendizagem, convivência, etc.);
- O ambiente em que o sujeito desenvolveu o seu negócio;
- Informações sobre o empreendimento;
- Práticas e desafios diários;
- Compreensão do sujeito quanto à definição do que é ser empreendedor e os fatores que julga necessário para se tornar e permanecer empreendedor.

2. Sua vivência com a “lida” no Sertão tem alguma relação com a forma que atua no seu negócio? A identidade cultural sertaneja pode ser percebida na forma como vocês se tornam e permanecem empreendedores?

Perguntas Orientadoras das Conversas

(Não necessariamente as perguntas serão feitas até o fim. Com exceção da primeira e da última pergunta as demais não precisam seguir a ordem e nem ser necessariamente feitas. As perguntas podem ser reformuladas durante o diálogo):

1. Eu gostaria que você começasse contando livremente sobre a sua história de vida empreendedora.

2. Fale sobre suas primeiras experiências com empreendedorismo (o começo do processo).

3. Poderia nos descrever alguns dias e/ou experiências como empreendedor?

4. Poderia nos contar a história do seu negócio, a evolução dele e como ele está agora?

5. Que experiências o fizeram reavaliar seu percurso como empreendedor? Que resultados essa reavaliação trouxe?

6. Como é que você vê o seu trabalho como empreendedor no futuro?

7. Que histórias vêm a sua mente sobre suas vitórias e derrotas, experiências boas e ruins, neste percurso empreendedor, que gostaria de compartilhar?

8. Nas experiências de muitas dificuldades, você pensou em desistir de empreender? O que o fez não pensar nisso ou desistir da ideia de desistir?

9. Que partes da sua história de vida, anteriores a começar o empreendedorismo, você acredita que foram importantes para ser o empreendedor que é hoje?

10. Nesse percurso empreendedor, quem você considera fundamental para chegar até aqui?

11. Sobre a educação formal para empreender, ela é importante para o processo do empreendedorismo? Como você avalia isso?

12. Como se aprende a ser empreendedor?

13. Qual é a importância do meio em que o empreendedor está inserido para o processo empreendedor?

14. Você acredita que a sua experiência no sertão contribuiu para você ser empreendedor? Tem algo dessa vivência que faça parte do seu processo de

empreendedorismo?

15. O que é um empreendedor?

16. Se o senhor pudesse resumir o que é importante para ser empreendedor, o que o senhor diria?

17. Você acha que o processo empreendedor é um processo solitário?

18. O que é um sertanejo?

19. O que você acha que é um Sertanejo Empreendedor?

20. Tem mais alguma coisa que eu não perguntei que você acha que eu deveria ter perguntado? O algo que você julgue importante dizer?