

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

**QUANDO O EMPREENDEDORISMO GERA O EMPREENDEDOR: AS
MICROFUNDAÇÕES DA CARREIRA EMPREENDEDORA**

Jacqueline Florindo Borges

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Tania Casado

Coorientador: Prof. Dr. Angelo dos Santos Soares

SÃO PAULO
2012

JACQUELAINE FLORINDO BORGES

**QUANDO O EMPREENDEDORISMO GERA O EMPREENDEDOR: AS
MICROFUNDAÇÕES DA CARREIRA EMPREENDEDORA**

Tese apresentada ao Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo como requisito para a obtenção do título de Doutora em Administração.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Tania Casado

Coorientador: Prof. Dr. Angelo dos Santos Soares

Versão simplificada

SÃO PAULO

2012

RESUMO

Carreira e empreendedorismo são dois campos de conhecimento que assumiram papel central em estudos de Administração a partir do final do século XX. Todavia, a predominância do paradigma funcionalista e da pesquisa quantitativa nos estudos acadêmicos de ambos os campos tem sido criticada. Também o conhecimento oriundo da prática de consultoria, fortemente disseminado em ambos os campos, é avaliado como superficial e pouco rigoroso pelos cânones científicos. Apenas uma minoria dos estudos, em ambos os campos, analisa a carreira e o empreendedorismo como processos de interação social. Carreira e empreendedorismo desenvolveram-se como campos separados de estudos, o que tem impedido a produção de um vigoroso diálogo entre esses dois campos. Nós elegemos esse espaço de interseção entre carreira e empreendedorismo como nosso tema de pesquisa: a carreira empreendedora. Nós buscamos respostas para uma questão que problematiza o diálogo entre carreira e empreendedorismo: por que e como o empreendedorismo gera o empreendedor? O objetivo geral é fazer avançar o conhecimento sobre a carreira empreendedora a partir do estudo de suas microfundações no âmbito privado (individual) e no âmbito público (coletivo e estrutural). Para a condução da pesquisa, nós empregamos a triangulação de paradigmas e teorias: o paradigma interpretativo, que caracteriza igualmente estudos da Sociologia filiados ao interacionismo simbólico e à teoria dramaturgica e os estudos da Psicologia Social sobre as interações cotidianas; o paradigma estruturalista, que caracteriza a abordagem do mito do herói em estudos de Mitologia; e os paradigmas crítico e pós-estruturalista nos campos da Sociologia, da Psicologia Social e dos Estudos Organizacionais, que problematizam a relação entre o público e o privado na carreira empreendedora. A pesquisa foi realizada em duas etapas: na primeira, nós utilizamos o método de análise de conteúdo para estudar as histórias de 21 empreendedores de uma cidade do interior do país, relatadas pela mídia impressa, visando ao estudo de hipóteses sobre os mitos da carreira empreendedora; na segunda etapa, nós utilizamos elementos do método da história de vida temática e a técnica de entrevista semiestruturada para coletar dados sobre a participação de mitos, emoções e identidades na carreira de 18 empreendedores que estavam presentes na primeira etapa da pesquisa. A partir da triangulação dos dados das duas etapas da pesquisa, nós propusemos uma definição para a carreira empreendedora, descrevemos suas microfundações e oferecemos uma definição de empreendedorismo. A identidade empreendedora é analisada como um processo de interações do indivíduo com ele mesmo e de interações do indivíduo com os outros indivíduos e com as instituições. Desse modo, nossa pesquisa amplia os estudos de um campo ainda pouco compreendido – a carreira empreendedora – bem como dos próprios conceitos de carreira e de empreendedorismo.

ABSTRACT

Career and entrepreneurship are two fields of knowledge that took over the main role in Management studies at the end of the 20th century. Yet, predominance of the functionalist paradigm and quantitative research in academic studies of both fields have been criticized. Also, the knowledge that comes from consultancy practices, strongly disseminated in both fields, is seen as superficial and lacking strictness by the canons of science. Only a few of the studies in both fields analyze career and entrepreneurship as processes of social interaction. Career and entrepreneurship developed as separate fields of study and this has not permitted strong dialogue between both fields. We chose the intersection between career and entrepreneurship as our theme for research: the entrepreneurial career. We sought answers for an issue that problematizes the dialogue between career and entrepreneurship: why and how entrepreneurship generates the entrepreneur? The general objective is to make advances on the knowledge on entrepreneurial career based on the studies of its microfoundations in the private field (individual) or the public field (collective and structural). In order to conduct the research, we used the triangulation of paradigms and theories: the interpretive paradigm that equally characterizes Sociological studies related to symbolic interaction and dramaturgical theory, and studies of Social Psychology on daily interaction; the structuralist paradigm that characterizes the approach to the hero myth in Mythological studies; and the critical and poststructuralist paradigms in the areas of Sociology, Social Psychology and Organizational Studies that problematize the relation between public and private in entrepreneurial career. The research was carried out in two phases: in the first, we used content analysis methodology to study the trajectory of 21 entrepreneurs from a city in the interior as documented in printed media, aiming to study the hypotheses of the myths of the entrepreneurial career. In the second phase, we used elements of the thematic life-history method and semi-structured interview technique to collect data on the participation of myths, emotions and identities in the careers of the 18 entrepreneurs present in the first stage of the research. Based on the triangulation of data from the two phases of the study, we suggest a definition for entrepreneurial career, describe its micro-foundations, and offer a definition of entrepreneurship. Entrepreneurial identity is analyzed as a process of interactions of the individual with himself and his interaction with other individuals and institutions. In this way, our research broadens the studies of a field that is little understood — the entrepreneurial career — as well as the concepts on career and entrepreneurship.

1 INTRODUÇÃO

A heroïnização do empreendedor tem, não há dúvida, um aspecto institucional, mas seu impacto vai além, pois é o sentido mesmo da palavra empresa que mudou. Ela designa não mais uma acumulação, ainda que sempre se trate de acumular, mas uma maneira de se conduzir: o fato de empreender qualquer coisa. Ela simboliza uma criação pessoal, uma aventura possível para todos.

Alain Ehrenberg, O culto da performance

O capitalismo, em sua forma moderna, se desenvolveu desde a metade do século XIX, assim como o estilo de vida que o caracterizou. As intrincadas relações entre vida íntima, economia, sociedade, tecnologia e política ocidentais foram moldadas a partir de conceitos como trabalho e emprego.

No decorrer do século XX, a carreira se tornou um conceito fundamental para organizarmos e pensarmos a nossa vida profissional nas sociedades ocidentais. Todavia, desde o final do século XX, esse conceito está sujeito a reconstituições, devido a um intrincado conjunto de fatores que influenciam a maneira como as pessoas experimentam uma profissão: globalização, avanços tecnológicos, desregulamentação do mercado de trabalho, mudanças nas estruturas organizacionais (privatizações, fusões e aquisições, organização em rede) e nos padrões de emprego, mudanças na educação, aumento da insegurança, mudanças nos valores sociais (STOREY, 2000).

Iniciamos este capítulo com uma breve análise do contexto e do problema de investigação desta pesquisa. Em seguida, nós apresentamos a justificativa, os objetivos e os aspectos que constituem a originalidade desse estudo.

1.1 Contexto e problema de investigação

Em seu ensaio sobre o "espírito" do capitalismo moderno, Max Weber ([1920] 2004) utilizou a palavra *Beruf*, explica Sennett (2007, p. 144), um equivalente alemão de "carreira", que

acentua na obra daquele autor "a importância do trabalho como narrativa e desenvolvimento de caráter", somente "possível pelo esforço organizado, no longo prazo".

Desde o final do século XX, autores de diversos campos do conhecimento avaliam que as significativas transformações do estilo de vida moderno, que predominou na sociedade ocidental, estão gerando novos estilos de vida que se estabelecem, principalmente, na parte mais rica do planeta e nos setores mais ricos dos demais países. Essas mudanças provocam a reavaliação e o questionamento de categorias sociais tidas como basilares para aquele estilo de vida moderno como, por exemplo, trabalho e emprego e as relações entre o público e o privado.

Os estudos sobre o assunto divergem quanto à amplitude, à natureza e à direção dessas transformações. Giddens (1991, 2002, 2007) utiliza o termo "modernidade tardia" para analisar as transformações institucionais e o aumento da incerteza e do risco nas relações sociais. Bauman (1997, 2001, 2005, 2009, p. 18) utiliza o termo "modernidade líquida" para analisar a emergência de uma sociedade individualizada, na qual a vida e os sentimentos se tornam líquidos, pois, afinal, trata-se de uma sociedade de consumidores ocupados em cuidar de seus interesses particulares e de curto prazo. A força motora dessa vida líquida está em um movimento diário dos indivíduos, o qual opera como um *continuum*: a atração pelo polo ser "consumidores" e a repulsão pelo polo ser "objetos de consumo" ou destino-lixo.

Nós encontramos, ainda, outros termos que buscam caracterizar essas transformações sobre a vida, o trabalho e as organizações, são eles: "sociedade individualizada" de biografias "faça você mesmo" (BECK; BECK-GERNSHEIN, 2006); sociedade hipermoderna caracterizada pela "cultura da urgência" e por "indivíduos paradoxais" (AUBERT, 2006); sociedade fragmentada na qual as fronteiras organizacionais estão se desfazendo (GRIMSHAW; MARCHINGTON; RUBERY; WILLMOTT, 2005; RUBERY; EARNSHAW; MARCHINGTON, 2005); sociedade virtualizada constituída por mundos organizados (CHIA, 1998; SOTTO, 1998); mundo e organizações sem fronteiras caracterizados por carreiras sem fronteiras (ARTHUR; ROUSSEAU, 1996); e, uma sociedade em que a forma de capitalismo industrial dá lugar ao capitalismo global, o qual pressupõe, especialmente em setores avançados da economia, a institucionalização de uma nova ética do trabalho, baseada em relações de trabalho de curto prazo, que geram um *self* orientado para o curto prazo e indivíduos com medo de se tornarem supérfluos ou de ficarem para trás na sociedade da

"capacitação" (SENNETT, 2006, 2007); o mundo do trabalho requer profissionais itinerantes (BARLEY; KUNDA, 2004) ou indivíduos nômades (BAUMAN, 2009).

Até meados dos anos 1970, o trabalho era realizado, predominantemente, em estruturas burocráticas fortemente hierarquizadas, com rígido controle do tempo e mediante relações de trabalho estáveis e duradouras. Fazer carreira! – implicava a ascensão da base para o topo dessas hierarquias, uma opção almejada pela maioria dos trabalhadores, ainda que apenas uma minoria concretizasse essa aspiração. Todavia, esse cenário se alterou de modo sistemático e significativo desde os anos 1980. Os pioneiros do século XIX cederam espaço para protagonistas oriundos do mercado financeiro, que combinaram agressividade competitiva com ausência de compromisso afetivo para com os negócios em que investiam e influenciavam.

No início do século XXI, diferentes fatores contribuíram para que as organizações em rede passassem a ser vistas como uma alternativa mais competitiva em relação às estruturas burocratizadas: disseminação de novas tecnologias de comunicação, utilização de técnicas de gestão como, por exemplo, reengenharia, *downsizing* e terceirização e o processo de internacionalização dos negócios. Esses elementos, associados ao trabalho em equipes criadas e recriadas de acordo com as necessidades dos projetos empresariais, deram origem a organizações mais planas, com reduzida escala de comando e número de funcionários. As tradicionais relações de trabalho, bem como as antigas ocupações, cedem espaço para o trabalho temporário, o trabalho em tempo parcial, o trabalho voluntário, o trabalho eventual e o autoemprego. A emergência dessa multiplicidade de vínculos de trabalho e a diminuição de uma força de trabalho permanente revelam o declínio dos níveis dos empregos e a redução da força global de trabalho. Esse processo é visto como inevitável devido ao avanço tecnológico e às mudanças nas estruturas organizacionais visando redução de custos e competitividade global (RIFKIN, 1995).

No âmbito da economia, o protagonismo das empresas norte-americanas e europeias foi desafiado por competidores asiáticos. Cada vez mais, os meios eletrônicos de comunicação influenciam as interações sociais e econômicas de compra-produção-venda-trabalho. A existência de múltiplas formas de contrato de trabalho faz com que alguns indivíduos tenham não uma, mas um "portfólio de carreiras" (O'DOHERTY; WILLMOTT, 2009). Afinal, a geração de riqueza sustentada em elevado nível de desemprego tem gerado profundas

mudanças não apenas na vida dentro das organizações, mas no estilo de vida fora delas. Em um contexto em que as técnicas de enxugamento aplicadas pelo setor privado reduzem o número de empregos estáveis e o Estado reduz a ação centralizada de provimento dos bens públicos, ocorre o fortalecimento do individualismo: todos os indivíduos devem ser autônomos, cada trabalhador é estimulado a ser o dono do próprio destino.

Todavia, ainda em uma sociedade individualizada, cada membro encontra obstáculos em seu caminho para a individualidade, os quais se relacionam com e dependem da oferta dos símbolos de distinção do momento. Essa individualidade é tão difícil de alcançar quanto de preservar, conforme Bauman (2009), devido à endêmica instabilidade das escolhas e à obsolescência das condições de ação e das estratégias de reação. Além disso, a busca por uma individualidade esquivada pressupõe convencer a todos os outros de que você de fato chegou lá. Essa nova distinção invalida os símbolos que fizeram o mesmo por você dias ou meses atrás, pois se trata de uma corrida sem intervalos e para toda a vida: somos todos Alices! É o que afirma Bauman (2009, p. 35) em referência à obra de Lewis Carroll, na qual a personagem é advertida sobre ser preciso toda a velocidade de que se é capaz para ficar no mesmo lugar e correr duas vezes mais rápido para ir a outro lugar. Aqueles competidores e participantes do jogo que não estão nele por vontade própria, que "não gostam de estar em movimento" ou, ainda, não podem se dar a esse luxo, têm pouca chance (BAUMAN, 2009; GAULEJAC, 2007).

Essa redefinição das relações entre o público e o privado é sustentada pela mitologia da autorrealização e pelo governo de si mesmo, pois, a despeito da redução do número de empregos, o trabalho permanece como o meio de desenvolvimento pessoal e social (FORRESTER, 1997). As antigas referências identitárias e sociais são substituídas pelo jogo da comparação e pela busca do sucesso e da conquista, em uma sociedade de "culto da performance" (EHRENBERG, 2010). Tal sociedade funda-se em uma visão psicoestimulante de empresariar a própria vida, ou seja, o indivíduo-trajetória e a aventura empreendedora (dentro e fora das organizações) tornam-se as maneiras de agir, de se classificar e de tornar visível o lugar de cada um. Desse modo, o desemprego e o subemprego, apresentados como os vilões em economias desenvolvidas e economias em crescimento, passam a ser combatidos com uma nova mitologia: o "herói de massa" (EHRENBERG, 2010), que simboliza aquele que busca por si mesmo a sua inserção e reinserção profissional.

Ser um empreendedor dentro e fora das organizações torna-se o emblema de uma sociedade individualizada. Internamente, a associação do intraempreendedorismo com o aumento da competitividade da companhia estimula que cada um se perceba como "dono" e responsável pelo sucesso financeiro e de curto prazo da organização. Como mentalidade para a ação fora das organizações, o empreendedorismo assume papel central na retórica de países desenvolvidos e de países em desenvolvimento, conforme mostramos a seguir.

O contexto econômico de desemprego e subemprego nas economias desenvolvidas coloca em risco toda uma geração. Jovens com diploma em escolas conceituadas não encontram trabalho na carreira desejada. Nos EUA, a geração limbo (*generation limbo*) ou geração adiada (*postponed generation*), composta por jovens em torno de 20 anos de idade egressos de universidades norte-americanas de renome, é um exemplo de geração que tem a sua carreira adiada por conta da crise na economia. Ao invés de trabalho na profissão escolhida, esses jovens encontram trabalho em bares, lojas e centrais telefônicas (LEE, 2011), enquanto o governo busca estimular o aumento da contratação por pequenos empreendimentos como parte da solução para o desemprego (MANDELBAUM, 2011).

Nos países em crescimento, o empreendedorismo desempenha duplo papel: quantitativo, por sua capacidade de gerar empregos, e qualitativo, devido ao seu potencial para gerar empregos com melhor qualidade de vida e um trabalho mais desafiador, quando comparados aos postos de trabalho gerados tradicionalmente na indústria e no comércio. De modo geral, ações empreendedoras são concebidas como benéficas para o indivíduo que empreende e para a sociedade, tanto do ponto de vista econômico (geração de riqueza, mudanças na concorrência e na estrutura produtiva), social (geração de novos grupos sociais e maior diversidade de comportamentos e atitudes), tecnológico (geração de inovações) quanto político (geração de novos interesses e expectativas).

No Brasil, as pequenas e médias empresas foram responsáveis pela criação de aproximadamente 4 milhões de empregos, entre 2009 e 2011 (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 2011a). Esses números refletem os impactos da Lei Complementar 128/2008, de dezembro de 2008, que facilita a formalização de ações empreendedoras por meio de cadastro no Portal do Empreendedor, criado e mantido pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, que regulamenta a formalização de empreendedores individuais, cuja receita bruta não pode ultrapassar R\$36.000,00/ano. Desde a implantação dessa lei, mais de

1,5 milhão de trabalhadores que viviam na informalidade já se inscreveram como empreendedores individuais (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 2011b).

A ampliação das ações empreendedoras gera novos protagonistas sociais em diversas comunidades e regiões do país, e constituem parte do processo de inclusão produtiva, de transferência de renda e de acesso a serviços públicos conforme o Plano Brasil sem Miséria, do Governo Federal. Com o apoio da Secretaria Extraordinária de Superação da Extrema Pobreza do Ministério de Desenvolvimento Social, tal plano tem como base valores como bem-estar, sustentabilidade e associativismo. Esse programa visa atender 16,2 milhões de brasileiros que vivem em situação de extrema pobreza (lares com renda familiar de até R\$70,00 por pessoa), conforme Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. (BRASIL SEM MISÉRIA, 2011; PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2011).

A 11a. edição da pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM), maior projeto mundial independente de avaliação do empreendedorismo no mundo¹, referente à 2010, revelou que a taxa de empreendedores em estágio inicial (TEA), no Brasil, é a mais alta desde 2000, quando o país iniciou a participação na pesquisa. O Brasil apresenta a taxa mais alta de empreendedorismo entre os países que integram o G20 (os 20 países com as maiores economias do mundo) e os países em crescimento sob a sigla BRICs (Brasil, Rússia, Índia e China): 17,5% da população adulta, entre 18 a 64 anos; o que equivale a 21,1 milhões de brasileiros (considerando uma população adulta de 120 milhões), sendo 10,7 milhões pertencentes ao sexo masculino e 10,4 milhões ao feminino. Essa taxa se refere a empreendimentos com até três anos e meio de atividade em 2010. Em números absolutos, apenas a China tem número maior de empreendedores que o Brasil, considerando os 59 países que participam da pesquisa de 2010 (GRECO et al., 2011).

¹ A pesquisa é realizada desde 1999 (no Brasil a partir de 2000) e, atualmente, é coordenada internacionalmente por um consórcio composto por: Global Entrepreneurship Association – GERA, London Business School (Inglaterra), Babson College (EUA), Universidad Del Desarrollo (Chile) e as instituições que representam os países que participam do estudo. No Brasil, a instituição executora é o Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade – IBPQ (desde 2000), e as instituições parceiras são: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (desde 2001), Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI/PR, Serviço Social da Indústria – SESI/PR, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Os dados da pesquisa se tornaram referência para ações governamentais por considerarem atividades formais e informais de empreendedorismo.

O crescimento do empreendedorismo em 2010, no país, também apresenta características qualitativas: 2,1 empreendedores por oportunidade (vocação ou busca de novos nichos de negócio) para cada empreendedor por necessidade (subsistência). Os indivíduos que empreendem por oportunidade apresentam diferentes motivos para fazê-lo, dentre eles: 43% buscam maior independência e liberdade na vida profissional; 35,2% buscam o aumento da renda pessoal; 18,5% buscam manter a renda pessoal; 3,3% citam outros motivos. Para 78,2% daqueles que empreendem por oportunidade, o empreendedorismo é "uma oportunidade de aprimorar a vida com o negócio que estão abrindo" (GRECO et al., 2011, p. 40).

O relatório também avalia que o empreendedorismo por oportunidade, ou a própria atividade empreendedora, está inescapavelmente enraizada no ambiente socioeconômico e político-cultural. Em países desenvolvidos e nas camadas mais ricas da sociedade, "os indivíduos possuem acesso a sofisticados requisitos básicos e a mecanismos potencializadores de eficiência. Mais importante, eles têm acesso ao financiamento empresarial, aos mercados abertos, ao conhecimento e às tecnologias, entre outras condições que interferem diretamente na atividade empreendedora" (GRECO et al., 2011, p. 44).

Os dados globais da pesquisa em 2010 (GRECO et al., 2011, p. 45) mostram que "as mulheres investem no empreendedorismo pela mesma razão que os homens", elas buscam "o sustento de si mesmas e de suas famílias, o enriquecimento de suas vidas com uma carreira e a independência financeira". Porém, "a participação feminina no empreendedorismo varia de maneira significativa no mundo" e é, em geral, menor que a masculina, porque é influenciada pelas percepções, crenças e costumes em relação à participação feminina nos negócios, pelo nível educacional, pelo acesso ao mercado financeiro e pela situação demográfica. As questões de gênero, quando consideradas como parte do contexto do desenvolvimento econômico e social, mostram que, segundo os níveis de desenvolvimento econômico², no grupo de países impulsionados por fatores e pela eficiência, as médias de participação da mulher em empreendimentos em estágio inicial são semelhantes. No grupo de países impulsionados pela inovação, as médias são inferiores.

² No relatório GEM, os países são agrupados em três conjuntos, a partir de definições do Fórum Mundial de Desenvolvimento: economias menos desenvolvidas, baseadas na extração e comercialização de recursos naturais (*factor-driven*), economias em crescimento, orientadas para a eficiência e a produção industrial em escala (*efficiency-driven*), esse grupo inclui o Brasil, e economias desenvolvidas, impulsionadas pela inovação (*innovation-driven*).

Em relação à idade, os dados globais mostram que, nos três grupos econômicos, a faixa etária de 25-34 anos apresenta maiores taxas de empreendedorismo, seguida pelas faixas dos 35-44 e de 45-54 anos. No Brasil, a faixa etária dos 25 aos 34 anos representa a maior taxa (22,2%). Além disso, quando comparado aos outros países do G20, a faixa dos 18 aos 24 anos, no Brasil (e na Rússia), é mais empreendedora que a de 35-44 anos (GRECO et al., 2011, p. 52). Em relação à segmentação por atividade econômica, o foco dos negócios criados no Brasil está no atendimento ao consumidor final. Em geral, os empreendimentos orientados nessa direção têm propensão à informalidade, baixo volume de recursos financeiros, menor complexidade organizacional e estão distribuídos do seguinte modo: 28% das atividades no comércio varejista, 15% na indústria de transformação e 11% em alojamento e alimentação (GRECO et al., 2011, p. 66-67).

No Brasil, os indicadores de 2010 que medem a atitude dos indivíduos em relação ao engajamento em atividade empreendedora mostram que 48,1% de todos os respondentes (faixa etária de 18-64 anos) afirma ter encontrado boas oportunidades para começar um novo negócio na região em que vivem; 57,9% afirmam ter o conhecimento, a habilidade e a experiência necessários para se começar um novo negócio. As taxas entre os iniciantes de um novo negócio são mais altas, respectivamente 56,2% e 77,6%. Essas taxas tendem a ser mais altas em países em crescimento quando comparadas àquelas dos países desenvolvidos. Este aparente paradoxo está relacionado com a menor complexidade dos empreendimentos tradicionalmente criados em países em crescimento (o que leva a população a perceber que de fato tem as capacidades requeridas por tais empreendimentos) e com os baixos níveis de escolaridade e de capacitação (as pessoas sequer supõem que não possuem determinados conhecimentos úteis e necessários para empreender) desses indivíduos (GRECO et al., 2011, p. 92; MACHADO et al., 2010, p. 42).

Carreira empreendedora é um o termo utilizado pela pesquisa GEM e está incorporado ao cálculo de dois indicadores: (a) indicadores de percepções sobre a atividade empreendedora e o empreendedor – o empreendedorismo como opção de carreira, como o empreendedor é visto em termos de *status* na sociedade, como a mídia trata do assunto empreendedorismo; e (b) indicadores das intenções empreendedoras – as intenções dos indivíduos de optarem pela carreira empreendedora (GRECO et al., 2011, p. 88). No primeiro caso, o relatório global informa que empreender é considerado uma boa opção de carreira para mais de 70% da

população dos países impulsionados por fatores e pela eficiência, enquanto a média entre os países impulsionados pela inovação é de 59,5%.

Uma cultura empreendedora pode ser reforçada com percepções como o *status* que a sociedade confere ao empreendedor e a percepção de que o empreendedorismo pode ser uma boa opção de carreira. A mídia pode reforçar notícias sobre empreendedores, como, por exemplo, revistas e programas de televisão mostrando empreendedores de destaque, matérias de jornais relatando histórias de sucesso individual. Empreendedores como heróis e suas histórias de sucesso podem moldar significativamente a impressão da sociedade. Formuladores de políticas públicas podem tomar ações específicas para destacar empreendedores e moldar percepções culturais. (GRECO et al., 2011, p. 96).

Nos dados sobre o Brasil, 78% dos respondentes na faixa de 18-64 afirmam que empreender é uma boa opção de carreira; 79% (maior média entre os países latino-americanos impulsionados pela eficiência) concordam que aqueles que alcançam sucesso ao iniciar um novo negócio têm status e respeito perante a sociedade; 81,1% veem constantemente na mídia histórias sobre novos negócios bem sucedidos. Entre os empreendedores iniciantes, os percentuais são, respectivamente, 76,2%, 83,4%, 83,3%. (GRECO et al., 2011, p. 98).

Em relação às intenções empreendedoras, o relatório global mostra que a população dos países com menor grau de desenvolvimento possuem taxas mais altas de intenções de iniciar um empreendimento. Todavia, a percepção favorável ao empreendedorismo não implica, necessariamente, a concretização ou criação de novos negócios. No Brasil (GRECO et al., 2011, p. 103), em 2010, "a TEA foi de 17,5%, enquanto 26,5% da população em idade adulta têm a intenção de empreender nos próximos anos".

Esses dados indicam que o empreendedorismo tem se tornado parte do projeto de carreira de milhões de indivíduos, em uma fase de juventude ou da vida adulta. Além disso, os produtores do relatório aceitam e encorajam a disseminação dessa cultura empreendedora por meio de políticas públicas e de ações da mídia. Tal fato, porém, não significa que o conceito de carreira empreendedora encontre-se consolidado pela academia no Brasil e em outros países.

Nós constatamos que **há uma** relativa inexistência de diálogo entre os estudos em empreendedorismo e os estudos em carreira, ainda que existam **programas de ensino do empreendedorismo na academia e em escolas de negócios de vários países, e sejam conhecidas diversas políticas governamentais que incentivem as pessoas a optarem por uma atuação profissional como empreendedores.**

A relativa inexistência de diálogo entre os estudos em empreendedorismo e os estudos em carreira ocorre em duas direções: no sentido carreira-empendedorismo e no sentido empreendedorismo-carreira. Tal fato pode ser explicado, parcialmente, pela visão tradicional e predominante do empreendedor como um “tomador de risco” presente em estudos que adotam uma visão funcionalista e estática do que implica ser empreendedor (HENDERSON; ROBERTSON, 2000). A adoção dessa perspectiva tradicional gerou estudos com foco nos fatores do contexto que estimulam ou inibem a criação de novos negócios e que impactam as organizações existentes, além de estudos com foco no comportamento, na motivação e na identificação de traços de personalidade que possibilitam um indivíduo ser empreendedor (LENZI, 2008). Esses estudos tendem a se orientar por abordagens econômico-estratégicas, psicológicas e cognitivas, com predominância da pesquisa quantitativa. Existem, ainda, outras concepções que limitam o entendimento mais amplo da carreira empreendedora: o empreendedor como um predador, como um gênio, como um ícone e como um herói (GLADWELL, 2010; HASHIMOTO, 2009; THE ECONOMIST, 2009; VILLETTE; VUILLERMOT, 2009).

Predominante em estudos da carreira e do empreendedorismo, ao longo das últimas décadas, o funcionalismo não prioriza, respectivamente: (a) o estudo da influência de intersubjetividades, o papel da incerteza e da ambiguidade na construção de carreiras; e (b) assume que o comportamento do indivíduo que empreende é condicionado somente pelo autointeresse racionalizante e não por condições históricas e atuais de existência, por um conjunto de experiências culturais, políticas e emocionais que ele irá experimentar e que irão influenciar a sua maneira de ser, de fazer, de sentir e de avaliar. Ou seja, esse paradigma incentiva uma visão idealizada do empreendedor sustentada na mitologia do herói.

Nós entendemos que essa associação do empreendedor com uma identidade positiva e com o mito do herói traz implicações para a prática e para a ação empreendedora, as quais ainda são pouco compreendidas. Uma concepção mítica do empreendedor também impede (ou adia) a construção de uma concepção mais ampla da carreira empreendedora. Considerando estas questões e o cenário mais recente de estímulo ao empreendedorismo promovido por países desenvolvidos e por países em crescimento, nós realizamos uma pesquisa qualitativa fundamentada em teorias que se inserem predominantemente no campo da Psicologia Social, da Sociologia e da Mitologia para investigar a **carreira empreendedora**.

Essa pesquisa situa-se em um espaço de interseção entre carreira e empreendedorismo, ainda que o estabelecimento das bases acadêmicas para o diálogo entre esses dois campos de estudo estejam em estágio inicial. Assim, nós chegamos à nossa questão de pesquisa – por que e como o empreendedorismo gera o empreendedor? Essa questão contrasta os pressupostos dos estudos em empreendedorismo que consideram que o empreendedor causa o empreendedorismo: teoria dos traços, abordagem da criação de oportunidade e abordagem da descoberta de oportunidades. Nós entendemos que essa questão é crucial também para a compreensão da carreira como um processo de construção da identidade profissional ou um processo de tornar-se.

1.2 Objetivos

O empreendedorismo vem se constituindo não somente como prática ou campo de conhecimento, mas também como um estilo de vida e uma identidade de carreira para milhões de pessoas em todo o mundo. É em direção a esse último que se desenvolve esta pesquisa. O **objetivo geral** deste estudo é fazer avançar o conhecimento sobre a carreira empreendedora a partir do estudo das microfundações que a constituem e que a tornam possível e considerando as dimensões privada (individual) e coletiva (pública e estrutural) da carreira de empreendedores que criaram e passaram a gerir os seus próprios negócios.

Nós desenvolvemos uma abordagem interpretativa, como alternativa ao funcionalismo, a partir da qual a carreira empreendedora é entendida como um processo de interações, que envolve situações de decisão solitária e individual de alguém na busca por um lugar para si mesmo em nossa sociedade, mas, que envolve também o restante da vida social e uma estrutura que capacita e limita a ação dos indivíduos. Essa relação inescapável entre a dimensão privada e a dimensão pública ou estrutural da carreira (inclui o espaço ou o lugar em que o processo ocorre) é construída individual e coletivamente ao longo da vida (tempo e ritmo da construção da carreira) por meio de narrativas e processos dramáticos da apresentação de si, do desenvolvimento de um autoconceito, da formação de identidades prescritas ou estereótipos, das autocomparações e das comparações feitas pelos outros sobre o que uma pessoa foi, é, será, deveria ou poderia ter sido.

Os objetivos específicos dessa pesquisa são:

- a) estabelecer um diálogo entre dois campos de estudo: carreira e empreendedorismo;
- b) mostrar os limites práticos e conceituais da identidade empreendedora sustentada no mito do herói;
- c) descrever as microfundações da carreira empreendedora considerando as dimensões individual (privada) e coletiva (ou pública e estrutural);
- d) identificar os conceitos que sustentam as microfundações da carreira empreendedora;
- e) oferecer respostas para "por que" e "como" o empreendedorismo gera o empreendedor.

1.3 Justificativa

Diferentes motivos orientam esta pesquisa. Destacamos, inicialmente, as razões acadêmicas, conforme segue:

- a) necessidade de construir um diálogo consistente entre dois campos de conhecimento: carreira e empreendedorismo;
- b) conhecimento insuficiente sobre as influências da identidade prescrita nos processos de construção da carreira por empreendedores de pequenas empresas;
- c) necessidade do uso de outros paradigmas ao estudo do empreendedorismo e da carreira, campos em que predomina o paradigma funcionalista (BURRELL; MORGAN, 1994; CALDAS; BERTERO, 2007; GUEDES, 2009).

Essa pesquisa também foi orientada por razões práticas, conforme segue:

- a) necessidade de ampliar o conhecimento sobre a carreira empreendedora de modo que esse possa orientar a prática empresarial e as políticas públicas na área de educação e de estímulo ao empreendedorismo, especialmente;
- b) necessidade de pesquisas que possam auxiliar os milhões de indivíduos que já atuam ou pretendem trabalhar como empreendedores, ao mostrar os aspectos individuais e públicos do processo de construção da carreira empreendedora, os quais confrontam com a identidade positiva do empreendedor e a mitologia do herói;

- c) necessidade de compreensão das maneiras como identidades profissionais prescritas, reais e imaginadas participam do processo de construção da carreira.

1.4 Originalidade das contribuições

O paradigma funcionalista tem orientado grande parte dos estudos em carreira (O'DOHERTY; ROBERTS, 2000; DARWIN, 2000; SCHULTHEISS, 2005) e empreendedorismo (GRANT; PERREN, 2002; JAYASINGHE, THOMAS, WICKRAMASINGHE, 2008; JENNINGS; PERREN; CARTER, 2005), nas últimas décadas, dando origem a estudos com abordagem prescritiva que buscam oferecer dados, instrumentos e modelos que possam ajudar a solucionar os problemas relacionados com a criação de novos empreendimentos ou com a gestão daqueles já constituídos, com o desenvolvimento de uma carreira bem sucedida pelo indivíduo, com o desenvolvimento de um sistema organizacional de gestão de carreiras e com os problemas econômicos e sociais do desemprego.

Nesta pesquisa, nós utilizamos o interpretativismo como paradigma central e, em segundo plano, abordamos estudos vinculados ao paradigma estruturalista, pós-estruturalista, pós-moderno e aos estudos críticos em gestão. É necessário lembrar que a categorização do trabalho de alguns autores é algo arbitrário, visto que os próprios autores rejeitam tal categorização ou porque o trabalho de um autor, ao longo da sua carreira, pode estar vinculado a mais de um paradigma.

Os pressupostos do paradigma interpretativo nos auxiliam no entendimento do processo pelo qual o empreendedorismo gera o empreendedor, por meio de conceitos como subjetividade, significados e interação. Dos demais paradigmas, nós buscamos referências conceituais na ambiguidade do discurso político e empresarial que visa, potencialmente, encobrir ações de dominação, e nas contradições e tensões entre as estruturas e as ações simbólicas dos indivíduos. Nós desenvolvemos, nessa pesquisa, o conceito de carreira empreendedora como um processo de interação sociopsicológica no qual participam estereótipos, emoções, autoconceito e identidades a partir de referências oriundas, sobretudo, da Sociologia, da Psicologia social e da Mitologia.

De modo geral, a revisão de estudos pioneiros e de pesquisas mais recentes, nos permite afirmar que um indivíduo ao assumir uma ocupação desenvolve atitudes profissionais em quatro dimensões: técnicas, políticas, emocionais e estéticas. A dimensão técnica refere-se às atividades e aos objetos da profissão. A dimensão política diz respeito à posição que o indivíduo irá ocupar num determinado sistema social e às relações deste com a comunidade. A dimensão emocional refere-se às regras de sentimento que irão orientar o comportamento do indivíduo e à carga de trabalho emocional a que ele estará sujeito no exercício de sua profissão. A dimensão estética diz respeito à mobilização do capital físico e ao desenvolvimento de uma aparência estabelecida como adequada para o desempenho da profissão. Essas quatro dimensões existem dentro de limites gerais colocados pelo tempo histórico e pela cultura da comunidade (BORGES, CASADO, SOARES, 2010).

O desenvolvimento de uma identidade profissional corresponde, assim, a um processo de incorporação de predefinições de natureza técnica, política, emocional e estética que dizem quem esse profissional deve ser – identidade prescrita. E, ao mesmo tempo, é um processo que se inicia, em geral, com a idealização e segue com a busca por realização da profissão imaginada, sonhada e desejada; processo marcado pelo enfrentamento de desafios e limites à questão de quem o indivíduo está se tornando – identidade real. Assim, a carreira se desenvolve no tempo de vida de uma pessoa e se relaciona de modo imprevisível e nada simples com o que essa pessoa foi, é, será, deveria ser e poderia ter sido.

Uma abordagem sociopsicológica considera que a emergência de uma nova profissão, além de ser o resultado de transformações sociais mais amplas, representa um conjunto de regras que normatizam maneiras de fazer, ser, sentir, julgar. Esse conjunto de regras constitui o *script* da profissão e será criado, mantido e transformado pelos indivíduos em seu esforço para demarcar uma posição distintiva na sociedade e para consolidar o seu pertencimento a um grupo profissional (BORGES, CASADO, SOARES, 2010). Desse modo, a carreira é, ao mesmo tempo, vivida e imaginada individual e coletivamente, como um longo processo de identificação e diferenciação que perpassa a vida cotidiana de cada indivíduo.

A originalidade desta pesquisa, portanto, está na aplicação desse arcabouço conceitual para fazer avançar o conhecimento sobre a carreira empreendedora. Ao invés de seguir o caminho convencional das pesquisas que mostram como o empreendedor gera o empreendedorismo

com a criação de novas organizações, essa pesquisa analisa por que como o empreendedorismo gera o empreendedor?

1.5 Estrutura

Neste primeiro capítulo, nós apresentamos os elementos gerais da pesquisa. Iniciamos esse capítulo relatando acontecimentos e fatos nacionais e internacionais associados ao tema de investigação: a carreira empreendedora. O problema de investigação delimita e informa a direção dos esforços da pesquisa. O objetivo geral e os objetivos específicos mostram, respectivamente, a questão principal e as questões secundárias que guiaram o estudo. Também são apresentadas as justificativas para a realização do estudo e os aspectos que conferem originalidade a essa pesquisa.

O segundo capítulo traz as definições de carreira e empreendedorismo e os caminhos que tornam possível a construção de um diálogo entre os dois campos. Não se propõe, nesse capítulo, fazer definitiva revisão da produção total dos estudos em ambos os campos. Especificamente, buscamos delinear necessidades e alternativas para o diálogo entre carreira e empreendedorismo, sem a pretensão de resolver todos os desafios teóricos, conceituais e metodológicos inerentes a essa proposta, mas sem deles nos esquivarmos. Dentre os aspectos abordados de cada campo estão: os conceitos, as críticas aos conceitos, as concepções epistemológicas e as implicações metodológicas. Encerramos o capítulo com uma seção sobre os estudos que buscaram estabelecer o diálogo entre os dois campos.

No terceiro capítulo, nós apresentamos os aspectos individuais e coletivos do processo de construção da carreira e da identidade profissional. Nós dividimos o terceiro capítulo em três seções. Na primeira seção, nós analisamos os aspectos psicossociais da construção da carreira a partir das relações entre *self*, autoconceito, identidade e trabalho. Na segunda seção, nós estudamos os mitos e os estereótipos como o encontro do pessoal e do social no mundo do trabalho e examinamos a mitologia do herói e o mito do herói empreendedora. Na terceira seção, nós analisamos as relações entre trabalho e emoções.

A metodologia é apresentada no capítulo 4, no qual descrevemos os pressupostos ontológicos e epistemológicos que adotamos na pesquisa. Explicamos e justificamos a natureza da pesquisa, o método, a abordagem e os limites metodológicos. Outros componentes da metodologia também são abordados e justificados: a definição do público, as técnicas de coleta de dados, o desenho da pesquisa e os procedimentos para a apresentação dos resultados.

Os resultados da pesquisa são apresentados no capítulo 5. Nós identificamos e analisamos as microfundações da carreira empreendedora em três seções. Na primeira, apresentamos os resultados da análise de 21 reportagens publicadas em um jornal de uma cidade do interior do país, visando o estudo de hipóteses sobre os mitos da carreira empreendedora. Na segunda seção, nós apresentamos os resultados da análise da história de vida temática e da entrevista semiestruturada com 18 empreendedores que estavam presentes na primeira etapa da pesquisa. A partir da triangulação dos dados analisados nas duas primeiras seções, nós propomos, na terceira seção, uma definição para a carreira empreendedora, descrevemos suas microfundações e oferecemos uma definição de empreendedorismo.

Na conclusão da pesquisa, apresentada no capítulo 6, nós analisamos os resultados alcançados conforme os objetivos propostos. Também apresentamos os limites teórico, metodológico e os limites relacionados ao tratamento dos dados. Em seguida, identificamos as contribuições da pesquisa para a ação de indivíduos e de empresas, para o desenvolvimento de políticas governamentais e para futuros estudos sobre o tema. Encerramos esse capítulo com as implicações da pesquisa para diferentes campos: empreendedorismo, carreira, identidade profissional, mitos do empreendedorismo e, principalmente, carreira empreendedora.

6 CONCLUSÃO

O tempo de curto prazo, flexível, do novo capitalismo parece excluir que façamos uma narrativa constante de nossos labores, e portanto uma carreira. Mas não arrancar dessas condições algum sentido de continuidade e propósito seria literalmente faltarmos a nós mesmos.

Richard Sennett, A corrosão do caráter

Conheço bastante o ponto de vista científico para compreender o quanto é irritante lidar com fatos que não podem ser apreendidos apropriadamente ou totalmente. O problema com esse tipo de fenômeno é que são fatos que não podem ser negados, mas que também não podem ser formulados em termos racionais. Para fazê-lo precisaríamos ser capazes de compreender a própria vida, pois é ela a grande criadora de emoções e idéias simbólicas.

Carl G. Jung, O homem e seus símbolos

Nesta pesquisa, nós analisamos a construção de carreira empreendedora em um contexto de redefinições das relações entre o público e o privado, de disseminação da mitologia da autorrealização, do discurso de empresa que estimula o empreendedorismo dentro e fora das organizações, e de elevados índices de desemprego. Neste começo do século XXI, as mudanças das formas de competição e de estruturação das empresas e os processos de privatização e redução de gastos no setor público fizeram aumentar os índices de desemprego. Em países desenvolvidos, o empreendedorismo é incentivado como uma solução os altos índices de desemprego. Em países em crescimento, como o Brasil, o empreendedorismo é incentivado como uma forma de inclusão social.

Essas transformações nas relações entre o indivíduo e as instituições e as empresas alteram as antigas referências identitárias e sociais, as quais passam a ser substituídas pelo incentivo da busca do sucesso e da conquista. Nesta sociedade de "culto da performance" e "do movimento", o indivíduo-trajetória e a aventura empreendedora (dentro e fora das organizações) tornam-se as maneiras de agir, de se classificar e de tornar visível o lugar de cada um. Desse modo, o "herói de massa" ou aquele que assume a responsabilidade e a busca da sua inserção e reinserção profissional, por si mesmo, torna-se uma identidade genérica que deve ser buscada por todos.

A carreira empreendedora passa a ser utilizada em relatórios governamentais e não governamentais para medir e incentivar as percepções dos jovens e da população adulta sobre

a atividade empreendedora e o empreendedor. A mídia passa a tratar o empreendedorismo como opção de carreira vinculando histórias de empreendedores de sucesso e disseminando os símbolos de status social dessa carreira. Tal fato, porém, não significa que o conceito de carreira empreendedora encontre-se consolidado pela academia no Brasil e em outros países. Nós mostramos em nossa pesquisa que há uma relativa inexistência de diálogo entre os estudos em empreendedorismo e os estudos em carreira, ainda que existam programas de ensino sobre empreendedorismo na academia e em escolas de negócios de vários países e políticas governamentais que incentivem as pessoas a optarem por uma atuação profissional como empreendedores.

Nós identificamos estudos de diferentes perspectivas teóricas e dados nacionais e internacionais que apontam a carreira empreendedora como uma forma de existência em nossa sociedade, bem como lacunas conceituais entre carreira e empreendedorismo com possíveis implicações para a prática da ação empreendedora. Esses aspectos nos estimularam a conduzir essa pesquisa centrada na questão "por que e como o empreendedorismo gera o empreendedor?"

6.1 Objetivos e resultados alcançados

O objetivo geral da pesquisa foi fazer avançar o conhecimento sobre a carreira empreendedora a partir do estudo das microfundações que a constituem e a tornam possível e considerando os aspectos individual e coletivo da carreira de empreendedores. Os empreendedores estudados na pesquisa foram aqueles que criaram e ainda são os proprietários e gestores de seus empreendimentos. Visando alcançar esse objetivo geral, nós estabelecemos seis objetivos específicos, os quais são reapresentados, a seguir, juntamente com os resultados alcançados.

O primeiro objetivo específico visou estabelecer um diálogo entre dois campos de estudo: carreira e empreendedorismo. No capítulo 2, realizamos uma pesquisa bibliográfica sobre os estudos em carreira. Iniciamos por uma revisão dos conceitos e das críticas a esses. Optamos por apresentar a diversidade de concepções de carreira sob a forma de metáforas no Quadro 1. Ainda, examinamos as concepções epistemológicas e as implicações epistemológicas da predominância nos estudos acadêmicos de uma visão funcionalista e, simultaneamente, a presença de estudos de consultores. Ambos colaboram para uma visão positiva do conceito de carreira, sem um aprofundamento crítico de suas implicações. O mesmo procedimento foi

realizado no estudo sobre o empreendedorismo, no qual investigamos os conceitos e as críticas aos conceitos, as concepções epistemológicas e as implicações metodológicas. Nesse campo de estudo, nós encontramos também diferentes metáforas que apresentamos no Quadro 4 e um crescente debate sobre as implicações da predominância de estudos orientados por abordagens funcionalistas, inclusive a crítica ao excesso de empreendedorismo e sua utilização como discurso ideológico (QUADROS 5 e 6). Em relação a essa última crítica, os estudos que buscam uma abordagem alternativa ao funcionalismo questionam uma identidade positiva do empreendedorismo e do empreendedor sustentada pelo mito do herói. A seguir, mostramos que o diálogo entre os dois campos é incipiente e, por isso, poucos estudos foram apresentados.

O segundo objetivo específico visou mostrar os limites práticos e conceituais da identidade empreendedora sustentada no mito do herói. No capítulo 3, nós apresentamos estudos no campo da Sociologia e da Psicologia, sobretudo da Psicologia social, que têm a identidade, a relação entre identidade trabalho e identidade carreira como tema central. Mostramos, a partir, desses estudos, a centralidade que o processo de construção da identidade tem sobre a relação das pessoas com o trabalho e com a carreira. As publicações sobre os mitos, o mito do herói e o mito do herói empreendedor apresentam, de modo geral, duas abordagens: estudos que buscam compreender a função psicossocial ou sociopsicológica das identidades prescritas, os estereótipos, as máscaras e os mitos como partes integrantes da vida social e das interações e os estudos que criticam os mitos como representações despolitizadas e por sua função ideológica ou o mito como máscara e discurso a serviço da dominação, mais especificamente o mito do empreendedor como herói.

O terceiro objetivo específico visou descrever as microfundações da carreira empreendedora considerando as dimensões privada e coletiva (ou pública e estrutural) da carreira. No capítulo 5, seção 5.1, nós conduzimos uma pesquisa em duas etapas. Na primeira etapa, nós analisamos um texto jornalístico sobre a carreira empreendedora, composto por 21 matérias de jornal, cada uma sobre um empreendedor. Nós estabelecemos hipóteses, a partir do referencial teórico e de uma primeira leitura flutuante do texto, que foram confirmadas por meio de diversas técnicas de análise de conteúdo. A confirmação das hipóteses mostrou a presença do mito do herói, logo uma abordagem simplista da carreira empreendedora. O que implica que esse texto modela a nossa compreensão sobre o assunto mobilizando um discurso parcial, que dissemina a visão do empreendedor como aquele que cria empresas. Na segunda

etapa da pesquisa, seção 5.2, nós fizemos contato com todos os 21 empreendedores, cuja trajetória profissional havia sido relatada em naquelas reportagens. Nós realizamos a coleta de dados primários, por meio de entrevistas semiestruturadas com 18 empreendedores (APÊNDICE 1) que concordaram em participar do estudo, assinando um Termo de Compromisso (APÊNDICE 3). Nessa segunda etapa, nós aplicamos o método da história de vida para entender como o empreendedorismo gera o empreendedor. Os resultados dessa segunda etapa não reforçam a concepção do empreendedor como um herói. Essa análise nos permitiu identificar as microfundações da carreira empreendedora: as identidades (autoconceitos e *self*) que o indivíduo empreendedor constrói e mobiliza em processos de autointeração e de interações com os outros ao longo de várias dimensões do tempo (passado, presente, futuro, tempo imaginado) e de prescrições sociais.

O quarto e o quinto objetivo visaram, respectivamente, identificar os conceitos que sustentam as microfundações da carreira empreendedora e oferecer respostas para "por que" e "como" o empreendedorismo gera o empreendedor. Ambos foram abordados no capítulo 5, seção 5.3, na qual confrontamos os resultados da primeira etapa e da segunda etapa da pesquisa. Nós apresentamos o conceito de identidade em processo, composto por: identidade passada, presente e futura. Também apresentamos o conceito de identidade alternativa/imaginada e identidade prescrita como processos paralelos e simultâneos ao processo da identidade em processo (FIGURA 13). Nós mostramos que a combinação desses processos gera o empreendedor como aquele (a) que interage

6.2 Limites do estudo

Em nossa pesquisa enfrentamos diversos desafios e nem todos puderam ser devidamente resolvidos no âmbito desse estudo. A seguir, destacamos os limites teóricos, metodológicos e do tratamento dos dados:

- a) teóricos: para responder à nossa questão de pesquisa – analisar por que e como o empreendedorismo gera o empreendedor – nos exigiu caminharmos por dois campos de estudo: a Psicologia, com ênfase em Psicologia social, e a Sociologia. O fato de ter a identidade como um dos conceitos centrais em nosso trabalho já é, por si só, uma tarefa árdua, devido à vasta produção sobre o assunto. E, enfrentávamos, ao mesmo tempo, o

oposto disso, a escassez de estudos sobre carreira empreendedora. Esta combinação de vasta bibliografia com escassez de estudos está na base do nosso esforço de estabelecer o diálogo entre campos de estudo, paradigmas e conceitos. Algumas teorias foram citadas, mas não foram examinadas, ainda que pudessem trazer alguma contribuição para a análise como, por exemplo, a abordagem do interacionismo simbólico das emoções com elementos psicanalíticos. Essa abordagem tem pressupostos na teoria freudiana e adotá-la no âmbito desta pesquisa tornaria o trabalho mais extenso, pois haveria necessidade de espaço para a explicação dos pressupostos dessa teoria. Também não abordamos as teorias que poderiam sustentar uma análise do gênero nas histórias de empreendedores e empreendedoras, pois a vasta literatura sobre o assunto também exigiria espaço para a apresentação das diferentes teorias desse campo. Entendemos que esses aspectos ainda poderão ser analisados em futuros estudos;

- b) metodológicos: nós trabalhamos com histórias de vida de empreendedores. Esse método tem uma longa tradição de prática, remonta à escola de sociologia de Chicago nos anos 1930. Em relação ao método da história de vida, alguns autores o inserem como um elemento ou parte do método biográfico e outros como um método distinto. Nós utilizamos a história de vida como um método de coleta e análise dos dados, conforme abordagem interacionista. Nós utilizamos a modalidade de história de vida parcial ou temática, na qual apenas uma parte ou um tema da vida da pessoa é pesquisado. Em nossa pesquisa o tema foi a carreira empreendedora. Nós adotamos a entrevista semiestruturada, as entrevistas não foram prolongadas em vários encontros, tivemos apenas um encontro com cada empreendedor. Os dados das entrevistas foram confrontados com os dados publicados na matéria de jornal específica sobre cada empreendedor;
- c) tratamento dos dados: nós utilizamos o método de análise de conteúdo nas duas etapas da pesquisa. Na primeira etapa, aplicamos várias técnicas de análise de conteúdo: lexical por frequência, lexical por sentido e análise semântica por temas. Já na segunda etapa, nós enfatizamos a aplicação da análise de conteúdo temática. Nós entendemos que as histórias de vida, da segunda etapa da pesquisa, também podem ser analisadas com o uso de técnicas estatísticas. No tratamento dos dados, nós não contrastamos os resultados de histórias de empreendedores com histórias de empreendedoras para buscar diferenças e semelhanças de gênero na construção de carreiras empreendedoras. Os dados possibilitam esse contraste e essa é uma análise possível em futuros estudos.

6.3 Contribuições da pesquisa

Os resultados dessa pesquisa oferecem contribuições para a academia e para a ação de indivíduos, empresas e políticas governamentais. Apresentamos, inicialmente, as contribuições acadêmicas, conforme segue:

- a) uma alternativa ao funcionalismo: nós elaboramos um estudo orientado, sobretudo, pelo paradigma interpretativo e, em segundo plano, por estudos que se vinculam ao paradigma estruturalista e ao pós-estruturalismo, ao paradigma pós-moderno e aos estudos críticos de gestão. Desse modo fundamentamos o diálogo entre os dois campos de conhecimento: carreira e empreendedorismo. Ao trazer paradigmas alternativos à visão funcionalista tradicional nos estudos de carreira e empreendedorismo, essa pesquisa contribui com aspectos ontológicos e epistemológicos para futuros estudos nos dois campos;
- b) ampliação do conhecimento sobre a identidade empreendedora: nós apresentamos uma visão mais ampla da presença dos mitos nos estudos sobre empreendedorismo. Nós mostramos porque o predomínio de uma identidade positiva do empreendedor, sustentada pela mitologia do *self-made man* e do empreendedor como herói econômico e social, oferece uma visão parcial e insuficiente da carreira empreendedora, como se a identidade de uma profissão fosse algo que se produz no curto prazo. Nós desenvolvemos uma abordagem que considera o desenvolvimento de uma identidade profissional como um processo que se inicia, em geral, com a idealização e segue com a busca (não necessariamente planejada) por realização da profissão imaginada, sonhada e desejada. Esse processo pressupõe o enfrentamento de desafios e limites à questão de quem o indivíduo está se tornando – identidade real. Assim, a carreira se desenvolve no tempo de vida de uma pessoa e relaciona de modo imprevisível e nada simples o que ela pessoa foi, é, será, deveria ser e poderia ter sido;
- c) proposta de uma concepção da carreira empreendedora: nós oferecemos uma concepção da carreira empreendedora como um processo interativo conduzido em diferentes momentos da história do empreendedor. Esse processo tem por base conceitos da Sociologia e da Psicologia social que possibilitam uma abordagem processual e sociopsicológica da carreira em contraposição a uma visão da carreira da carreira como escolha e vocação. Uma abordagem sociopsicológica considera que a emergência de uma nova profissão, além de ser o resultado de transformações sociais mais amplas,

representa um conjunto de regras que normatizam maneiras de fazer, ser, sentir, julgar, agir. Esse conjunto de regras constitui o *script* da profissão e será criado, mantido e transformado pelos indivíduos em seu esforço para demarcar uma posição distintiva na sociedade e para consolidar o seu pertencimento a um grupo profissional. Desse modo, a carreira é, ao mesmo tempo, vivida e imaginada individual e coletivamente, pois influenciada pelo contexto histórico, econômico, cultural e político. Trata-se, afinal, de um longo processo de identificação e diferenciação que perpassa a vida cotidiana de cada indivíduo.

Esta pesquisa também oferece contribuições para a ação de indivíduos, empresas e políticas governamentais, conforme segue:

- a) ação dos indivíduos: nós mostramos de como a identidade do empreendedor fundada no mito do herói distorce e limita a nossa compreensão sobre a carreira empreendedora. Os dados mostram que indivíduos de diferentes idades e em vários países são seduzidos por essa figura idealizada do empreendedor e, possivelmente optam por essa carreira acreditando nas promessas do empreendedorismo como discurso;
- b) práticas empresariais: as empresas também defendem a ação empreendedora, a partir de ações de intraempreendedorismo. O empreendedorismo de massa é incentivado como sustentáculo da inovação e da competitividade, enquanto os processos de aquisição, fusão e técnicas de redução de custo são aplicados e trazem a redução do número de postos de trabalho. Nesta pesquisa mostramos a centralidade que os fatores identitários têm no processo de empreendedorismo e oferecemos um conceito da carreira empreendedora. Também avaliamos que, quando o empreendedorismo passa a ser um critério de seleção, mesmo quando ele não é imprescindível para a função, ele serve como fator de exclusão de pessoas do reduzido mercado de trabalho;
- c) políticas públicas: as ações governamentais de países desenvolvidos e de países em crescimento têm alçado o empreendedorismo como solução para o desemprego e a desigualdade social, respectivamente. Pessoas, em geral, despreparadas fracassam em suas ações (como mostram outro conjunto de dados) e sofrem mais com esse processo, quando a ação do Estado está ausente e essas pessoas têm que arcarem sozinhas com o custo econômico, social e psicológico desse fracasso;

6.4 Implicações para futuras pesquisas

A originalidade desta pesquisa está na aplicação de um arcabouço sociopsicológico para fazer avançar o conhecimento sobre a construção de carreiras empreendedoras. Nós optamos por não seguir o caminho convencional das pesquisas que mostram como o empreendedor gera o empreendedorismo e o empreendedor como aquele que cria novas organizações. A questão que propomos inverte essa concepção para analisar por que e como o empreendedorismo gera o empreendedor. Nós entendemos que os resultados obtidos podem ser úteis para futuras pesquisas nos campos: empreendedorismo, carreira, identidade, mitos e carreira empreendedora, conforme segue:

- a) empreendedorismo: o florescimento de pesquisas que adotam os paradigmas interpretativo, estruturalista radical e estudos críticos, incluindo estudos críticos em empreendedorismo (*Critical Entrepreneurship Studies* – CES), veem gerando vigorosos debates sobre práticas, ação, processos, identidade e discurso empreendedores. Identificamos que os estudos no Brasil sobre assunto permanecem vinculados ao paradigma funcionalista. Nós identificamos conceitos, críticas aos conceitos, concepções ontológicas e epistemológicas e referências que podem auxiliar aqueles que buscam orientar os seus estudos por esses outros paradigmas, especificamente os pressupostos do interpretativismo e interacionismo;
- b) carreira: a reduzida produção de estudos em carreira empreendedora nos levou a buscar nos estudos do campo de carreira sustentação para os nossos argumentos. Por isso, examinamos esse campo e identificamos conceitos, críticas aos conceitos, concepções ontológicas e epistemológicas e referências que podem auxiliar aqueles que buscam compreender esse campo, para a condução de suas pesquisas. No Brasil, o número de estudos desse campo vem crescendo, mas ainda estão fortemente ancorados no paradigma funcionalista;
- c) identidade profissional empreendedora: nós ressaltamos, em mais de um momento desse estudo, que não tivemos a intenção de esgotar a literatura e o conhecimento produzido sobre o assunto identidade. Todavia, nós trazemos nessa pesquisa conceitos e análises que podem auxiliar aqueles que investigam a identidade empreendedora e a identidade profissional. No primeiro caso, devido à escassez de estudos sobre o assunto e, no segundo caso, pelo predomínio de uma visão positiva oriunda de estudos de consultores

e de conceitos arraigados no campo que não permitem uma visão mais ampla da identidade profissional;

- d) mitos em estudos empreendedores: os mitos podem emergir em qualquer sociedade, não são resquícios de um tempo antigo e mítico. Eles estão presentes nas sociedades modernas e assumem diferentes funções sociais, psicológicas e ideológicas. Nessa pesquisa analisamos o mito de herói de negócios como uma identidade prescrita, mas também como um processo psicológico inerente ao desenvolvimento do indivíduo em busca de si mesmo. Entendemos que a amplitude do tema ainda possibilita a produção de inúmeros outros estudos nessa área;
- e) carreira empreendedora: esse termo está presente em relatórios governamentais e não governamentais e mesmo na academia, mas o diálogo entre os campos de carreira e empreendedorismo ainda é incipiente, nós encontramos poucos estudos sobre o assunto. Nesse estudo, nós oferecemos uma concepção da carreira empreendedora em um estudo que utiliza a triangulação de dados, de técnicas de análise e abordagens teóricas. Esses aspectos podem servir como ponto de partida ou fonte de informações para aqueles que queriam desenvolver estudos fundamentados nesse conceito.

O empreendedorismo é entendido, nessa pesquisa, como uma mistura de experiências vividas, imaginadas e sentidas em diferentes momentos do tempo, relacionadas aos esforços bem sucedidos ou não, conduzidos individual e coletivamente, para criar e gerir organizações que atendam às necessidades e aos valores do indivíduo e da sociedade. Nessa definição, a criação de empresas não é o objetivo final. O atendimento das necessidades e os valores, sim. O empreendedor não está vinculado apenas a uma identidade positiva, mas também às situações de insucesso. O conceito também propõe a socialização do empreendedor. E, sobretudo, leva em conta a relação do empreendedorismo e o tempo.

Nós entendemos que desenvolvemos uma abordagem interpretativa do empreendedorismo considerando-o como aquele que se torna e, ao mesmo tempo, faz-se a si mesmo a partir do seu trabalho. Ao conectar essa pesquisa sobre o empreendedorismo ao corpo das ciências sociais existentes e em produção, esperamos ampliar o nosso conhecimento sobre a carreira empreendedora.

REFERENCIAS

ABBAGNANO, N. **Dicionário de Filosofia**, São Paulo: Martins Fontes, 1999.

ABIB, J. A. D. Teoria social e dialógica do sujeito. **Revista Psicologia: Teoria e Prática**, v. 7, n. 1, p. 97-106, 2005.

ACADEMY OF MANAGEMENT REVIEW, v. 36, n. 2, 2011.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 15/09/2011a. Micro e pequenas empresas geraram 4 milhões de empregos entre 2009 e 2011. In. *Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios*, São Paulo: Editora Globo. Disponível em:

<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI265342-17180,00-PEQUENOS%20NEGOCIOS%20CONCENTRAM%20MAIOR%20NUMERO%20DE%20EMPREGOS.html>
Consultado em: 16/09/2011.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 28/09/2011b. Pesquisa revela vontade de crescer do empreendedor individual. Disponível em:

http://www.sebraemg.com.br/geral/VisualizarDestaque.aspx?Cod_destaque=9195&cod_areasuperior=4&cod_areaconteudo=670&cod_pasta=675&RedirectNavegacao=true&navegacao=NOT%C3%8DCIAS_SEBRAE/Informativos_do_Sebrae_Minas/%C3%9Altimas_Not%C3%ADcias/Setembro-2011/Pesquisa_revela_vontade_de_crescer_do_empendedor_individual
Consultado em: 30/09/2011.

ALDRICH, H. E. Using an Ecological Perspective to study organizational founding rates. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 14, n. 3, p. 7-24, 1990.

ALDRICH, H. E.; MARTINEZ, M. A. Many are called, but few are chosen: An evolutionary perspective for the study of entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 25, n. 4, p. 41-56, 2001.

ALVAREZ, S. A.; BARNEY, J. B. Entrepreneurship and epistemology: The philosophical underpinning of the study of entrepreneurial opportunities. **The Academy of Management Annals**, v. 4, n. 1, p. 557-583, 2010.

_____. Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. **Fischer College of Business Working Paper** n. 2006-01-005, 47p., May 2006. Disponível em:
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=900200. Consultado em: 03/12/2011.

ANDERSON, A. R. Enacted metaphor: The theatrically of the entrepreneurial process. **International Small Business Journal**, v. 23, n. 6, p. 587-603, 2005.

ARTHUR, M. B. The Boundaryless Career: A New Perspective for Organizational Inquiry. **Journal of Organizational Behavior**, v. 15, n. 4, p. 295-306, 1994.

ARTHUR, M. B.; HALL, D. T.; LAWRENCE, B. S. Generating new directions in career theory: the case for a transdisciplinary approach. In: ARTHUR, M. B.; HALL, D. T.; LAWRENCE, B. S. **Handbook of career theory** [p.7-25]. Cambridge: Cambridge University Press, 1989.

ARTHUR; M. B.; ROUSSEAU, D. M. Introduction: the boundaryless career as a new employment principle. In. ARTHUR, M. B.; ROUSSEAU, D. M. (Eds.)**The boundaryless career: A new employment principle for a new organizational era** [p. 3-22]. Oxford: Oxford University Press, 1996.

AUBERT, N. Un individu paradoxal. In AUBERT, N. **L'individu hypermoderne** [p. 13-37]. Paris: Érès, 2006.

AUSTIN, J; STEVENSON, H.; WEI-SKILLERN, J. Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 30, n. 1, p. 1-22, 2006.

BAKER, T.; NELSON, R. E. Creating something from nothing: resource construction through entrepreneurial bricolage. **Administrative Science Quarterly**, v. 50, n. 3, p. 329-366, 2005.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2009.

BARLEY, S. Careers, identities, and Institutions: The legacy of the Chicago Scholl of sociology. In: ARTHUR, M. B.; HALL, D. T.; LAWRENCE, B. S. (Eds.). **Handbook of Career Theory** [p. 41-65]. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1989.

BARLEY, S. R.; KUNDA, G. **Gurus, Hired Guns and Warm Bodies**. Princeton, New Jersey/Oxfordshire, U.K.: Princeton University Press, 2004.

BARR-ZISOWITZ, C. "Sadness" – Is there such a thing? In: LEWIS, M.; HAVILAND-JONES, J.M.(eds.) **Handbook of emotions** [p. 607-622]. New York, London: The Guilford Press, 2000.

BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro, São Paulo: DIFEL, 1978.

BARUCH, Y. Transforming careers: from linear to multidirectional career paths: organizational and individual perspectives. **Career Development International**, v. 9, n. 1, 2004.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

BAUM, J. R.; FRESE, M.; BARON, R. A.; KATZ, J. A. Entrepreneurship as an area of Psychology Study: An Introduction. In. BAUM, J. R.; FRESE, M.; BARON, R. **The**

Psychology of Entrepreneurship [p. 1-18]. New Jersey, USA: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.: 2007.

BAUMAN, Z. **Life in fragments: Essays in postmodern morality**. Oxford UK, Cambridge USA: Blackwell, 1997.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

_____. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.

_____. **Vida líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

BAUMOL, W. J. Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive. **Journal of Political Economy**, v. 98, n. 5, Part. 1, p. 893-921, 1990.

BEAUD, S.; WEBER, F. **Guia para a pesquisa de campo: produzir e analisar dados etnográficos**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

BECK, U. **Risk society: Towards a new modernity**. London, Newbury Park, New Delhi: Sage Publications, 1992.

BECK, U.; BECK-GERNSHEIM, E. **Individualization: institutionalized individualism and its social and political consequences**. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2006.

BECKER, H. S. **Métodos de pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, 1999.

_____. **Segredos e truques da pesquisa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.

BELL, N. E.; STAW, B. M. People as sculptors versus sculpture: the roles of personality and personal control in organizations. In: ARTHUR, M. B.; HALL, D. T.; LAWRENCE, B. S. (Eds.). **Handbook of Career Theory** [p. 232-251]. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1989.

BLAU, P.M.; GUSTAD, J. W.; JESSOR, R.; PARNES, H. S.; WILCOCK, R. C. Occupational choice: A conceptual framework. **Industrial and Labor Relations Review**, v. 9, n. 4, p. 531-543, 1956.

BLUMER, H. **Symbolic interactionism: perspective and method**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1969.

BOECHAT, W. **A mitopoese da psique**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

BORGES, J. F.; CASADO, T. Empreendedores no Divã: entre o *heroic economic superman* e o *sentient self*. In. **Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Administração – EnANPAD**. ANAIS...XXXIII [CD], São Paulo, 19 a 23 de setembro, 2009.

BRASIL SEM MISÉRIA. Disponível em: <http://www.brasilsemmiseria.gov.br/>. Consultado em: 16/11/2011.

- BORGES, J. F.; CASADO, T.; SOARES, A. Between the real identity and the prescribed identity for executives: subjectivity in career construction. In. **26th European Group for Organization Studies**, EGOS Colloquium, Lisbon, July 01-03, 2010.
- BORGES, J. F.; MIRANDA, B. S.; CASADO, T. **Desenvolvimento da carreira**. In. DUTRA, J. S. (Org.) *Gestão de Carreiras na empresa contemporânea*. [p. 172-194] São Paulo: Atlas, 2010.
- BOSLEY, S. L. C.; How other people shape our careers: a typology drawn from career narratives. **Human Relations**, v. 62, n. 10, p. 1487-1520, 2009.
- BRUNER, E. M. Experience and its expressions. In: TURNER, V. W.; BRUNER, E. M. (Eds.). **The Anthropology of performance** [p. 3-30]. Urbana/Chicago: University of Illinois Press, 1986.
- BRUSH, C. G; CARTER, N. M.; GATEWOOD, E. J.; GREENE, P.; HART, M. M. (Eds.). **Women and entrepreneurship: Contemporary classics**. Cheltenham, UK/Northampton, USA, 2006.
- BRUTON, G. D.; AHLSTROM, D.; OBLOJ, K. Entrepreneurship in emerging economies: where are e today and where should the research go in the future. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 32, n. 1, p. 1-14, 2008.
- BUJOLD, C. Construction career through narrative. **Journal of Vocational Behavior**, v. 64, n.3, p. 470-484, 2004.
- BURREL, G.; MORGAN, G. **Sociological Paradigms and Organisational Analysis**. Aldershot/U.K., Brookfield/USA: Arena, 1994
- CALFAT, M. Sirene avisa a hora do pãozinho quente. **Jornal Correio de Uberlândia**, p. A9, 26/06/2011.
- CALÁS, M.; SMIRCICH, L.; BOURNE, K. Extending the boundaries: reframing "entrepreneurship as social change" through feminist perspectives. **Academy of Management Review**, v. 34, n. 3, p. 552-569, 2009.
- CALDAS, M. P.; BERTERO, C. O. (Orgs.). **Teoria das organizações**. São Paulo: FGV, 2007.
- CALDEIRA, J. **História do Brasil com empreendedores**. São Paulo: Mameluco, 2009.
- CAMPBELL, J. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.
- _____. **O heroi de mil faces** [1949]. São Paulo: Pensamento, 2007.
- CARROLL, G. R. Organizational Ecology. **Annual Review of Sociology**, v. 10, p. 71-93, 1984.
- CHAU, M. **Convite à Filosofia**. São Paulo: Ática, 2010.

CHIA, R. C. H. Introduction: exploring the expanded realm of technology, organization and modernity. In: CHIA, R. C. H. **Organized Worlds** [p. 1-19]. London, New York: Routledge, 1998.

COCHRAN, L. R. Narrative as a Paradigm for Career Research [p. 71-86]. In: YOUNG, R. A.; BORGAN, W. A. (Eds.). **Methodological Approaches to the Study of Career**. New York: Praeger, 1990.

COHEN, L.; MALLON, M. My brilliant career? Using stories as a methodological tool in careers research. *International studies of Management & organization.*, v. 31, n. 3, p. 48—68, 2001.

COLLIN, A. The meanings of career. In: GUNZ, H.; PEIPERL, M. (Eds). **Handbook of Career Studies** [p. 558-565]. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2007.

COLLINS, R. On the microfoundations of macrosociology. **The American Journal of Sociology**, v. 86, n. 5, p. 984-1014, 1981.

COSTA, A. M.; BARROS, D. F.; MARTINS, P. P. E. A alavanca que move o mundo: o discurso da mídia de negócios sobre o capitalismo empreendedor. In **Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Administração – EnANPAD. ANAIS...XXXIII** [CD], São Paulo, 19 a 23 de setembro, 2009.

CORNELIUS, B.; LANDSTROM, H.; PERSSON, O. Entrepreneurial studies: the dynamic research front of a developing social science. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 30, n. 3, p. 375-398, 2006.

CORREIO DE UBERLÂNDIA. Disponível em: <http://www.correiodeuberlandia.com.br/>. Consultado em: a partir de 30/09/2010.

CZARNIAWSKA, B. Emerging institutions: Pyramids or Anthills? **Organization Studies**, v. 30, n. 4, p. 423-441, 2009.

DARWIN, A. Critical reflections on mentoring in work settings. **Adult Education Quarterly**, v. 50, n. 3, p. 197-211, 2000.

DAVIDSON, P.; WIKLUND, J. Levels of analysis in entrepreneurship research: Current research practice and suggestions for the future. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 25, n. 4, p. 81-100, 2001.

DENZIN, N. K. **The research act: A theoretical introduction to sociological methods**. New York: McGraw-Hill, 1977.

_____. **Interpretative biography**. Newbury Park, California: Sage Publications, 1989.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. A disciplina e a prática da pesquisa qualitativa. In DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Orgs.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens** [p. 15-41]. Porto Alegre: Artmed/ Bookman, 2006, Reimp. 2010.

DESCHAMPS, J-C.; MOLINER, P. **A identidade em Psicologia Social: dos processos identitários às representações sociais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

DESS, G. G.; IRELAND, R. D.; ZAHRA, S. A.; FLOYD, S. W.; JANNEY, J. J.; LANE, P. J. Emerging issues in corporate entrepreneurship. **Journal of Management**, v. 29, n.3, , p. 351-378, 2003.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. Introduction. In: POWELL, W. W.; DIMAGGIO, P. J. (Eds.). **The new institutionalism in organizational analysis** [p. 1-38]. Chicago: The University Chicago Press, 1991.

DIMOV, D. Grappling with the unbearable elusiveness of entrepreneurial opportunities. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 35 n. 1, p. 57-81, 2011.

DODD, S; ANDERSON, A. Mumpsimus and mything of the individualistic entrepreneur. **International Small Business Journal**, v. 25, n. 4, p. 341-360, 2007.

DOWNING, S. The social construction of entrepreneurship: narrative and dramatic process in the coproduction of organizations and identities. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 29, n. 2, p. 185-204, 2005.

DURKHEIM, E. **Da divisão do trabalho social**. São Paulo: Martins Fontes, [1930]2010.

DUTRA, J. S. **Administração de Carreiras**. São Paulo: Atlas, 1996.

DUTTA, D. K.; CROSSAN, M. M. The nature of entrepreneurial opportunities: Understanding the process using the 41 organizational learning framework. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 35, n. 1, p. 57-81, 2005.

EDWARDS, J. R.; ROTHBARD, N. P. Mechanisms Linking Work and Family: Clarifying the Relationship between Work and Family Constructs. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1 , p. 178-199, 2000.

EHRENBERG, A. **O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa**. Aparecida, SP: Idéias e Letras, 2010.

EHRENBERG, A.; BOTBOL, M. Depressão, doença da autonomia? Entrevista de Alain Ehrenberg a Michel Botbol. **Revista Ágora** [online]. Rio de Janeiro, v.7, n.1, p. 143-153, 2004.

ELIADE, M. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, [1963]1972.

ENRIQUEZ, E. **Da horda ao Estado**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

ERIKSON, E. H. **Identidade, juventude e crise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

ESSERS, C. **New directions in post-heroic entrepreneurship** [Introduction, p. 9-21]. Sweden/Norway: Liber, Copenhagen Business School Press, 2009.

ESSERS, C.; BENSCHOP, Y. Enterprising identities: Female entrepreneurs of Moroccan or Turkish origin in the Netherlands. **Organization Studies**, v. 28, n. 1, p. 49-69, 2007.

FAUCHART, E.; GRUBER, M. Darwinians, communitarians, and missionaries: The role of founder identity in entrepreneurship. **Academy of Management Journal**, v.54, n. 5, p. 935-957, 2011.

FERNANDES, A. Aumenta a formalização em 2011 no município. **Jornal Correio de Uberlândia**, p. A3, 31/07/2011a.

_____. A Uberlândia que não para durante a madrugada. **Jornal Correio de Uberlândia**, p. A4, 25/09/2011b.

FINE, G. A. The sad demise, mysterious disappearance, and glorious triumph of symbolic interactionism. **Annual Review of Sociology**, v. 19, n. 1, p. 61-87, 1993.

FINEMAN, S. Organizations as emotional arenas. In. FINEMAN, S. **Emotions in organizations** [p. 9-35]. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, 1994.

FLETCHER, D. "Toy Story": The narrative world of entrepreneurship and the creation of interpretative communities. **Journal of Business Venturing**, v. 27, n. 5, p. 649-672, 2007.

FLICK, U. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FORBES MAGAZINE. Gallery: The richest people on the planet 2011. Gallery: Top fastest-growing technologies companies. The hottest new technologies of 2011. Gallery: The world's youngest billionaires 2011. Disponível em: <http://www.forbes.com/wealth/billionaires>. Consultado em: 31/03/2011.

FORRESTER, V. **O horror econômico**. São Paulo: Unesp, 1997.

FOSS, K.; FOSS, N.; KLEIN, P. Original and derived judgment: An entrepreneurial theory of economic organization. **Organization Studies**, v. 28, n. 12, p. 1893-1912, 2007.

FREHSE, F. Ervin Goffman, sociólogo do espaço. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 68, p. 155-166, 2008.

FRIEDMAN, S. D.; GREENHAUS, J. H. **Work and Family – Allies or enemies?:** What happens when business professionals confront life choices. New York: Oxford, 2000.

FRIJDA, N. H. The psychologists' point of view. In. LEWIS, M.; HAVILAND-JONES, J. M. (Eds.). **Handbook of emotions** [p. 59-74]. New York, London: The Guilford Press, 2004.

GUNZ, H.; PEIPERL, M. (Eds.). **Handbook of Career Studies** [p. 566-572]. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2007.

GARTNER, W. B. "Who is an entrepreneur?" Is the wrong question. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 13, Summer, p. 47-68, 1989.

_____. Is there an elephant in entrepreneurship? Blind assumptions in theory development. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 25, n. 4, p. 27-39, 2001.

_____. Entrepreneurial narrative and a science of the imagination. **Journal of Business Venturing**, v. 22, n. 5, p. 613-627, 2007.

GARUD, R; HARDY, C; MAGUIRE, S. Institutional entrepreneurship as embedded agency: An introduction to special issue. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 957-969, 2007.

GASKEL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

GASTALDO, E. Goffman e as relações de poder na vida cotidiana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 68, p. 149-153, 2008.

GAULEJAC, V. **Gestão como doença social**. Aparecida, São Paulo: Ideias & Letras, 2007.

GCCE – Global Center for Cultural Entrepreneurship. Disponível em: <http://www.culturalentrepreneur.org/>. Consultado em: 02/01/2012.

GECAS, V. The self-concept. *Annual Review of Sociology*, v. 8, p. 1-33, 1982.

GERGEN, C; VANOUREK, G. **Life entrepreneurs: ordinary people creating extraordinary lives**. San Francisco : Jossey-Bass, 2008.

GIBB DYERS, W. Toward a theory of entrepreneurial careers. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 19, n. 2, p. 7-21, 1994.

GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

_____. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

_____. **Mundo em descontrole**. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2007.

GLADWELL, M. The sure thing. How to succeed as an entrepreneurship. **New Yorker**, Annals of business, 18 Jan. 2010. Disponível: http://www.newyorker.com/reporting/2010/01/18/100118fa_fact_gladwell#ixzz1JKTBTg1U. Consultado em: 12/04/2010.

GOFFMAN, E. Embarrassment and social organization. **The American Journal of Sociology**, v. 62, n. 3, p. 264-271, 1956.

_____. **The presentation of Self in everyday life**. London: Penguin Books, 1990a.

_____. **Stigma: Notes on the management of spoiled identity**. New Jersey: Penguin Books, 1990b.

_____. **Interaction ritual: essays in face-to-face behavior**. New Brunswick, New Jersey/U.S.A and London/U.K.: Aldine Transaction, 2006.

_____. **Estigma**: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

_____. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 2009.

GOSS, D. Schumpeter's legacy? Interaction and emotions in the Sociology of Entrepreneurship. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 29, n. 2, p. 205-218, 2005.

_____. Enterprise ritual: a theory of entrepreneurial emotion exchange. **British Journal of Management**, v. 19, n. 2, p. 120-137, 2008.

GOODSON, I. The story of life history: Origins of the life history method in sociology. **Identity: An International Journal of Theory and Research**, v. 1, n. 2, p. 129-142, 2001.

GOUVEIA, T. B.; GRISCI, C. L. I. A demanda empreendedora e o trabalho imaterial na construção da subjetividade do "empreendedor". In. **Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Administração – EnANPAD**. ANAIS...XXX [CD], Salvador, 23 a 27 de setembro, 2006.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

GRANT, P.; PERREN, L. J. Small business and entrepreneurial research: Meta-theories, paradigms and prejudices. **International Small Business Journal**, v. 20, p. 185-209, 2002.

GRECO ET AL., S. M. de S. S. Empreendedorismo no Brasil: 2010. Curitiba: IBPQ, 2011.

GREENHAUS, J. H.; FOLEY, S. The Intersection of Work and Family Lives. In: GUNZ, H.; PEIPERL, M. (Eds). **Handbook of Career Studies** [p. 131-152]. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2007.

GRÉGOIRE, D.; NOËL, M. X.; DÉRY, R.; BÉCHARD, J.P. Is there conceptual convergence in entrepreneurship research? A co-citation analysis of *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 1981-2004. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 30, n. 3, p. 333-373, 2006.

GREY, C. Career as a project of the Self and Labour Process Discipline. In. PULLEN, A.; LINSTED, S. (Eds.). **Organization and Identity** [p.107-126]. London, New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2005.

GRIMSHAW, D.; MARCHINGTON, M; RUBERY, J. WILLMOTT, H. Introduction: Fragmenting work across organizational boundaries. In. MARCHINGTON, M.; GRIMSHAW, D.; RUBERY, J.; WILLMOTT, H. (eds.). **Fragmenting Work** [p. 1-36] UK: Oxford University Press, 2005.

GUEDES, S. A. **A carreira do empreendedor**. São Paulo, 2009. 160p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.

GUNZ, H.; PEIPERL, M. Tracing the Historical Roots of Career Theory in Management and Organization Studies. In: GUNZ, H.; PEIPERL, M. (Eds). **Handbook of Career Studies** [p. 1-10]. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2007.

HALL, D. T. Protean Careers of the 21st Century. **Academy of Management Executive**, v. 10, n. 4, p. 8-16, 1996.

_____. **Careers in and out of organizations**. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 2002.

_____. The Protean Career: A Quarter-Century Journey. **Journal of Vocational Behavior**, v. 65, n. 1, p. 1-13, 2004.

HALL, S. Quem precisa da identidade? In. SILVA, T. T. (org.); Hall, S.; WOODWARD, K. **Identidade e diferença** [p. 103-133]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

_____. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP & A Ed., 2005.

HALL, C. S; LINDZEY, G.; CAMPBELL, J. B. **Teorias da personalidade**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

HASHIMOTO, M. Os 5 mitos do empreendedor. **Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, Editora Globo, n. 248, p. 82, set 2009.

HENDERSON, J. L. Os mitos e o homem moderno. In. JUNG, C. G.(Org.) **O homem e seus símbolos** [p. 133-205]. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, [1964]2008.

HENDERSON, R.; ROBERTSON, M. Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career. **Career Development International**, v. 5, n. 6, p. 279-287, 2000.

HIRSCH, P. M.; SHANLEY, M. The rhetoric of *boundaryless* – Or, how the newly empowered managerial class bought into its own marginalization. In. ARTHUR, M. B.; ROUSSEAU, D. M. (Eds.). **The boundaryless career: A new employment principle for a new organizational era** [p. 218-233]. Oxford: Oxford University Press, 1996.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; SIRMON, D. G.; TRAHMS, C. A. Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society. **Academy of Management Executive: Perspectives**, v. 25, n. 2, p. 57-75, 2011.

HOCHSCHILD, A. R. **Managed Heart: The commercialization of human feeling**. University of California Press, 2003 a.

_____. **Commercialization of intimate life notes from home and work.** California University Press, 2003 b.

_____. Emotion, Feeling rules, and social structure. **The American Journal of Sociology**, v. 85, n. 3, p. 551-575, 1979.

HUGHES, E. C. Institutional office and the person. **American Journal of Sociology**, v. 43, n. 3, p. 404-413, 1937.

_____. **Men and their work.** Illinois: Glencoe, 1958.

_____. **On work, race, and the sociological imagination.** Chicago and London: The University of Chicago Press, 1994.

_____. Careers. **Qualitative Sociology**, v. 20, n. 3, p. 389-397, 1997.

HUGHES-HALLETT, L. **Heróis.** Rio de Janeiro: Record, 2007.

HURLEY, A. E. Incorporating feminist theories into sociological theories of entrepreneurship. **Women in Management Review**, v. 14, n. 2, p. 54-62, 1999.

IBARRA, H. Identidade de carreira: a experiência é a chave para reinventá-la. São Paulo: Editora Gente, 2009.

IBARRA, H.; DESHPANDE, P. H. Networks and Identities: Reciprocal Influences on Career Process and Outcomes. In: GUNZ, H.; PEIPERL, M. (Eds). **Handbook of Career Studies** [p. 268-282]. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2007.

ICHHEISER, G. Misunderstandings in human relations: a study in false social perception. **The American Journal of Sociology**, v. LV, n. 2, September, 1949.

IELLATCHITCH, A.; MAYRHOFER, WOLFGANG; MEYER, M. Career fields: a small step towards a grand career theory?. **International Journal of Human Resource Management**, v. 14, n. 5, p. 728-750, 2003.

INKSON, K. Images of career: nine key metaphors. **Journal of Vocational Behavior**, v. 5, p. 96-111, 2004.

IRELAND, R. D.; WEBB, J. W. A cross-disciplinary exploration of entrepreneurship research. **Journal of Management**, v. 33, n. 6, p. 891-927, 2007.

JAMES, W. The consciousness of Self. In. JAMES, W. The principles of Psychology, 1890. In. GREEN, C. D. **Classic in the History of Psychology.** Disponível em:

<http://psychclassics.yorku.ca/James/Principles/prin10.htm> . Consultado em: 20/02/2011.

JAYASINGHE, K.; THOMAS, D.; WICKRAMASINGHE, D.; Bounded emotionality in entrepreneurship: an alternative framework. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research**, v. 14, n. 4, p. 242-258, 2008.

JENNINGS, P. L.; PERREN, L.; CARTER, S. Guest editor's introduction: alternative perspectives on entrepreneurship research. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 29, n. 2, p. 145-152, 2005.

JOAS, H. Interacionismo Simbólico. In. GIDDENS, A.; TURNER, J. **Teoria Social hoje** [p. 127-174]. São Paulo: UNESP, 1999.

JOHANSSON, A. W. Narrating the entrepreneur. **International Small Business Journal**, v. 22, n. 3, p. 273-293, 2004.

JONES, C.; SPICER, A. **Unmasking the entrepreneur**. Cheltenham, Uk, Northampton, MA, USA: Edgar Elgar, 2009.

JORNAL CORREIO DE UBERLÂNDIA. Mutirão de formalização. **Jornal Correio de Uberlândia**, Seção Cidade & Região, 12 dez. 2011.

JUNG, C. G. Chegando ao inconsciente. In. JUNG, C. G.(Org.) **O homem e seus símbolos** [p. 15-131]. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, [1964]2008.

KAHNEMAN, D.; MILLER, D. T. Norm Theory: Comparing reality to its alternatives. *Psychological Review*, v. 93, n. 2, p. 136-153, 1986.

KATZ, J. A. Modelling entrepreneurial career progressions: concepts and considerations. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 19, n. 2, p. 23-39, 1994.

KELLEY, D. J.; BOSMA, N.; AMORÓS, J. E. **Global Entrepreneurship Monitor 2010 Global Report**. Babson Park, MA, United States: Babson College. Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo. London, United Kingdom: London Business School. 2010.

KERLINGER, F. N. **Metodologia da pesquisa em Ciências Sociais**: um tratamento conceitual. São Paulo: EPU, 1980.

KETS DE VRIES, M. F. R. The entrepreneurial personality: A person at the crossroads. **Journal of Management Studies**, v. 14, n. 1, p. 34-57, 1977.

_____. The Dark Side of Entrepreneurship. **Harvard Business Review**, v. 85, n. 6, p. 160-167, 1985.

_____. Creative rebels with a cause. In. BIRLEY, S.; MUZYKA, D. F. (Eds.). **Mastering Enterprise** [p. 5-8]. Harlow, UK: Financial Times, Pearson Education Limited, 2000.

KHAN, F. R.; MUNIR, K. A.; WILLMOTT, H. A dark side of institutional entrepreneurship: soccer Balls, child labour and postcolonial impoverishment. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 1055-1077, 2007.

KHAPOVA, S. N.; ARTHUR, M. B.; WILDEROM, C. P. M. The subjective career in the knowledge economy [p. 114-130]. In. GUNZ, H.; PEIRPERL, M. **Handbook of Career Studies**. Thousand Oaks; London; New Delhi: Sage Publications Inc., 2007.

KIMBERLY, J. R. Foreword. In. VILLETTE, M.; VILLERMOT, C. **From predators to icons** [p. IX-XI]. New York: Cornell University Press, 2009.

KIRZNER, I. M. Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an austrian approach. **Journal of Economic Literature**, v. 35, n. 1, p. 60-85, 1997.

KISFALVI, V.; MAGUIRE, S. On the nature of institutional entrepreneurs: Insights from the life of Rachel Carson. **Journal of Management Inquiry**, v. 20, n. 2, p. 152-177, 2011.

KLEIN, P. G. Opportunity discovery, entrepreneurial action, and economic organization. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 2, n. 3, p. 175-190, 2008.

KOROTOV, K.; KHAPOVA, S.; ARTHUR, M. Career entrepreneurship. **Organizational Dynamics**, *in press*, 2011.

KRIPPENDORFF; K. **Content analysis: An introduction to its methodology**. Beverly Hills, London: Sage Publications, 1986.

LECA, B.; NACCACHE, P. A critical realist approach to institutional entrepreneurship. **Organization**, v. 13, n. 5, p. 627-651, 2006.

LEE, J. 8. Generation Limbo: Waiting It Out. **The New York Times**, 31 August 2011. Disponível em: http://www.nytimes.com/2011/09/01/fashion/recent-college-graduates-wait-for-their-real-careers-to-begin.html?_r=1&scp=3&sq=cliff%20zudin&st=cse. Consultado em: 20/10/2011.

LENZI, F. C. **Os empreendedores corporativos nas empresas de grande porte dos setores mecânico, metalúrgico e de material elétrico/comunicação em Santa Catarina: um estudo da associação entre tipos psicológicos e competências empreendedoras reconhecidas**. São Paulo, 2008. 126p. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.

LEVY, D.; SCULLY, M. The institutional entrepreneur as modern prince: the strategic face of power in contested fields. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 971-991, 2007.

LEWIS, M.; HAVILAND-JONES, J.M.(eds.) **Handbook of emotions**. New York, London: The Guilford Press, 2000.

LEWIS, M. W.; GRIMES, A. J. Metatriangulação: a construção de teorias a partir de múltiplos paradigmas. *Revista de Administração de Empresas – RAE*, v. 45, n. 1, p.72-9, 2005.

LIPPMANN, W. **Public Opinion** [1922]. New York: Penguin Books, 1946.

LOG ON. **O mito do herói: jornadas** [documentário]. Produção: Lo on, 2005

LOUNSBURY, M.; GLYNN, M. A. Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. **Strategic Management Journal**, v. 22, n. 6-7, p. 545-564, 2001.

MACHADO, J. P. et al. **Empreendedorismo no Brasil**: 2009. Curitiba: IBQP, 2010

MAHONEY, J. T.; MICHAEL, S. C. A subjective theory of entrepreneurship. In. ALVAREZ, S. A.; AGARWAL, R.; SORENSON, O. **Handbook of entrepreneurship research: interdisciplinary perspectives** [p. 33-54]. New York: Springer, 2005.

MAINIERO, L. A.; SULLIVAN, S. E. Kaleidoscope Careers: An Alternative Explanation for the "Opt-Out" Revolution. **Academy of Management Executive**, v. 19, n. 1, p. 106-123, 2005.

_____. **The opt-out revolt: Why people are leaving companies to create kaleidoscope careers**. Mountain View, California: Davies-Black publishing, 2006.

MAISONNEUVE, J. **Introdução à psicossociologia**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1977.

MANDELBAUM, R. What's in the Obama Jobs Plan for Small Businesses, **The New York Times**, 9 September 2011. Disponível em: <http://boss.blogs.nytimes.com/2011/09/09/whats-in-the-obama-jobs-plan-for-small-businesses/>. Consultado em: 25/10/2011.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

MARSHALL, C.; ROSSMAN, G. B. **Designing qualitative research**. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 1995.

MARTINEZ, M. **Jornada do herói**. São Paulo: Annablume, 2008.

MARTINS, C. B. C. Nota sobre o sentimento de embaraço em Erving Goffman. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 68, p. 137-144, 2008.

MASLOW, A. H. A theory of human motivation. **Psychological Review**, v.50, n. 4, p. 370-396, 1943.

_____. **Motivación Y personalidad**. Madrid, Espanha: Dias de Santos, S.A., 2008.

McCLELLAND, D. C. **The achieving society**. New York/ EUA, London/UK: The Free Press, Collier-Macmillan Limited, 1967.

McKENZIE, B; UGBAH, S.; SMOTHERS, N. "Who is an entrepreneur"" Is it still the wrong question? **Academy of Entrepreneurship Journal**, v. 13, n. 1, p. 23-43, 2007.

McKENZIE, B.; SUD, M. A hermeneutical approach to understanding entrepreneurial failure. **Academy of Entrepreneurship Journal**, v. 14, n. 12, p. 123-148.

_____. Prolegomena to a new Ecological Perspective in entrepreneurship. **Academy of Entrepreneurship Journal**, v. 15, n. 1, p. 43-60, 2009.

McMULLEN, J. S. Delineating the domain of development entrepreneurship: A market-based approach to facilitating inclusive economic growth. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 35, n. 1, p. 185-193, 2011.

MEAD, G. H. **Mind, Self & Society**: from the standpoint of a social behaviorist. Chicago, London: The university of Chicago Press, Cambridge University Press, 1950.

MILES, M. B.; HUBERMAN, A. M. **Qualitative data analysis**. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 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. São Paulo, 2010. 321p. Tese (Doutorado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.

MINTZBERG, H. The manager's job: Folklore and fact. **Harvard Business Review**, v. 53, n. 2, p. 100-110, 1975.

MOROZ, P. W.; HINDLE, K. Entrepreneurship as a process: toward harmonizing multiple perspectives. **Entrepreneurship: Theory and Practice**. Early view (online version of record published before inclusion in an issue), 23 May 2011.

NICHOLSON, N. Destiny, Drama and Deliberation: Careers in the Coevolution of Lives and Societies. In: GUNZ, H.; PEIPERL, M. (Eds). **Handbook of Career Studies** [p. 566-572]. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2007.

NICHOLSON, L.; ANDERSON, A. News and nuances of the entrepreneurial myth and metaphor: Linguistic games in entrepreneurial sense-making and sense-giving. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 29, n. 2, p. 153-172, 2005.

NUNES, J. H. **Interacionismo simbólico e dramaturgia**. São Paulo: Humanitas; Goiânia: UFG, 2005.

NUNOMURA; E. GOTARDELLO, W. O verdadeiro caminho do sucesso. **Revista Pequenas Empresas & Pequenos Negócios**, Editora Globo, n. 255, p. 48-65, Abr. 2010.

NUNES, J. H. **Interacionismo simbólico e dramaturgia**: a sociologia de Goffman. São Paulo, Goiânia: Associação Editorial Humanitas, Editora da UFG, 2005.

O'DOHERTY, D. Writing professional identities: (In)between structure and agency. In: DENT, M.; WHITEHEAD, S. (Eds.). **Managing Professional Identities** [p. 217-234]. London, New York: Routledge, Taylor & Francis Group, 2002.

O'DOHERTY, D.; ROBERTS, I. Career or slide? Managing on the threshold of sense. COLLIN, A.; YOUNG, R. A. (Eds.). **The future of career** [144-162]. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

O'DOHERTY, D.; WILLMOTT, H. The decline of labour process analysis and the future Sociology of Work. **Sociology**, v. 43, n. 5, p. 931-951, 2009.

OBODARU, O. The self not taken: How alternative selves develop and how they influence our professional lives. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 1, p. 34-57, 2012.

OGBOR, J. O. Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies. **Journal of Management Studies**, v. 37, n. 5, p. 605-635, 2000.

ORGANIZATION STUDIES, v. 31, n. 9 e 10, 2010.

PATTON, M. Q. Qualitative evaluation and research methods. Newbury Park, California: Sage Publications, 1990.

PEREIRA, M. E. **Psicologia social dos estereótipos**. São Paulo: E.P.U., 2002.

PILEGAARD, M.; MOROZ, P; NEERGAARD, H. An auto-ethnographic perspective on academic entrepreneurship: Implications for research in the social sciences and humanities. **Academy of Management Perspective**, v. 24, n. 1, p. 46-61, 2010.

PITTAWAY, L. Philosophies in entrepreneurship: a focus on economic theories. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research**, v. 11, n. 3, p. 201-221, 2005.

PORTAL DO EMPREENDEDOR, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Disponível em:

<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/modulos/formalize/index.html>. Consultado em 12/09/2011.

POWELL, G. N.; GREENHAUS, J. H. Managing incidents of Work-Family Conflict: A Decision-Making Perspective. **Human Relations**, v. 59, n. 9, p. 1179-1212, 2006.

PREFEITURA MUNICIPAL DE UBERLÂNDIA. Banco de Dados Integrados (BDI) 2011, v. I, II, III. Disponível em:

<http://www.uberlandia.mg.gov.br/?pagina=secretariasOrgaos&s=56&pg=514>. Consultado em 27/02/2012.

QUEIROZ, M. I. P. de. **Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva**. São Paulo: T. A. Queiroz, 1991.

RADU, M.; REDIEN-COLLOT, R. The social representation of entrepreneurs in the French Press: desirable and Feasible models? **International Small Business Journal**, v. 26, n. 3, p. 259-298, 2008.

RAMOGLIOU, S. Who is a "non-entrepreneur"? Taking the "others" of entrepreneurship seriously. **International Small Business Journal**, v. 29, n. 6, p. 1-22, 2011.

REYNOLDS, P. et al. Global Entrepreneurship Monitor: Data collection design and implementation 1998-2003. **Small Business Economics**, v. 24, n. 3, p. 205-231, 2005.

RICKETTS, M. Theories of entrepreneurship: historical development and critical assessment. In. CASSON, M.; YEUNG, B.; BASU, A.; WADESON, N. (Eds.). **The Oxford Handbook of Entrepreneurship** [p. 33-58]. New York, USA: Oxford University Press, 2006.

RIFKIN, J. **O fim dos empregos**. São Paulo: Makron Books, 1995.

RINDOVA, V.; BARRY, D.; KETCHEN JR. Entrepreneurship as emancipation. **Academy of Management Review**, n. 34, n. 3, p. 477-491, 2009.

ROESE, N. J. Counterfactual thinking. *Psychological Bulletin*, v. 121, n.1, p. 133-148, 1997.

ROTHBARD; N. P.; DUMAS, T. L. Research Perspectives: Managing the Work-Home Interface [p. 71-89]. In. JONES, F.; BURKE, R. J.; WESTMAN, M. (Eds.). **Work-Life Balance: A Psychological Perspective**. Hove, New York: Psychology Press, Taylor & Francis Group, 2006.

RUBERY, J.; EARNSHAW, J.; MARCHINGTON, M. Blurring the boundaries to the employment relationship: from single to multi-employer relationships. In. MARCHINGTON, M.; GRIMSHAW, D.; RUBERY, J.; WILLMOTT, H. (eds.). **Fragmenting Work** [p. 63-87] Oxford: Oxford University Press, 2005.

RUBIN, H. J.; RUBIN, I. S. **Qualitative interviewing**: The art of hearing data. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications, 1995.

RUEF, M.; LOUNSBURY, M (Eds.) The Sociology of entrepreneurship. *Research in the Sociology of organizations*, v. 25, p. 1-29. Oxford/UK: Jai Press, Elsevier, 2007.

SARASVATHY, S. D. Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. **Academy of Management Review**, v. 26, n. 2, p. 243-263, 2001.

SARASVATHY, S. D.; VENKATARAMAN, S. Entrepreneurship as method: open questions for an entrepreneurial future. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 35, n. 1, p. 113-135, 2011.

SARBIN, T. R. Role Theory. In. LINDZEY, G. **Handbook of Social Psychology**: theory and method [V. I, p.223-258]. Cambridge: Addison-Wesley Publishing Company, Inc., 1956.

SCHECHNER, R. **Performance Studies**. New York, London: Routledge, 2006.

_____. **Performance Theory**. London, New York: Routledge, 2003.

SCHEIN, E. H. **Career Dynamics**: matching individual and organizational needs. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company, 1978.

_____. Career anchors revisited: Implications for career development in the 21st century. **Academy of Management Executive**, v. 10, n. 4, p. 80-88, 1996.

_____. Career Research: some personal perspectives. In: GUNZ, H.; PEIPERL, M. (Eds). **Handbook of Career Studies** [p. ix-xi]. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, 2007.

SCHJOEDT, L.; SHAVER, K. G. Deciding on an entrepreneurial career: A test of pull and push hypotheses using the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics data. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 31, n. 5, p. 733-752, 2007.

SCHULTHEISS, D. E. P. Qualitative relational career assessment: a constructivist paradigm. **Journal of Career Assessment**, v. 13, n. 4, p. 381-394, 2005.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988 [1964].

SCHWANDT, T. A. Três posturas epistemológicas para a investigação qualitativa: interpretativismo, hermenêutica, construcionismo social. In DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. (Orgs.). **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens** [p. 193-217]. Porto Alegre: Artmed/ Bookman, 2006, Reimp. 2010.

SCOTT, M. G.; TWOMEY, D. F. The long-term supply of entrepreneurs: Student's career aspirations in relations to entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**, v. 26, n.4, p. 5-13, 1988.

SEBRAE/SP – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de São Paulo. Doze anos de monitoramento da sobrevivência e mortalidade de empresas, Ago. 2010. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/TenhoUmaEmpresa/Biblioteca/OutrosConteudos/EstudosEPesquisas/MortalidadeDasEmpresas/Paginas/MortalidadeDasEmpresas.aspx>. Consultado em: 28/02/2011.

SELLTIZ; JAHODA; DEUTSCH; COOK. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: E.P.U./EDUSP, 1975.

SENNETT, R. Street and Office: Two sources of identity. In. GIDDENS, A.; HUTTON, W. **On The Edge** [p.175-190]. London: Jonathan Cape, 2000.

_____. **A cultura do novo capitalismo**. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2006.

SENNETT, R. **A corrosão do caráter**: consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2007.

_____. **O artífice**. Rio de Janeiro, São Paulo: Record, 2009.

SHANE, S. A. Reflections on the 2010 AMR decade award: Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 37, n. 1, p. 10-20, 2012.

_____. **The Illusions of entrepreneurship: the costly myths that entrepreneurs, investors, and policy makers live by** [Introduction, p. 1-8]. EUA: Yale University, 2008.

SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v. 25, n. 1, p. 217-226, 2000.

SHEPHERD, D. A.; PATZELT, H. The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking "What is to be sustained" with "What is to be developed". **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 15, n. 1, p. 137-163, 2011.

SILVA, F. Uberlândia ganha um novo restaurante a cada dois dias. **Jornal Correio de Uberlândia**, p. A3, 26/08/2011a.

_____. Uberlândia é a 2^a. melhor cidade em saneamento. **Jornal Correio de Uberlândia**, p. A3, 02/10/2011b.

SILVERMAN, D. **Interpreting qualitative data: Methods for analyzing talk, text and interaction**. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 1995.

_____. **Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

SILVA, T. T. A produção social da identidade e da diferença. In. SILVA, T. T. (org.); Hall, S.; WOODWARD, K. **Identidade e diferença** [p. 73-102]. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

SINGH, S.; CORNER, P; PAVLOVICH, K. Coping with entrepreneurial failure. **Journal of Management & Organization**, v. 13, p. 331-344, 2007.

SPINK, M. J.; LIMA, H. Rigor e visibilidade: a explicação dos passos da interpretação. In. SPINK, M. J. (Org.) **Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano: aproximações teóricas e metodológicas** [p. 93-122]. São Paulo: Editora Cortez, 2004.

SMITH, A. **A riqueza das nações**. Coleção Os Economistas, v.1. São Paulo: Novas Cultural, 1996.

SMITH-RUIG, T. **Making sense of careers through the lens of a path metaphor**. Career development International, v. 13, n. 1, p. 20-32, 2008.

SORENSEN, O.; STUART, T. E. Entrepreneurship: A field of dreams? **The Academy of Management Annals**, v. 2, n. 1, p. 517-543, 2008.

SOTTO, R. The virtualization of the organizational subject. In. CHIA, R. C. H. **Organized Worlds** [p. 67-94]. London, New York: Routledge, 1998.

STEBBINS, R. A. Career: The subjective approach. **The Sociological Quarterly**, v. 11, n. 1, p. 32-49, 1970.

STOREY, J. A. "Fracture lines" in the career environment. In. COLLIN, A.; YOUNG, R. A. The future of career. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 2000.

STRAUSS, A. L. Espelhos e máscaras: a busca de identidade. São Paulo: EDUSP, 1999.

_____. Mirrors and Masks: the research for identity [1959, 1997]. New Brunswick (USA) and London (UK): Transaction Publishers, 2008.

STRAUSS, A.; CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Porto Alegre: Artmed, 2008. Reimp. 2009.

STEINBERG, R. J.; FIGART, D. M. Emotional labor since The Managed Heart. **Annals of The American Academy of Political and Social Science**, v. 561, p. 8-26, 1999a.

_____. Emotional demands at work: a job content analysis. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 561, p. 177-191, 1999b.

SUPER, D. E. Toward a comprehensive theory of career development. In MONSTROSS, D. H.; SHINKMAN, C. J. (Eds.). **Career Development: Theory and practice** [p. 35-64]. Springfield, IL: Charles C. Thomas, 1992.

SWEDBERG, R. Social entrepreneurship: the view of young Schumpeter. In. STEYAERT, C.; HJORTH, D. **Entrepreneurship as social change: a third movements in entrepreneurship book** [p. 21-34]. Cheltenham, Uk/Massachusetts, USA: 2006.

TEDLOW, R. **S.7 Homens e os impérios que construíram**. São Paulo: Futura, 2002.

THE ECONOMIST. Global heroes.[A special report on entrepreneurship]. Mar. 12th. 2009. Disponível em: <http://www.economist.com/node/13216025/print>. Consultado em: 08/03/2011.

THE WHITE HOUSE BLOG. President Obama on the passing of Steve Jobs: "He changed the way each of us sees the world". Disponível em:

<http://www.whitehouse.gov/blog/2011/10/05/president-obama-passing-steve-jobs-he-changed-way-each-us-sees-world>. Consultado em: 13/10/2011.

THOITS, P. A. Emotional deviance: research agendas. In. KEMPER, T. D. (Ed.). **Research agendas in sociology of emotions** [p.180-203], Albany: State University of New York, 1991.

THORNTON, P. H. The sociology of entrepreneurship. **Annual Review of Sociology**, v. 25, p. 19-46, 1999.

TURNER, V. **On the edge of the Bush**. Tucson, Arizona: The University Of Arizona Press, 1985.

- TURNER; J. H.; STETS, J. E. **The sociology of emotions**. New York: Cambridge University Press, 2006a
- _____. Sociological Theories of Human Emotions. **Annual Review of Sociology**, v. 32, p. 25-52, 2006b.
- VAN DE VEN, H. The development of an infrastructure for entrepreneurship. **Journal of Business Venturing**, 8, n. 3, p.211-230, 1993.
- VAN PRAAG, C. M. Some classic views on entrepreneurship. **De Economist**, n. 147, p. 311-335, 1999.
- VELHO, G. Goffman, mal-entendidos e riscos interacionais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 23, n. 68, p. 145-148, 2008.
- VENKATARAM, S.; DEW, N.; FORSTER, W. Reflections on the 2010 AMR decade award: whiter the promise: Moving forward with entrepreneurship as a science of the artificial. **Academy of Management Review**, n. 37, n. 1, p. 21-33, 2012.
- VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2010.
- VERGARA, S. C.; CALDAS, M. P. Paradigma interpretacionista: a busca da superação do objetivismo funcionalista nos anos 1980-1990. **Revista de Administração de Empresas**, Fundação Getúlio Vargas, v. 45, n. 4, p. 66-72, 2005.
- VILLETTE, M.; VILLERMOT, C. **From predators to icons**. New York: Cornell University Press, 2009.
- VOGLER, C. **Website** <<http://www.thewritersjourney.com/>>. Consultado em: 10/01/2012.
- WHARTON, A. S. The psychosocial consequences of emotional labor. **Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 561, p. 158-176, Jan. 1999.
- _____. The sociology of emotional labor. **Annual Review of Sociology**, v. 35, p. 147-165, 2009.
- WHARTON, A. S; ERICKSON, R. J. Managing emotions on the job and at home: understanding the consequences of multiple emotional roles. **Academy of Management Review**, v. 18, n. 3, p. 457-486, 1993.
- WEBER, M. **A ética protestante e o "espírito" do capitalismo**. São Paulo: Companhia das Letras, [1920]2004.
- WEICK, K.E. Enactment and the boundaryless career: organizing as we work. In. ARTHUR, M.B., ROUSSEAU, D. (Eds). **The Boundaryless Career** [p.40-57]. New York/Oxford: Oxford University Press, 1996.
- WELTER, F. Contextualizing entrepreneurship – Conceptual challenges and ways forward. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 35, n. 1, p. 165-184, 2011.

WIKLUND, J.; DAVIDSSON, P.; AUDRETSCH, D. B.; KARLSSON, C. The future of entrepreneurship research. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 35, n. 1, p. 1-9, 2011.

WITZ, A.; WARHURST, C.; NICKSON, D. The labour of aesthetics and the aesthetics of organization. **Organization**, v. 10, n. 1, p. 33-54, 2003.

XU, H.; RUEF, M. The myth of the risk-tolerant entrepreneur. **Strategic Organization**, v. 2, n. 4, p. 331-355, 2004.

YOUNG, R. A.; COLLIN, A. Introduction: framing the future of career. In. COLLIN, A.; YOUNG, R. A. **The future of career**. Cambridge, U.K.: Cambridge University Press, 2000.

ZAHRA, S. A. The virtuous cycle of discovery and creation of entrepreneurial opportunities. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 2, n. 3, p. 243-257, 2008.

ZAHRA, S. A.; WRIGHT, M. Entrepreneurship's next act. **The academy of Management**, v. 25, n. 4, p. 67-83, 2011.

ZUBIN, J.; ERON, L. D.; SHUMER, F. **An experimental approach to projective techniques**. New York, London, Sidney: John Wiley & Sons, Ins., 1965.