

RELISE

EMPREENDEDORISMO EXPLICITADO À MANEIRA DOS FILÓSOFOS[1]

ENTREPRENEURSHIP EXPLICATED IN THE MANNER OF PHILOSOPHERS

Diego Luiz Teixeira Boava[2] Fernanda Maria Felício Macedo[3]

RESUMO

Este ensaio apresenta uma clarificação filosófica sobre a natureza do empreendedorismo, buscando acessar suas regiões inaparentes. Primeiramente, analisa-se sua etimologia complexa; o esquecimento do sentido original (tornar-se sujeito das próprias ações) e a predominância da ideologia capitalista limitam a ciência ao estudo dos efeitos, negligenciando as causas. Em seguida, critica-se o paradigma dominante e seus vieses ideológicos (economicismo, organilogismo, psicologismo e sociologismo), defendendo uma visão integrada. O fenômeno é então discutido através de seus modos de aparição: o modo de ser (essência) e o modo de ver (técnica). Por fim, define-se o empreendedorismo como uma promessa fundamentada em seis elementos: inovação, atitude, transformação, comprometimento, angústia e liberdade. Conclui-se que a principal barreira científica é a falta de transdisciplinaridade. Sem a integração de diferentes saberes, o empreendedorismo permanece como uma semente sem solo: uma realidade cotidiana que, embora persistente, permanece teoricamente inacessível e não materializada em conhecimento pleno.

Palavras-chave: ontologia, ideologia, subjetividade, liberdade

ABSTRACT

This essay presents a philosophical clarification regarding the nature of entrepreneurship, seeking to access its unapparent regions. Firstly, it analyzes its complex etymology; the forgetting of the original meaning (becoming the subject of one's own actions) and the predominance of capitalist ideology limit science to the study of effects, neglecting the causes. Subsequently, the dominant paradigm and its ideological biases (economism, organilogism, psychologism, and sociologism) are criticized, advocating for an integrated vision. The phenomenon is then discussed through its modes of appearance: the

[1] Recebido em 16/01/2026. Aprovado em 06/02/2026. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.24002419
[2] Universidade Federal de Ouro Preto. boava@ufop.edu.br
[3] Universidade Federal de Ouro Preto. profamacedo@yahoo.com.br



mode of being (essence) and the mode of seeing (technique). Finally, entrepreneurship is defined as a promise grounded in six elements: innovation, attitude, transformation, commitment, anguish, and freedom. It concludes that the main scientific barrier is the lack of transdisciplinarity. Without the integration of different fields of knowledge, entrepreneurship remains like a seed without soil: a daily reality that, although persistent, remains theoretically inaccessible and not materialized into full knowledge.

Keywords: ontology, ideology, subjectivity, freedom.

INTRODUÇÃO

Este ensaio propõe-se a explicitar a essência do empreendedorismo a partir de reflexões filosóficas sobre a temática, buscando esclarecer que tal atividade transcende amplamente o escopo habitual das discussões acadêmicas e profissionais. Argumenta-se que o empreendedorismo não constitui meramente objeto de estudo da economia, da administração, da psicologia ou de outras disciplinas específicas, mas revela-se como dimensão fundamental da própria condição humana.

O fenômeno empreendedor tem sido tradicionalmente abordado a partir de seus efeitos observáveis, configurando aquilo que se pode denominar um esquecimento ontológico: estuda-se o que resulta da ação empreendedora sem questionar adequadamente suas causas primeiras. A causa fundamental do empreendedorismo, contudo, reside no próprio homem. Não apenas enquanto produtor de resultados econômicos, mas como agente transformador da realidade. Importa ressaltar que esta investigação não se restringe à análise psicológica do indivíduo como sujeito cognitivo, mas volta-se ao homem enquanto ser doador de sentido ao mundo, capaz de, mediante suas ações (de qualquer natureza), reconfigurar a realidade que o circunda.

A relevância desta reflexão encontra-se na possibilidade de estabelecer um novo modo de acesso ao fenômeno empreendedor, permitindo avançar na compreensão da pluralidade intrínseca a essa atividade. Tal pluralidade tem



permanecido, até o presente, como monopólio quase exclusivo das chamadas ciências sociais aplicadas (especialmente a economia e a administração), limitando as possibilidades interpretativas do fenômeno.

Ao ampliar os horizontes epistemológicos da questão, torna-se possível trazer novas compreensões ao campo, oferecendo aos pesquisadores instrumentos conceituais mais robustos para seu labor investigativo. Ademais, este ensaio almeja estreitar os vínculos entre administração e filosofia, disciplinas frequentemente apartadas no meio acadêmico, propondo uma nova forma de enxergar o empreendedorismo que reconheça sua dimensão existencial e sua ancoragem nas estruturas fundamentais do ser humano.

A PROBLEMÁTICA POLISSÊMICA INTRÍNSECA AO EMPREENDEDORISMO E SUAS CONSEQUÊNCIAS PARA O ESTUDO CIENTÍFICO DA ATIVIDADE

A polissemia (fenômeno que designa a variedade de sentidos atribuídos a um termo) constitui característica inerente a todas as línguas naturais. Sua origem remonta a dois fatores principais: (1) os usos figurados, mediante extensão de sentido, analogia e outras operações semânticas; (2) o empréstimo de acepções que determinada palavra possui em outros idiomas (HOUAISS, 2009, p. 1518).

Ao analisar a teoria econômica e a história do empreendedorismo, Schumpeter (1949) observa que pensadores como Adam Smith (1776), David Ricardo (1817) e John Stuart Mill (1848) teceram considerações sobre a atividade empreendedora, porém sempre sob o espectro do termo inglês "gestão de negócios" (*business management*). O economista austríaco pondera ainda que tanto Smith quanto Marx, se adequadamente pressionados, teriam reconhecido a importância dessa atividade. Mill (1848), por sua vez, afirma que o empreendedorismo não exige habilidades extraordinárias, lamentando



simultaneamente a ausência de vocábulo inglês capaz de abarcar o significado específico do termo francês *entrepreneur*:

> É de se lamentar que esta palavra, neste sentido, não seja familiar a um ouvido inglês. Os economistas políticos franceses podem desfrutar de uma grande vantagem por serem capazes de falar atualmente dos lucros do *entrepreneur* (MILL, 1848, p. 478).

Este problema levantado por Mill revela-se fundamental para compreender por que o empreendedorismo apresenta tamanha variedade de sentidos. A questão radica no fato de que o termo francês *entrepreneur* constitui a matriz etimológica de todas as palavras subsequentes relacionadas ao tema: empreendedorismo, empreendedor etc. Tal discussão mostra-se significativa porque a transdução ocorrida (do francês para o inglês e, posteriormente, do inglês para outros idiomas) acarreta implicações profundas para o estudo sistemático do empreendedorismo.

Hébert e Link (2006, p. 295-296), ao analisarem as perspectivas históricas do fenômeno, apontam que originalmente se empregavam em inglês três termos distintos para qualificar a palavra francesa *entrepreneur*: *adventurer* (aventureiro), *projector* (projetor) e *undertaker* (empresário), cada qual aplicado em contexto particular. Entretanto, não foram essas as palavras consagradas para designar o empreendedor, mas sim o próprio termo *entrepreneur*, devido à proeminência dos trabalhos de Say (1803) e Cantillon (1755).

O percurso etimológico: da origem latina às línguas modernas

O vocábulo *entrepreneur* origina-se entre 1253 e 1289, derivado do termo *entreprendeeurs*, significando "aquele que se encarrega" ou "que realiza alguma construção ou outra tarefa", proveniente do particípio presente de *entreprendre* (CNRTL, 2026a).

O verbo *entreprendre* surge em 1140 com o significado de "atacar". Entre 1174-1176, aparece a acepção de "interpelar" ou "acusar". O sentido empregado por Say (1803) e Cantillon (1755) para popularizar o termo desenvolve-se entre



1176-1181, significando "começar (algo)", "levar a efeito", "pôr-se a executar": acepção que representa uma substituição do verbo *emprendre*. Em 1396, emerge o significado de "intrometer-se sobre" ou "arrogar-se o direito de julgar sobre". No século XVI, especificamente em 1559, *entreprendre* passa a significar "conquistar mediante lisonja" ou "tentar seduzir" (CNRTL, 2026b). A raiz etimológica última encontra-se no latim *imprehendere*, que consiste em "prender nas mãos", "assumir", "fazer".

O primeiro registro de *entrepreneur* na língua inglesa data de 1475, designando alguém que se responsabiliza por algo: um gerente, controlador ou campeão em batalhas. A palavra já carregava conotações de coragem e liderança. Todavia, o termo não foi bem recebido à época e permaneceu pouco utilizado. Em 1828, surge a acepção de alguém que dirige ou administra entretenimentos musicais. Modernamente, significa, entre outras coisas, alguém que se responsabiliza por um negócio; uma pessoa que possui e/ou administra um empreendimento, assumindo o risco de lucrar ou perder. Por sua vez, em 1934 emerge o termo *entrepreneurship*, para qualificar a atividade de organizar, controlar e assumir os riscos de uma empresa ou negócio (OED, 2026). Foi essa palavra (*entrepreneurship*) a traduzida para o português como "empreendedorismo", um anglicismo, portanto.

O problema da tradução e suas implicações conceituais

Entrepreneurship não equivale e não poderia ser adequadamente traduzido por "empreendedorismo", pois o sufixo *-ship* (que adicionado a *entrepreneur* resultou no termo usado nos países anglófonos) equivale a diversos sufixos portugueses, tais como *-mento*, *-dade* etc. Observe-se, por exemplo: *relationship* = relacionamento; *friendship* = amizade. Ou seja, *-ship* forma substantivos indicando um estado, uma condição ou qualidade de ser algo.



O adequado seria, portanto, que *entrepreneurship* fosse traduzido como "empreendedoridade" ou termo similar.

Apesar de a tradução estar equivocada, importa verificar a origem do termo em português. "Empreendedor" significa "que, ou aquele que empreende", surgindo de "empreendido + -or" com a retomada da vogal temática -*e*. O termo aparece pela primeira vez em 1563. "Empreender" significa: (a) decidir realizar (tarefa difícil e trabalhosa); tentar; (b) pôr em execução; realizar. A origem encontra-se no latim *imprehendo* ou *impraehendo*, significando "tentar executar uma tarefa", com registro datado de 1619 (HOUAISS, 2009, p. 742).

O primeiro registro lexicográfico de "empreender" em dicionários de língua portuguesa ocorreu entre 1712-1728, no *Vocabulário Portuguez e Latino* (BLUTEAU, 1721-1728, p. 70-71), que traz o significado de "tomar a resolução de fazer alguma ação, alguma obra etc."

Já o termo "empreendedorismo" foi dicionarizado apenas em 2009 (embora utilizado anteriormente por longo período) e significa: (a) disposição ou capacidade de idealizar, coordenar e realizar projetos, serviços, negócios; (b) iniciativa de implementar novos negócios ou mudanças em empresas já existentes, geralmente envolvendo inovação ou risco (HOUAISS, 2009, p. 742).

Este sucinto percurso etimológico demonstra como a língua constitui componente vivo e dinâmico do sistema social. Como demonstrado, no século XX surge o vocábulo "empreendedorismo" para agrupar um conjunto de atividades (especialmente econômicas) realizadas pelo empreendedor.

Por sua vez, o termo "empreendedor" adquire o sentido atualmente empregado no século XIX. Toda uma história anterior, rica e multifacetada, foi aparentemente esquecida.



As implicações do esquecimento etimológico para a pesquisa

Este esquecimento da origem acarreta implicações profundas na pesquisa sobre a temática, pois reduz drasticamente o horizonte investigativo. Ao concentrar-se apenas nos aspectos habitualmente estudados, a ciência não responde adequadamente à pergunta "o que é empreendedorismo?", pois não consegue problematizar a questão a partir de seus próprios fundamentos. Torna-se necessário um aporte filosófico. A pergunta "o que é empreendedorismo?" encerra em si fatores que, dentre outros elementos, impedem sua resposta meramente científica: destacadamente, a ideologia.

Isto significa que a forma atual de apreender o fenômeno é determinada pela positividade científica e pelos interesses subjacentes ao modo de produção capitalista. Assim, exemplificativamente, um psicólogo interessa-se apenas pelos fatores mentais e cognitivos do empreendedor; um administrador visa o empreendedorismo nas organizações; um economista preocupa-se com a dinâmica empreendedora da sociedade econômica contemporânea; um assistente social ou sociólogo pode enxergar o empreendedor como alguém que possui emprego precarizado, vítima do sistema capitalista etc.

Dessa maneira, torna-se impossível conhecer o empreendedorismo em sua integralidade, pois a fragmentação dos estudos impede uma compreensão global do fenômeno.

Diversos autores observam este aspecto problemático da pesquisa em empreendedorismo, no tocante à dificuldade científica em se estabelecer compreensões mais aprofundadas sobre a temática (LANDSTRÖM; LOHRKE, 2020, MOSSBERG, 1994; GALLOWAY; WILSON, 2003; KILBY, 1983; LOCK, 2009; JACKSON; GAULDEN; GASTER, 2001; BROWN, 2007; JOHNSTONE, 2008).



Imprehendere: o núcleo semântico fundante

Tal dificuldade epistemológica ocorre em virtude de múltiplos fatores, dentre os quais destaca-se a questão polissêmica. Aparentemente, isto poderia ser visto como fator secundário na análise, mas, na verdade, constitui o elemento principal. Na investigação etimológica realizada, verificou-se que o primeiro sentido de empreendedorismo surge do latim *imprehendere*. Esta palavra estabelece decididamente o sentido abrangente do "ser" empreendedor, ou seja, é ela que informa o componente indubitável da atividade empreendedora.

Imprehendere significa "prender nas mãos", "assumir", "fazer". O termo qualifica, portanto, um conjunto de ações nas quais o homem torna-se responsável permanente pela consecução, comprometimento e engajamento na feitura de seu mundo. Assim, o empreendedor revela-se como alguém que rompe com a mesmice na qual os seres humanos habitualmente se encontram inseridos. Em outras palavras, o empreendedor rompe com a atitude natural.

Husserl (2012), ao discorrer sobre a atitude natural, observa que o homem tende a olhar o mundo de modo espontâneo, ingênuo. Os objetos, as coisas, os eventos apresentam-se como realidades existentes em si mesmas, independentes da consciência. Não há reflexão crítica sobre seu lugar no mundo, sobre valores, sobre possibilidades. No cotidiano, o homem vive sua existência em espaço-tempo definido e naturalizado, ocorrendo uma sucessão de acontecimentos na qual, frequentemente, tal homem torna-se refém de sua própria atitude natural. Isto é, ele não detém controle efetivo dos acontecimentos que lhe sucedem, pois seu modo de ser permanece ingênuo, não-reflexivo.

O empreendedor, como indica a palavra *imprehendere*, rompe com essa atitude natural, pois assume com as próprias mãos o curso dos acontecimentos e possui consciência reflexiva desse ato de assunção.



A distinção entre empreendedor genuíno e auto-emprego

Neste ponto, poder-se-ia objetar que nem todos os chamados empreendedores rompem com a atitude natural. Por exemplo, um ex-bancário que decide abrir uma padaria, mas que permanece replicando essencialmente sua vida anterior. Ora, tal pessoa não pode ser legitimamente classificada como empreendedora, mas sim como alguém que possui auto-emprego. Como visto anteriormente, a ideologia dominante tende a romantizar o empreendedorismo e fazer com que qualquer pessoa se torne "empreendedor" - quando, na verdade, trata-se simplesmente de alguém que busca a manutenção de sua condição prévia, não sua transformação existencial.

Atualmente, a ideologia capitalista promove fomento e incentivo ao chamado "espírito empreendedor", visando primordialmente a geração de riquezas. O empreendedorismo autêntico não se reduz à geração de riqueza, embora esta possa constituir um de seus aspectos.

A redução economicista e a proliferação polissêmica

Na realidade, a atividade empreendedora é vista e pesquisada predominantemente como fenômeno econômico. Assim, observa-se polissemicamente a criação de novos termos especializados, tais como: ecoempreendedorismo, empreendedorismo organizacional, empreendedorismo social, empreendedorismo feminino, empreendedorismo cultural, entre outros.

Tal situação constitui resultado de longo processo de esquecimento, como já observado. Contudo, para compreender verdadeiramente a profundidade deste esquecimento, não apenas etimológico, mas ontológico, é necessário retornar às origens da tradição ocidental e observar como o empreendedorismo era compreendido antes da fragmentação disciplinar moderna.



O empreendedorismo antes do esquecimento: Tales de Mileto como paradigma

Pode-se afirmar que o primeiro filósofo conhecido foi também o primeiro empreendedor de negócios documentado, demonstrando que, originalmente, não havia separação entre vida contemplativa e ação empreendedora, entre *theoria* e *práxis*.

Há aproximadamente 2.500 anos, Tales de Mileto (nascido em torno de 624 a.C. e falecido em torno de 547 a.C.) foi exímio sábio, geômetra, político e grande negociante que obtinha fortuna considerável com seus empreendimentos. Sua história é vital para nosso argumento porque demonstra que, antes da fragmentação disciplinar moderna, o empreendedorismo era compreendido como modo de ser integral do homem, não como atividade econômica isolada.

A descrição de sua capacidade empreendedora é relatada por Aristóteles (*Política* I, 11, 1259a 8-10):

> Trata-se de uma das especulações gerais para alcançar a fortuna, mas atribuída a ele [Tales] por causa de sua sabedoria. Como o censuravam pela pobreza e zombavam de sua inútil filosofia, o conhecimento dos astros permitiu-lhe prever que haveria abundância de olivas. Tendo juntado todo o dinheiro que podia, ele alugou, antes do fim do inverno, todas as prensas de óleo de Mileto e de Quios. Conseguiu-as a bom preço, porque ninguém oferecera melhor e ele dera algum adiantamento. Feita a colheita, muitas pessoas apareceram ao mesmo tempo para conseguir as prensas e ele as alugou pelo preço que quis. Tendo ganhado muito dinheiro, mostrou a seus amigos que para os filósofos era muito fácil enriquecer, mas que eles não se importavam com isso. Foi assim que mostrou sua sabedoria.

Esta passagem é fundamental para nosso argumento por quatro razões:

Primeira: Demonstra a unidade originária entre conhecimento e ação. Tales empreendia simultaneamente em filosofia, ciência, política e negócios, não havia a fragmentação disciplinar que hoje caracteriza o estudo do empreendedorismo e que resultou nos "quatro ismos" (economicismo, psicologismo, sociologismo, organilogismo) que discutiremos adiante.



Segunda: Revela concretamente o sentido de *imprehendere*. Tales literalmente "prendeu nas mãos" (*imprehendere*) tanto o conhecimento astronômico quanto a oportunidade econômica, assumindo riscos e transformando potência em ato, exercendo precisamente o que o latim designava como empreender. Não se tratava apenas de especulação financeira, mas de assunção consciente do próprio destino.

Terceira: Mostra o empreendedorismo como *modo de ser*, não como profissão. O que Tales fez não foi meramente uma "transação comercial", mas uma demonstração existencial, ele provou que poderia enriquecer, mas escolheu livremente dedicar-se à filosofia. O empreendedorismo aparece aqui como liberdade consciente e escolha axiológica, não como necessidade econômica ou identidade profissional fixa.

Quarta: Antecipa a questão da finalidade (*telos*). Tales empreendia não pelo dinheiro em si, mas para demonstrar algo sobre a natureza da sabedoria filosófica. A ação empreendedora subordinava-se a uma finalidade mais ampla, revelando que o empreendedorismo, em sua origem, era compreendido como meio para realização de valores, não como fim em si mesmo.

Aristóteles prossegue (*Política* I, 11, 1259a 11-13) com outro exemplo revelador:

> Na Sicília, um homem que obtivera vários depósitos de dinheiro apoderou-se dos ferros das forjas. Quando os mercadores vieram de todas as partes para obtê-los, só ele pôde vendê-los, contentando-se com o dobro, de maneira que o que lhe custara cinquenta talentos vendia por cem. Dionísio, o tirano, informado do caso, não confiscou seu lucro, mas ordenou-lhe que saísse de Siracusa por ter imaginado, para enriquecer, um expediente prejudicial aos interesses do chefe de Estado. Aquele homem tivera a mesma idéia que Tales: ambos do monopólio fizeram uma arte.

Este segundo exemplo é ainda mais revelador para nosso argumento. O que Aristóteles denomina "monopólio" foi realizado mediante ação genuinamente empreendedora, com os riscos inerentes à atividade. Mas note-se o elemento fundamental: o julgamento não era apenas econômico**.** Dionísio



baniu o homem não por enriquecer (já que não confiscou o lucro), mas pelos meios empregados, considerados prejudiciais ao bem comum da pólis.

Isto revela algo fundamental: na Grécia antiga, o empreendedorismo era julgado eticamente, não apenas pela eficiência técnica ou lucratividade. A ação empreendedora inseria-se em um sistema de valores que transcendia a esfera econômica. Havia empreendedorismo "bom" (como o de Tales, que beneficiava a comunidade filosófica) e empreendedorismo "ruim" (como o do siciliano, que prejudicava os interesses coletivos).

Tales empreendia não apenas nos negócios comerciais, mas igualmente em suas atividades científicas, filosóficas e políticas. Os teoremas geométricos que desenvolveu (como o teorema de Tales), as investigações pioneiras sobre a natureza (*physis*) buscando o princípio material único (*arché*), as viagens de estudo ao Egito e Babilônia, e as intervenções políticas decisivas na pólis de Mileto foram todas ações empreendedoras no sentido originário do termo: inovadoras, arriscadas, transformadoras. Tudo isso lhe valeu o reconhecimento como o primeiro dos sete sábios da Grécia antiga (BARNES, 1997; BORNHEIM, 1999).

O sistema axiológico grego: empreendedorismo integrado aos valores da pólis

Na Grécia antiga, a atividade empreendedora era socialmente incentivada, mas dentro de um sistema de valores (*ethos*) bem definido e publicamente reconhecido. Basicamente, os empreendedores bem-sucedidos recebiam distinções sociais e políticas significativas, não apenas riqueza, mas honra (*timé*) e reconhecimento público. Ademais, diversos escravos obtinham sua liberdade mediante empreendimentos exitosos, configurando o empreendedorismo como via de emancipação social. Simultaneamente, existia um sistema de dissuasão (*nómos*) para evitar o individualismo exacerbado e a *pleonexia* (ambição desmedida de ter mais que os outros).



Aqui está o ponto central para nosso argumento sobre o esquecimento ontológico: O sucesso nos negócios era julgado mediante análise dos meios empregados e dos fins visados, não meramente pela quantidade de riqueza acumulada. Ou seja, o que importava primordialmente eram os valores éticos (*areté*) subjacentes à prática empreendedora e sua contribuição para o bem comum da pólis (BRÖCHNER, 2025; KARAYIANNIS, 1992; 2003; 2008; ZANAKIS et al., 2003; BITROS; KARAYIANNIS, 2004; 2008).

Conforme documenta Karayiannis (2008), na Atenas clássica existiam três critérios para avaliar a legitimidade ética da ação empreendedora:

1. Finalidade (*telos*): Para que serve a riqueza gerada? Serve ao bem comum ou apenas ao interesse privado?
2. Meios (*méthodos*): Como a riqueza foi obtida? Por inovação legítima ou por exploração injusta?
3. Proporção (*metron*): A riqueza acumulada é proporcional à contribuição dada à pólis?

Esta é precisamente a visão que foi esquecida. Quando o empreendedorismo foi incorporado à economia política nos séculos XVIII e XIX, particularmente com Cantillon (1755), Smith (1776), Say (1803) e Mill (1848), perdeu-se esta dimensão axiológica integral. A atividade foi reduzida à sua dimensão econômica mensurável (geração de riqueza, eficiência produtiva, maximização de lucros, alocação ótima de recursos), esquecendo-se da dimensão ética, filosófica, política e existencial que Tales exemplificava.

Tal o esquecimento não é apenas etimológico, mas ontológico: esqueceu-se não apenas o significado original de *imprehendere*, mas o próprio modo de ser empreendedor que integrava conhecimento (*episteme*), sabedoria prática (*phronesis*), técnica (*techne*), ética (*ethos*), política (*politeia*), economia (*oikonomia*) e existência (*bios*) em um todo coerente e significativo.



Quando Cantillon (1755) reintroduz o termo *entrepreneur* na economia política, ele já opera dentro de uma ontologia fragmentada. O empreendedor é definido funcionalmente (alguém que assume riscos comprando a preço certo para vender a preço incerto), não existencialmente. A pergunta deixa de ser **"**que modo de ser é este?" para tornar-se **"**que função econômica ele desempenha?**"**, uma mudança aparentemente sutil, mas ontologicamente radical.

Do esquecimento ao resgate contemporâneo

A atividade empreendedora não constitui fenômeno recente, o que é recente são os estudos científicos sistematizados e fragmentados sobre o tema. Tais estudos iniciaram-se, fundamentalmente, no século XIX, por intermédio da economia política, já marcados pela separação disciplinar que Tales desconhecia e que a pólis grega não praticava.

O século XX aprofundou esta fragmentação: a psicologia estudou a "personalidade empreendedora"; a sociologia investigou o "contexto social do empreendedorismo"; a administração desenvolveu "técnicas de gestão empreendedora"; a economia analisou o "papel do empreendedor no desenvolvimento econômico". Cada disciplina capturou um aspecto do fenômeno, mas perdeu-se a visão integral que Tales representava.

Porém, o que se observa no início do século XXI é um movimento, ainda incipiente, mas significativo, de resgate do sentido esquecido do empreender. Cardow (2006), analisando o empreendedorismo enquanto metáfora, observa que o mesmo esteve ao longo do século XX predominantemente associado aos negócios (*business*), verificando-se atualmente a emergência de outros significados: inovação social, criatividade cultural, transformação pessoal, engajamento político, ativismo ambiental, vinculados não apenas a aspectos econômico-organizacionais, mas a múltiplas dimensões da existência humana.



Surgem termos como "empreendedorismo social", "empreendedorismo cultural", "empreendedorismo acadêmico", "empreendedorismo político", todos buscando, ainda que de forma fragmentada, resgatar algo da integralidade perdida. No cotidiano, as pessoas começam a identificar um esportista, um ator, um professor, um ativista como "empreendedores", reconhecendo intuitivamente que o empreendedorismo transcende a esfera dos negócios.

É precisamente essa transformação de significado que fornece subsídios fundamentais para a explicitação filosófica do que é, em sua essência, o empreendedorismo.

Não se trata de inventar nada novo, mas de retornar a uma compreensão mais integral e verdadeira que existia antes do esquecimento, uma compreensão em que empreender significava "prender nas mãos" (*imprehendere*) o próprio destino, integrando conhecimento, ação, valores e finalidade em um projeto existencial coerente.

DO ESTUDO CIENTÍFICO E DAS FORMAS PELAS QUAIS SE INVESTIGA O EMPREENDEDORISMO E DE SUAS CONSEQUÊNCIAS PARA SUA COMPREENSÃO

Nas páginas precedentes, verificou-se que o termo empreendedorismo evoluiu de forma tortuosa ao longo do tempo, iniciando seu percurso semântico em 1140 com a designação de "atacar". Desde aquela época, múltiplos sentidos foram progressivamente se adicionando ao repertório de possibilidades interpretativas do termo, atingindo seu ápice em 1934 com a introdução do vocábulo *entrepreneurship* na língua inglesa, palavra posteriormente traduzida para o português como "empreendedorismo".

Vimos também como, já em 1755 (com Cantillon) e em 1803 (com Say), ocorre a introdução e consagração do termo *entrepreneur* para designar especificamente o empreendedor de negócios, mas já dentro de uma ontologia



fragmentada, que desconhecia a integralidade exemplificada por Tales de Mileto. Este percurso histórico indica fundamentalmente que o empreendedorismo foi incorporado ao vocabulário econômico, transformando-se em uma ideologia moderna que opera o esquecimento ontológico discutido anteriormente.

Assim, naturalmente ocorre uma absorção deste ideário na produção científica, com reflexos diretos no que se investiga e para quais finalidades. Em outras palavras: a Academia privilegia o estudo de uma realidade posta, em detrimento de se esclarecer a gênese do fenômeno.

Todavia, isso constitui característica natural e própria das ciências. Observe-se o exemplo da física: até o surgimento dos trabalhos de Einstein, as ideias newtonianas prevaleciam absolutamente; e antes de Newton, predominavam os trabalhos de outros pensadores. Ou seja, o paradigma dominante determina o que se deve pesquisar. Com o empreendedorismo ocorre o mesmo movimento epistemológico.

Contudo, tal atitude traz em si um viés problemático: aquilo que deveria ser neutro (caso a neutralidade científica seja possível) transforma-se em forma de doutrinação ideológica.

Os quatro "ismos" reducionistas no estudo do empreendedorismo

Tal situação acarreta quatro reducionismos principais (*ismos*) no estudo da temática empreendedora:

1. Economicismo: o empreendedorismo é reduzido exclusivamente à sua esfera econômica. Todos os fatores subjacentes ao fenômeno são transpostos à dimensão econômica, não sendo consideradas análises de outra natureza (filosófica, antropológica, existencial). É como se Tales fosse estudado apenas por sua especulação com as prensas de azeite, ignorando-se sua filosofia, geometria e ação política.



2. Organilogismo: reduz o empreendedorismo a um processo operante dentro de estruturas/sistemas com delimitação específica (a organização). Fatores extrínsecos são artificialmente considerados integrantes do sistema (economia, psicologia, sociologia etc.), criando uma visão sistêmica que aprisiona o fenômeno. Tales desapareceria aqui como indivíduo, sendo apenas "função do sistema produtivo milesiano".

3. Sociologismo: a redução do empreendedorismo ocorre ao se considerar o fenômeno exclusivamente a partir do contexto social inerente ao mesmo, especialmente no que tange a seus efeitos para a sociedade, sendo o empreendedorismo considerado primordialmente um fato social. Tales seria apenas "produto das condições socioeconômicas da pólis jônica".

4. Psicologismo: reduz-se o empreendedorismo à psique do empreendedor: seu comportamento, suas aspirações, traços de personalidade, características cognitivas etc. Outros fatores são considerados marginais ou secundários. Tales seria analisado apenas por sua "personalidade inovadora" ou "perfil de risk-taker", ignorando valores, finalidades e contexto.

Estes quatro reducionismos representam o oposto da integralidade que Tales exemplificava. Onde havia unidade entre *theoria*, *práxis*, *techne* e *ethos*, agora há fragmentação disciplinar. Onde havia o homem integral (*anthropos*), agora há "homo economicus", "homo sociologicus", "homo psychologicus", "homo organizationalis": todos abstrações parciais do ser humano concreto.

A configuração histórica do paradigma econômico

Não obstante o quadro apresentado, faz-se necessário esclarecer as razões históricas pelas quais a situação se configurou desta maneira. Para isso, deve-se iniciar a discussão com Cantillon (1755). Na obra *Essai Sur la Nature du Commerce en Général*, o autor discute em diversos capítulos a atividade do empreendedor, de forma direta ou indireta. Dentre outros pontos abordados,



afirma que o empreendedor é uma pessoa que paga determinado preço por um produto para revendê-lo a um preço incerto, tendo que tomar decisões sobre a obtenção e utilização dos recursos e, por conseguinte, assumindo o risco inerente ao negócio. Ou seja, os empreendedores conscientemente tomam decisões sobre alocações de recursos. Além disso, Cantillon classifica as pessoas em dois tipos fundamentais: empreendedoras e assalariadas (CANTILLON, 1755, cap. XIII, parte 1). Destaca-se o pioneirismo do autor ao empregar o termo *entrepreneur* como equivalente ao moderno empreendedor.

Devido às questões polissêmicas discutidas anteriormente, Smith (1776), em seu livro *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, não utiliza o termo *entrepreneur*, mas sim as palavras *adventurer* (aventureiro), *projector* (projetor) e *undertaker* (empresário). O aventureiro é quem corre riscos; o projetor especula e projeta; o empresário é o homem prudente, que acumula capital e obtém progresso lento, porém constante. Destaca-se que o autor não falou diretamente sobre o empreendedor ou empreendedorismo, mas forneceu indicações substanciais neste sentido. Assim, o empreendedor smithiano aproxima-se do cantilloniano: alguém que deseja obter um excedente de valor sobre o custo de produção. O empreendedor é um proprietário capitalista que enfrenta o risco e a incerteza, combinando e orientando a produção.

Say (1803) é consagrado como o primeiro autor a caminhar sistematicamente no sentido de criar uma teoria para o empreendedorismo. Através da descrição dos acontecimentos econômicos de sua época, o autor de *Traité d'Économie Politique* busca estudar a função do empreendedor, que consiste em ser um agente da produção objetivando coisas úteis, dotadas de valor. Dele também deriva a noção embrionária de inovação, ao buscar conciliar o conhecimento científico com a aplicação prática deste conhecimento e sua transformação em produção.



Outro economista importante nesta discussão é Mill (1848), que na obra *The Principles of Political Economy* identifica as funções do empreendedor como sendo direção, controle e superintendência. Ademais, não estabelece separação clara entre o capitalista e o empreendedor. Basicamente, o autor discute brevemente a temática empreendedora, não fazendo distinções aprofundadas entre as atividades dos capitalistas e dos empreendedores.

Marshall (1890) tece considerações sobre diversos aspectos ligados ao empreendedorismo. Na obra *Principles of Economics*, o autor observa que o empreendedorismo (organização) constitui o quarto fator de produção, além da terra, trabalho e capital. O empreendedor, assim, imiscui-se na organização, tendo a tarefa de coordenação dos outros fatores, sendo ele o responsável pela inovação. Outro aspecto investigado relaciona-se às habilidades que o empreendedor detém - raras e limitadas em seu fornecimento, pois são tão extraordinárias que poucas pessoas as possuem. Porém, para Marshall, pode-se ensinar empreendedorismo. Analisa ainda o empreendedorismo familiar, particularmente a sucessão nos negócios, dentre outros aspectos.

A contribuição de Schumpeter (1911, 1997) foi decisiva para a consolidação do empreendedorismo como área de estudos da economia. No livro *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* (*Teoria do Desenvolvimento Econômico*), o autor apresenta sua teoria do desenvolvimento econômico, demonstrando que o empreendedor é o agente responsável por romper o equilíbrio existente entre oferta e demanda, utilizando para isso a inovação. Assim, o empreendedorismo (inovação) torna-se o motor primordial da economia. O empreendedor promove a inovação radical, pois destrói e substitui os modos de produção operantes. Por isso, surge o conceito célebre de destruição criativa.

Para Schumpeter, o empreendedor promove uma mudança radical destruindo as tecnologias existentes, sendo aquele que propõe novidades



disruptivas. A necessidade de inovar é ditada pelo ambiente externo e o empreendedor só existe no momento da inovação**,** não podendo ser profissão permanente, nem classe social, embora possa desenvolver um sistema de valores. Finalmente, Schumpeter teceu considerações sobre o que atualmente se designa de intraempreendedorismo (empreendedorismo corporativo).

As consequências da agenda científica estabelecida

As investigações apresentadas anteriormente definiram, fundamentalmente, a agenda da pesquisa científica em empreendedorismo. Os desdobramentos subsequentes na forma de estudar o fenômeno derivaram de necessidades em explicar melhor o que acontece com a atividade. De início econômico, o estudo na área evoluiu para as abordagens comportamentais, seguidas das abordagens sociológicas/organizacionais, entre outras perspectivas disciplinares.

Contudo, pode-se verificar que o núcleo da pesquisa permanece basicamente o mesmo (inovação, intraempreendedorismo, sucessão, risco, incerteza etc.), acrescido de novas áreas (mortalidade de empresas, incubadoras, perfil empreendedor etc.). Isso implica em um longo processo de esquecimento, iniciado no século XVIII e que alcança seu apogeu no século XX. Esquecimento não apenas da etimologia de *imprehendere*, mas da própria integralidade ontológica que Tales exemplificava.

O significado do esquecimento ontológico

Mas, o que significa esse esquecimento? O esquecimento significa o triunfo da visão econômica de empreendedorismo em detrimento da visão essencial. A visão econômica incorporou um termo (*entrepreneur*) que qualificava originalmente um modo de ser do homem (visão essencial,



exemplificada por Tales) e reduziu drasticamente seu sentido a uma função econômica mensurável.

Deste modo, ao se falar em empreendedorismo, as pessoas naturalmente associam-no ao dinheiro, empresas, lucro, mercado, capitalismo etc. Porém, neste início do século XXI, já está havendo um movimento em sentido contrário, resgatando o sentido original. Já se observa, no cotidiano, pessoas identificando um esportista, um ator, um indígena, um professor, um ativista ou um artista como empreendedores, reconhecendo intuitivamente que o empreendedorismo transcende a esfera econômica e se aproxima novamente da integralidade que Tales representava.

As limitações epistemológicas contemporâneas

Todavia, tal visão ampliada carece de estudos sistematizados. Assim, o paradigma econômico vigente e a ideologia subjacente trazem consequências limitadoras para uma elucidação adequada do que é empreendedorismo. Mesmo investigações sobre esta "nova velha" forma de empreendedorismo apresentam limitações epistêmico-ontológicas, pois os pesquisadores utilizam em seus trabalhos conhecimentos basicamente oriundos da agenda pré-concebida.

Comparativamente à administração, por exemplo, o empreendedorismo encontra-se defasado em termos de avanço epistemológico. Como campo de estudo, o empreendedorismo pode ser considerado anterior à administração; porém, em termos de avanços investigativos, a administração evoluiu de forma mais rápida e aprofundada. Observe-se o exemplo da apropriação que a administração faz da filosofia para tentar explicar-se: Kant, Hegel, Heidegger, Sartre, Husserl, Foucault, Habermas, Gadamer, Strauss, entre outros, são estudados e aplicados nas investigações efetuadas. No empreendedorismo, porém, observa-se uma endogenia que impede um avanço verdadeiramente aprofundado.



Obviamente, os avanços obtidos desde Cantillon (1755) foram notáveis, mas o que se verificou desde então foi uma espécie de fechamento em si mesmo do ramo. Em outras palavras, o empreendedorismo foi incorporado pelo modo de produção capitalista e transformado em uma engrenagem do sistema, sendo a ciência, em grande parte, a responsável pelo aperfeiçoamento contínuo desta engrenagem.

Reflexões ônticas versus reflexões ontológicas

A explicação para o que acontece é que os pesquisadores, em geral, fazem reflexões ônticas sobre o empreendedorismo, buscando os problemas internos de sua realidade, suas características observáveis, seus efeitos mensuráveis etc. Estudam *o que* os empreendedores fazem, não *o que significa ser* empreendedor.

Outra via investigativa, que pode trazer novos subsídios fundamentais, é a reflexão ontológica. Tal reflexão busca a origem, o fundamento, o sentido abrangente da realidade empreendedora, questionando o ser do empreendedorismo. Pergunta não "quantas empresas o empreendedor criou?", mas **"**o que é ser empreendedor?**"**

O empreendedorismo é um fenômeno complexo que se compõe tanto de um modo ôntico quanto de um modo ontológico, sendo que ambos são indissociáveis. A ciência obteve importantes avanços na compreensão da realidade ôntica (mensurável, observável, quantificável), mas não se preocupa adequadamente com o modo ontológico, talvez por considerar demasiado abstrato o tipo de investigação necessária para se estabelecer tal compreensão.

Tal situação acarreta o reducionismo visto anteriormente e faz do empreendedorismo uma espécie de "técnica" moderna, coisa que ele não é, estritamente falando.



Proposições para superação do paradigma reducionista

Uma solução para essa realidade é a proposição de novos elementos de análise sobre o assunto, particularmente através de investigações de caráter integrador que contemplem não apenas a agenda atual, mas variadas possibilidades interpretativas.

Desta maneira, a ciência poderá dispor de outros subsídios para melhor compreender a temática em sua integralidade, superando os reducionismos disciplinares (os quatro "ismos") e resgatando a dimensão ontológica do fenômeno empreendedor.

Torna-se imperativo, portanto, que os estudos sobre empreendedorismo dialoguem com a filosofia, a antropologia, a fenomenologia e outras áreas do conhecimento que possam iluminar aspectos esquecidos ou negligenciados pela abordagem predominantemente econômica.

Somente assim será possível compreender o empreendedorismo não apenas como atividade econômica, mas como modo fundamental de ser do homem no mundo.

DO EMPREENDEDORISMO ENQUANTO MODO DE SER DO HOMEM E SUA RELAÇÃO COM A REALIDADE EM QUE VIVE – MODOS DE APARIÇÃO

O empreendedorismo constitui-se como algo próprio e inerente ao homem. Onde houver homem e sociedade haverá atividades empreendedoras, independentemente da natureza de tais atividades, sejam elas econômicas, sociais, políticas, esportivas, culturais, acadêmicas, artísticas etc.

Fundamentalmente, há dois modos de aparição do fenômeno empreendedor: (1) um que faz do homem um construtor consciente de seu mundo e que, por meio dela, o faz engajar-se e atuar de forma a desvelar sua concretude, um modo de ser que revela a existência autêntica; (2) outro que, por meio da razão instrumental, limita, suprime e impede o desenvolvimento pleno



do homem empreendedor, a técnica. Entende-se por técnica um conjunto de conhecimentos empíricos transformados em manuais, boas práticas, receituários e procedimentos padronizados. Estas duas formas do empreendedorismo (modos de aparição) trazem questões cruciais para seu estudo.

Empreendedorismo enquanto técnica é um modo de ver. Empreendedorismo enquanto possibilidade é um modo de ser**.** A distinção é fundamental: o modo de ver não informa sobre aquilo que se mostra em si mesmo, mas apenas sobre aquilo que se quer enxergar, sobre aquilo que a ideologia permite ou determina ver. O modo de ser, por sua vez, é uma manifestação do fenômeno que se mostra como ele é, não como parece ser ou como se deseja que seja.

O empreendedorismo enquanto técnica: a dimensão ideológica

O empreendedorismo enquanto técnica fundamenta-se na ideologia dominante. Pode-se exemplificar tal situação verificando-se três dos componentes ideológicos principais:

1. Literatura especializada: a bibliografia sobre o tema compõe-se majoritariamente de manuais de planos de negócios, receituários para abrir empresas, estudos sobre a realidade posta (sem problematização crítica desta realidade) estudos sobre como maximizar os resultados a partir de práticas preexistentes (com a introdução das mais recentes descobertas empíricas) etc. Trata-se de uma literatura prescritiva, não questionadora.

2. Ensino acadêmico: nas universidades ocorre a difusão das técnicas para que o aluno se transforme em empreendedor, não havendo discussões transcendentes, apenas as imanentes. Ou seja, os alunos são capacitados a dominar um conjunto articulado de conhecimentos com a finalidade de reproduzir



a realidade posta, não de transformá-la radicalmente ou questioná-la em seus fundamentos.

3. Discursos públicos: a mídia, políticos, órgãos de fomento, entidades empresariais etc. utilizam em seus discursos, basicamente, a visão econômica: empreendedorismo como gerador de riqueza, emprego e desenvolvimento. Não há espaço significativo para outras possibilidades não-ideológicas ou para questionamentos sobre os fundamentos da atividade.

O modo de ver, como verificado nas páginas precedentes, originou-se a partir da incorporação do termo *entrepreneur* na agenda de pesquisa econômica. E isso acarreta a procura sem fim, infrutífera, da definição definitiva do que seja empreendedorismo, como um moto-contínuo epistemológico. Na física, não é impossível o moto-contínuo, mas para isso seria necessário rever as leis da termodinâmica ou da mecânica (mediante novas descobertas, ruptura de paradigmas). No empreendedorismo ocorre situação análoga: para superar a busca circular por definições, é necessário romper com o status quo vigente.

O modo de ver: esquecimento e romantização

O modo de ver é ôntico e imanente, fazendo o empreendedorismo ser aquilo que parece ser, não aquilo que é. Ou, em outras palavras: é esquecimento, ocultamento, velamento ontológico. Trata-se de uma manifestação de vontade da ideologia dominante, um romantismo idealizador. Isso já vem sendo observado criticamente: a ciência, através de novas abordagens, verifica que há uma valorização excessiva e mítica do empreendedor. A imagem mítica que associa o empreendedor ao herói, ao super-homem (como se fosse meta-humano, dotado de qualidades extraordinárias) está sendo progressivamente desconstruída e revelada em sua natureza ideológica.



O curioso nesta discussão é que o empreendedor não é meta-humano, ele apenas rompe com a atitude natural husserliana. Por isso é considerado diferente, excepcional. Mas isso constitui falsificação ideológica, pois qualquer pessoa pode realizar esse movimento; não há condicionantes externos absolutos, mas sim uma decisão consciente e existencial. Como analogia esclarecedora, pode-se associar o empreendedor ao homem parentético de Guerreiro Ramos (1984), aquele que coloca o sistema social "entre parênteses" para pensar criticamente sua condição.

Enfim, esse modo de aparição técnico do empreendedorismo vincula-se à lógica dominante da produção científica do século XX, na qual o homem foi reduzido a mero espectador passivo dos avanços da ciência e da técnica. Porém, o modelo técnico está enfrentando sinais evidentes de exaustão, em virtude de não fornecer respostas suficientes para a quantidade de interrogações surgidas nas últimas décadas.

O empreendedorismo enquanto modo de ser: a dimensão ontológica

Por sua vez, o empreendedorismo enquanto modo de ser indica que a atividade é algo que possui características ontológicas bem delimitadas, podendo ser analisada a partir dela mesma, tal qual se mostra fenomenologicamente. Destarte, torna-se possível identificar que o empreendedor dá significado a sua ação tendo como referência seus valores existenciais. A ação que ele desempenha, para ser genuinamente empreendedora, não necessita ser ou ter cunho econômico.

Um professor, por exemplo, pode ser empreendedor com sua turma. Ele, em suas aulas e projetos, pode realizar ações autenticamente empreendedoras. O modo de ser tem a possibilidade de revelar o que é ou não é próprio do empreendedorismo, mediante a análise fenomenológica do conjunto de atitudes que o professor assume. Não se trata de estudar comportamento psicológico.



Não se trata de estudar resultado mensurável. É, neste caso, basicamente, a verificação das ações que ele tomou, observados os valores que possui e para qual finalidade última se dirige. Assim, extraem-se os universais da experiência empreendedora. Esta é uma via investigativa.

O outro caminho é observar o professor que está ali meramente para ganhar seu salário e ministrar suas aulas, apenas cumprindo obrigações contratuais. Igualmente pode-se extrair os universais e desvelar o modo de ser, ou, mais precisamente, um modo de não-ser empreendedor. Aquilo que não é pode revelar, por contraste, aquilo que é. Ao se mostrar fenomenologicamente, tanto aquilo que é quanto aquilo que não é trazem consigo características próprias e particulares que permitem compreensão.

O professor não-empreendedor, por exemplo, pode não se preocupar em trazer inovações para a sala de aula, pode não pesquisar nada além do que pesquisa há vinte anos, pode fazer sempre aquilo que funcionou no passado e que garante estabilidade. O professor empreendedor, por seu turno, pode estar constantemente inovando na forma e no conteúdo de lecionar, pode pesquisar o mesmo tema há vinte anos, mas, neste período, ter se reinventado inúmeras vezes, contradizendo-se em seus escritos, abandonado certezas consolidadas; pode deixar de lado algo que funciona por algo que não sabe se funcionará, assumindo o risco da incerteza.

Observe-se o exemplo dos grandes filósofos empreendedores. Normalmente escrevem profusamente e sobre múltiplos assuntos, sendo classificados de acordo com os períodos de sua trajetória intelectual. Assim, há o jovem Heidegger, o Heidegger da virada (*Kehre*), o velho Husserl das *Meditações Cartesianas* versus o Husserl tardio da *Crise* etc. E eles buscaram constantemente se reinventar, questionando inclusive seus próprios fundamentos.



Mas, e os contemporâneos deles que dividiam o mesmo espaço nas universidades, mas que não empreendiam filosoficamente? Ora, tais pessoas (os professores meramente reprodutores) também podem trazer informações reveladoras sobre empreendedorismo, mesmo não empreendendo, justamente por demonstrarem o que é ausência de empreendedorismo.

A natureza transcendental e metafísica do empreendedorismo

Pois, como modo de ser, o empreendedorismo revela em seu esplendor uma multiplicidade de significados que demonstram ser a atividade transcendental, no sentido kantiano de condição de possibilidade da experiência transformadora. Ademais, o empreendedorismo é, de certa forma, metafísico, pois volta-se para uma compreensão ontológica da realidade, na busca de sua fundamentação última.

Os críticos podem objetar que isso é de difícil verificabilidade empírica ou operacionalidade metodológica. Mas este é precisamente o ponto de transformação do modo de ver para o modo de ser, implicando necessariamente em uma ruptura com a tradição positivista e com os métodos convencionais de pesquisa.

O empreendedorismo como projeto existencial

Como modo de ser do homem, qualquer pessoa pode empreender. Não há condicionantes externos absolutos, limites intransponíveis ou impedimentos ontológicos. O que determinará se uma pessoa empreende ou não é seu projeto existencial, ligado a um conjunto de escolhas que pode fazer conscientemente (sendo que não escolher constitui, paradoxalmente, também uma escolha).

Ao decidir-se conscientemente a empreender, o homem efetua uma ruptura existencial com aquilo que lhe confere segurança e estabilidade, adentrando em uma zona de dúvidas, incertezas e possibilidades abertas.



Aquele que não empreende, por contraste, não possui tantas incertezas angustiantes, pois saberá, de antemão, quais são suas possibilidades futuras, vive na previsibilidade da atitude natural.

O modo de ser como resgate e desvelamento

O modo de ser é a possibilidade de resgate, manifestação e desvelamento do fenômeno em sua autenticidade. É a transformação de uma vontade, desejo ou potência em ato concreto. O indicativo maior do modo de ser empreendedor (o princípio explicativo fundamental na organização e transformações decorrentes da ação empreendedora) é a finalidade (o *telos* aristotélico), razão pela qual os economistas tanto estudam a atividade, embora frequentemente de forma reducionista.

Ademais, é pelo modo de ser que se pode chegar autenticamente até o que é empreendedorismo, mediante uma clarificação fenomenológica do sentido originário e primário da atividade, partindo daquilo que ela é ontologicamente, não de como ideologicamente se a vê.

Assim, torna-se possível obter um novo entendimento do assunto, como será demonstrado a seguir.

SOBRE O EMPREENDEDORISMO EXPLICITADO À MANEIRA DOS FILÓSOFOS

Quando se fala em empreendedorismo explicitado à maneira dos filósofos, deseja-se falar em uma via de acesso específica a um fenômeno. Explicitar significa tornar claramente exprimível, patente, de modo nítido e rigoroso. Via de acesso é um caminho, uma dentre muitas formas possíveis de se chegar a um lugar, de apreender uma realidade. Já o empreendedorismo (enquanto fenômeno) é um modo de ser do homem que se mostra tal qual como



é, em sua manifestação originária. Portanto, demonstrar-se-á, fenomenologicamente, o que é o empreendedorismo em sua essência.

Tem-se uma questão fundamental: o que é empreendedorismo? Para se responder tal indagação, faz-se necessário situar o momento histórico-ontológico em que ele passa a se constituir. E quando o empreendedorismo surgiu? A resposta: desde sempre. Ou, melhor dizendo, desde que o homem é homem houve atividades empreendedoras. Tais atividades surgiram de modo espontâneo, como uma experiência prática do modo de ser do homem em sua relação com o mundo.

Porém, na Idade Média, precisamente no século XII, ocorre a institucionalização do empreender. Naquela época, aqueles que empreendiam em seus afazeres obtinham um "progresso" notável em suas vidas e se destacavam socialmente, o que fez com que o setor fosse progressivamente adquirindo relevância e reconhecimento social.

A inovação como ponto de partida

Surge assim um importante componente fundante: a inovação. A inovação relaciona-se com alguma coisa nova, com fazer algo que não se fazia anteriormente. E os homens da Idade Média necessitavam de renovação constante para superar as limitações de seu tempo. Tal inovação, por sua vez, representa uma atitude existencial.

A atitude pode ser expressa como o posicionar-se diante do mundo, ou a forma consciente de manifestar esse propósito. Toda atitude traz consigo uma transformação, que necessariamente representa um momento de ruptura com o estado anterior.

Transformação, como o nome indica, sinaliza uma modificação de um estado anterior. Deixa-se de lado uma condição e parte-se para outra. Há um rompimento ontológico. O sujeito provoca conscientemente uma interrupção da



continuidade na qual sua vida naturalmente se processa. Há um salto para o futuro, um movimento em direção ao ainda-não-realizado.

Para além da inovação: o comprometimento

Porém, a inovação com atitude transforma, mas não responde suficientemente à pergunta "o que é empreendedorismo?" Muitos seres realizam essas ações diariamente e não são genuinamente empreendedores. Aparece assim outro fator fundamental: o comprometimento.

O comprometimento é colocar-se em estado permanente de compromisso diante do que se faz no mundo; é engajar-se e ser o responsável pela feitura da própria existência. Representa assumir o comando das situações de forma contínua e consciente. Aquele que se compromete assume a responsabilidade daquilo que necessita ser feito e sabe, ou busca saber, como fazer. Ao fazer, o faz com consciência dos possíveis resultados que pode alcançar. Deste modo, vem à luz a angústia.

A angústia e o risco

Quando se fala em angústia, nesta situação específica, designa-se aquela incerteza própria de quem está a se comprometer, e que tem apreensão em relação aos resultados e consequências de suas ações. A angústia baliza o empreendedor, no sentido de delimitar o ponto em que pode ou não chegar sua ação. O empreendedor sem angústia é temerário - age sem consciência dos limites e possibilidades.

A angústia contém e envolve um termo muito caro ao empreendedorismo: o risco. Risco é incerteza de sucesso, possibilidade de erro, que decorre de fatores extrínsecos ao ser, de forma contingencial e imprevisível.



A liberdade como essência

Mas a pergunta "o que é empreendedorismo?" continua sem resposta definitiva. O comprometimento implica angústia, pois tem o fator risco (que simultaneamente ameaça e impulsiona a liberdade). Para superar tal situação, mister se faz algo que possibilite uma transcendência. O meio para realizar isso é o libertar-se.

A liberdade, assim, é um componente essencial, pois ela é a responsável por um momento de catarse para o empreendedor. Ou seja, há uma espécie de purgação, de purificação dos fatores responsáveis por suas limitações, que interferem no pleno desenvolvimento do homem. Essa liberdade manifesta-se em termos de potencialidade que tal indivíduo tem de agir de forma autônoma, buscando seus objetivos existenciais.

Sem considerar condições limitantes ou obstáculos intransponíveis, o empreendedor se realiza a partir de sua autodeterminação, e constitui a si próprio e o mundo em que vive. O que faz o empreendedor agir é a liberdade, para superar a angústia, dentre outros fatores existenciais. Para o desenvolvimento da capacidade empreendedora, o homem deve evoluir do ser-em-si em direção ao ser-para-si (categorias sartreanas), pois o grau de sua liberdade estará sendo continuamente incrementado.

Resulta assim que a liberdade é a essência do empreendedorismo, além de ser seu maior valor, devido ao fato de que o valor representa um Dever Ser. Logo, a essência do empreendedorismo é o valor. E o maior valor é a liberdade.

O homem como ser-para-empreender

Contudo, ainda não há esclarecimento completo sobre o que é empreendedorismo. Sendo a essência do empreendedorismo o valor (liberdade), o que está encerrado dentro dessa essência?



O homem observa que o mundo circundante está repleto de valores e que sempre precisa fazer uma escolha, que inexoravelmente traz implicações para si e para os que lhe rodeiam. A escolha é uma possibilidade dentre muitas. No caso do valor liberdade, o empreendedor escolhe ser livre. Ele age para isso, de forma consciente ou não. E isso revela que o homem é um ser-para-empreender. É o valor que dá sentido último ao empreendedorismo, e dentro dessa essência há a resposta preliminar para a questão "o que é empreendedorismo?"

Para haver empreendedorismo é fundamental que exista o empreendedor. Tal indivíduo age conforme um conjunto de valores que lhe são peculiares e que diferem de pessoa a pessoa, mas um dos valores universais (encontrados em todos os empreendedores) é a liberdade. Sendo assim, a liberdade é uma finitude, no sentido de que tem um fim, um objetivo, um limite intransponível. Para se atingir a liberdade é preciso empreender. Quando não se empreende, não se é plenamente livre.

Empreendedorismo como promessa

Então, o que é empreendedorismo? Uma promessa.

É a promessa de emancipação, de ver-se desembaraçado de todos os condicionantes externos que dificultam a realização plena do ser e que ofuscam o caminho para fazer o sujeito mentor consciente de sua existência.

Tal promessa, ainda, assenta suas bases no homem, não na estrutura social ou econômica. Aqueles homens que não conhecem o significado do vocábulo "empreendedorismo" desenvolvem ações empreendedoras independentemente de qualquer conceituação teórica. Ao ser promessa, há a revelação de que o empreendedorismo é um vir-a-ser, um devir constante.



Elementos constituintes da atividade empreendedora

Logo, é possível fazer um esquema de alguns dos elementos constituintes da atividade empreendedora:

Inovação → Atitude → Transformação → Comprometimento → Angústia → Liberdade → Promessa

Há outros elementos não mencionados nesta análise, como a racionalidade, o devir, o problema da vagueza conceitual, o problema ontológico do empreendedorismo etc. Porém, com esses seis itens foi possível chegar a um resultado preliminar do que é empreendedorismo: uma promessa.

Assim, compreendido que o ramo se constitui uma promessa, é correto afirmar que apenas o ferramental técnico-científico não é suficiente para formar empreendedores. É necessário conjugar esforços com uma educação filosófica, para fazer com que o homem tome consciência de sua condição de doador de sentido ao mundo.

Isso é possível pois a atividade extrapola a visão maniqueísta que vê no empreendedorismo uma disputa entre capital versus trabalho. Há um caminhar no sentido de considerar nas análises uma percepção existencial filosófica, que enxerga na atividade uma libertação do homem, uma possibilidade de transformar sua potência em atos, de progredir enquanto ser.

Ademais, é importante destacar que a sociedade não cria o empreendedorismo, apenas lhe possibilita seu surgimento, que ocorre de forma espontânea, de forma prática, em todos os povos, de todas as culturas e regimes políticos.

Trata-se de um movimento em direção ao desconhecido, na procura de fazer coisas que não são habitualmente feitas, que farão do empreendedor uma pessoa diferente, pois superará a atitude natural. Todavia, é apenas uma promessa, uma possibilidade que pode ou não se concretizar.



No cenário contemporâneo, marcado pela crescente presença de sistemas algorítmicos e de inteligência artificial, essa dimensão de promessa torna-se ainda mais relevante. Algoritmos operam a partir da identificação de regularidades do já dado, inferindo futuros possíveis com base na repetição de padrões pretéritos. O empreendedorismo, entretanto, enquanto movimento em direção ao desconhecido, não se confunde com previsão ou cálculo probabilístico. A promessa empreendedora não é uma projeção estatística, mas a abertura de um horizonte que não pode ser plenamente antecipado, justamente porque implica transformação do próprio sujeito que age.

Confundir a capacidade preditiva dos sistemas algorítmicos com a essência do empreendedorismo significa reiterar a redução do fenômeno ao plano do modo de ver técnico, já criticado neste ensaio. Ainda que a inteligência artificial possa apoiar decisões e ampliar capacidades analíticas, ela permanece situada no domínio dos meios (na imanência, nos dados que já existem), não alcançando a dimensão ontológica da ação empreendedora (transcendência, no que ainda não existe), que envolve liberdade, risco e angústia diante do que ainda não é.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste ensaio buscou-se demonstrar, de maneira propedêutica, um tipo diferente de percepção sobre o tema empreendedorismo. As análises efetuadas basearam-se na fenomenologia, particularmente em Heidegger (1999) e Sartre (1966, 1997).

Privilegiou-se um tipo de abordagem direta, que fizesse vir à tona aspectos pouco esclarecidos nas investigações precedentes. O próprio nome do ensaio indica sua finalidade: realizar uma pesquisa pouco comum, que rompa com os paradigmas estabelecidos.



Obteve-se êxito em explicitar o empreendedorismo filosoficamente, porém não foram discutidos importantes aspectos da atividade, notadamente sobre o ser-que-empreende em sua totalidade existencial. Porém, isso não impede o estabelecimento de uma noção específica do que é empreendedorismo. Pelo contrário, torna-se uma espécie de aporia, no sentido de se estabelecer uma dúvida fecunda em função da impossibilidade objetiva na obtenção da conclusão definitiva para a indagação proposta. A aporia não é fracasso, mas convite à continuidade da investigação.

Neste trabalho abordaram-se diversos temas, por si mesmos complexos e que requerem estudos mais aprofundados:

A questão ideológica no empreendedorismo: Contribuições da teoria crítica (Escola de Frankfurt, estudos pós-estruturalistas) auxiliariam na compreensão desse fenômeno, que é determinante para a atividade e que se mostra proeminente nas práticas contemporâneas.

A etimologia: revelou-se a causa primeira da complexidade do ramo, em função da polissemia do termo *entrepreneur*. Trabalhos lexicográficos e linguísticos aprofundados tornam-se fundamentais para esclarecer os desdobramentos semânticos.

A história do empreendedorismo: encontra-se em estágio adiantado, porém observa-se que a questão ideológica tem acentuada influência nas pesquisas. Os historiadores podem trazer importantes contribuições ao pesquisarem temas pouco explorados, como o empreendedorismo na Grécia antiga, na Idade Média, no Renascimento etc.

A filosofia: pode contribuir decisivamente com discussões sobre o homem empreendedor e a questão ideológica. Trabalhos filosóficos em empreendedorismo são ainda em número restrito e merecem expansão.



Distinções fundamentais

A distinção entre o modo de ser e o modo de ver o empreendedorismo revelou-se acertada, pois conseguiu deixar claro dois lados de um mesmo fenômeno, que atuam de forma indissociável e que, se adequadamente articulados, podem contribuir para que o empreendedorismo se transforme em disciplina com status científico autônomo.

Sobre o estudo científico do empreendedorismo, verificou-se que ele é, em grande parte, objeto das chamadas ciências sociais aplicadas e que possui um viés ideológico, em função de sua origem econômica. Tal situação provoca a eclosão de quatro ismos: economicismo, organilogismo, sociologismo, psicologismo - que tratam a atividade de forma reducionista, sem objetivar uma integração de caráter geral.

A ciência não consegue problematizar adequadamente o ponto de partida, recorrendo assim a uma realidade posta, que provoca um esquecimento, um velamento, ou melhor, um ocultamento do empreendedorismo. Como está oculto (esquecido), o empreendedorismo é visto apenas tecnicamente.

O mesmo ocorre, por exemplo, na matemática: normalmente se usa o cálculo, se aplica o cálculo, mas poucos sabem sobre a origem do cálculo, quando e para que surgiu etc. Ele está esquecido, apesar de ser usado diariamente. O esquecimento não é ausência de uso, mas ausência de questionamento sobre os fundamentos.

Neste ponto é importante considerar que um avanço de natureza epistêmico-ontológica (que consiga romper com as atuais dificuldades) só é possível mediante um resgate das origens, ao se efetuar um desvelamento do empreendedorismo. Tal empreitada é tarefa conjunta da ciência e da filosofia. A primeira contribui com o rigor científico, com as demonstrações empíricas. A segunda auxilia em esclarecer aspectos não contemplados e/ou não pensados pela abordagem científica tradicional.



Em relação ao empreendedorismo ser uma promessa, constatou-se que tal promessa se inicia com a inovação, por ser a inovação o elemento condutor para a superação de um estado em que o homem se situa no mundo por meio da atitude natural. Ao inovar, o homem toma uma atitude, na busca de manifestar e situar seu lugar na existência, de forma a posicionar-se perante os acontecimentos que lhe sucedem.

Isso provoca uma transformação, que faz com que o empreendedor modifique um modo de ser que o faz acreditar nas coisas como ele as enxerga, não como elas efetivamente são.

Para que haja transformação, necessita-se comprometimento, que atua como o elemento próprio do engajamento, do meio pelo qual o homem assume o comando de sua vida e influencia as vidas daqueles que lhe rodeiam.

Ao se comprometer, o ser se angustia, pois o sentimento de apreensão faz com que ele tome conhecimento das incertezas pelas quais necessariamente passará ao longo de seu projeto empreendedor. A angústia é uma espécie de pré-antecipação do risco, pois sempre há a possibilidade do sucesso ou do fracasso, de forma contingencial.

A superação da angústia desvela que a essência do empreendedorismo é o valor. O maior valor, na atividade, é a liberdade. Assim, a liberdade torna-se equivalente à essência do empreendedorismo e um valor universal.

Encerrada dentro da essência da atividade está a resposta da pergunta "o que é empreendedorismo?", que demonstrou ser uma promessa e que tem sua fundamentação não na estrutura social ou econômica, mas sim no homem.

Trata-se da promessa de emancipação, de desvencilhar-se de todos os fatores que dificultam e impedem a realização plena do ser. Ou seja, como possibilidade, o empreendedorismo é uma promessa, só sendo possível enquanto projeto existencial do ser que empreende.



Deste modo, o empreendedorismo é um ser-em-situação**,** ou seja, uma realidade empírica que se mostra e se impõe a todos. Ele é dado, colocado no mundo e é temporal, podendo ser considerado, atualmente, uma invariante axiológica, no sentido de estar se tornando um valor para todos, assim como é a justiça, a igualdade, a liberdade etc.

Destaca-se, não obstante, a confusão existente ao se usar e qualificar o termo "empreendedor". Quando se diz: "sou empreendedor", demonstra-se que o homem está se portando de forma típica de todos os seres, de forma passiva e cristalizada, sem grandes possibilidades transformadoras. Comporta-se como um ente inanimado, um mineral ou um vegetal, algo que simplesmente é.

Ao passo que quando se diz "estou empreendedor", há demonstração de se estar passando de uma condição de potencialidade para realidade. Há uma concretização da promessa, um movimento dinâmico, um vir-a-ser.

Finalmente, pode-se dizer que a maior dificuldade para o estudo do empreendedorismo e do empreendedor está em um aspecto pouco explorado até o momento: a questão transdisciplinar, que faz com que a atividade seja simultaneamente de todos e de nenhum (pois várias ciências a estudam, mas não se articulam adequadamente).

Pesquisas futuras poderiam considerar que, por si e em si mesmo, o empreendedorismo não existe de forma isolada. É necessário conjugar esforços entre os diferentes ramos do saber (integração epistemológica). Isso é vital, pois a atividade sozinha é como uma semente sem terra e sem água para crescer e se desenvolver. É uma realidade posta que não se materializa plenamente em termos de conhecimento. Vai estar aí, estará ocorrendo todos os dias, em todas as ações dos empreendedores, mas continuará inacessível à compreensão integral, ou seja, permanecerá apenas como promessa.

Sinteticamente, pode-se concluir que o empreendedorismo se apoia em três componentes indissociáveis**:** ação, valor e finalidade. A ação



empreendedora busca uma finalidade, a partir de certos valores que o empreendedor visualiza e assume. Desta maneira, a ação humana empreendedora é pautada por imperativos de natureza praxeológica (relativa à ação humana consciente e valorativa), não de natureza técnica, como habitualmente se tem discutido sobre o assunto.

O empreendedorismo, portanto, revela-se não como conjunto de técnicas ou habilidades gerenciais, mas como modo fundamental de ser do homem - um modo de ser caracterizado pela busca da liberdade através da inovação, transformação e comprometimento. É a promessa permanente de que o homem pode, consciente e livremente, construir seu próprio mundo e sua própria existência.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. Politics. [Texto de Bekker]. Londres: Longmans e Green, 1877.

BARNES, J. **Filósofos pré-socráticos.** São Paulo: Martins Fontes, 1997.

BITROS, G.C.; KARAYIANNIS, A.D. The liberating power of entrepreneurship in ancient Athens, **EconWPA** - Method and Hist of Econ Thought, 2004.

BITROS, G.C.; KARAYIANNIS, A.D. Values and institutions as determinants of entrepreneurship in ancient Athens. **Journal of institutional economics**, vol. 4, no. 2, p. 205–230, 2008.

BLUTEAU, R. **Vocabulário Portuguez e Latino**. Coimbra: Colégio das Artes da Companhia de Jesus, 1721-1728. Disponível na internet: https://www.bbm.usp.br/pt-br/dicionarios/vocabulario-portuguez-latino-aulico-anatomico-architectonico/?page_number=2245#dic-viewer > Acesso em 10 jan. 2026.

BORNHEIM, G. A. **Os filósofos pré-socráticos.** São Paulo: Cultrix, 1999.

BRÖCHNER, Jan. Time, kairos words, and contexts of ancient entrepreneurship. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research,** v. 31, n. 11, p. 134-150, 2025.



BROWN, C.R. **Economic theories of the entrepreneur**: a systematic review of the literature. Cranfield, 2007, Dissertação (Mestrado), Cranfield University.

CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en général** [1755]. Disponível na internet: <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b8613362w/f16.item> Acesso em 05 jan. 2026.

CARDOW, A. **The metaphorical rise of entrepreneurship**. Working paper series no. 8). Auckland: Massey University, 2006.

CNRTL a. **Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales**. ATILF/CNRS, Nancy Université. Disponível na internet: <http://www.cnrtl.fr/etymologie/entrepreneur> Acesso em 04 jan. 2026.

CNRTL b. **Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales**. ATILF/CNRS, Nancy Université. Disponível na internet: http://www.cnrtl.fr/etymologie/entreprendre> Acesso em 04 jan. 2026.

GALLOWAY, L; WILSON, L. **The use and abuse of the 'entrepreneur'**. Edinburgh:Heriot-Watt University, 2003.

GUERREIRO RAMOS, A. Modelos de homem e teoria administrativa. **Revista de administração pública**, vol. 18, no. 2, p. 3-12, 1984.

HÉBERT, R.F.; LINK, A.N. Historical perspectives on the entrepreneur. **Foundations and trends in entrepreneurship,** vol. 2, no 4, p. 261–408, 2006.

HOSELITZ, B. F. The early history of entrepreneurial theory. In SPENGLER, J.J.; ALLEN, W.R. **Essays in economic thought**: Aristotle to Marshall. Chicago: Rand McNally, 1960.

HOUAISS, A. **Dicionário Houaiss da língua portuguesa.** Rio de Janeiro: Objetiva, 2009.

HUSSERL, E. **Ideias para uma fenomenologia pura e para uma filosofia fenomenológica:** introdução geral à fenomenologia pura. Aparecida: Ideias & Letras, 2012.



JACKSON, W.T.; GAULDEN, C.; GASTER, W. Who it is and what it does: Finding the “heffa-preneur.” **Academy of entrepreneur journal**, vol. 7, no. 2, p. 17-29, 2001.

JOHNSTONE, B.A. **Entrepreneurs and organisations**: A case study of the Gisborne aquaculture cluster. Auckland, 2008. Tese (Doutorado), Auckland University of Technology.

KARAYIANNIS, A. D. Basic elements of entrepreneurship: ideas from the past. **Storia del pensiero economico**, vol. 5, no. 2, p. 91-105, 2008.

KARAYIANNIS, A. D. Entrepreneurial functions and characteristics in a proto-capitalist economy: The Xenophonian entrepreneur. **Wirtschaftspolitische Blatter,** no. 4, p. 553-563, 2003.

KARAYIANNIS, A. D. Entrepreneurship in classical greek literature. **The South African journal of economics**, vol. 60, no 1, p. 67-93, 1992.

KILBY, P. An Entrepreneurial Problem. **The American economic review**. vol. 73, no. 2, p. 107-111, 1983.

KILBY, P. **Entrepreneurship and economic development.** New York: Free Press, 1971.

LANDSTRÖM, H.; LOHRKE, F. T. **Historical Foundations of Entrepreneurship Research. London**: Routledge, 2020.

LOCK, R. **Mapping the *aliran* of the academic discipline of entrepreneurship**: A discursive representation. Auckland, 2009. Dissertação (Mestrado), Auckland University of Technology.

MARSHALL, A. **Principles of economics** [1890]. Londres: Macmillan, 1920.

MILL, J. S. **The principles of political economy with some of their applications to social philosophy** [1848]. Londres: Longmans, Green and Co., 1909.

MOSSBERG, H.E. Entrepreneurism in the academic setting. **American journal of pharmaceutical education**. vol. 58, no. 4, p. 390-399, 1994.

OED. **Oxford english dictionary**. Oxford University Press, 2010. Disponível em <http://www.oed.com/> Acesso em 04/02/2010.



RICARDO, D. **Principles of political economy and taxation.** Londres: John Murray, 1817.

SAY, J. B. **Traité d'économie politique:** ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent ou se consomment les richesses. Paris: Deterville, 1803.

SCHUMPETER, J. A. Economic theory and entrepreneurial history In: **Change and the entrepreneur:** postulates and patterns of entrepreneurial history. Cambridge-Mass: Harvard University Press, 1949.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SMITH, A. **An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations**. Londres: Strahan and Cadell, 1776.

ZANAKIS, S. H., THEOFANIDES, S., KONTARATOS, A. N., TASSIOS, T. P. Ancient Greeks' practices and contributions in public and entrepreneurship decision making,**Interfaces**, vol. 33, no. 6, p. 72-88, 2003.