

Estudo Observacional do Comportamento Empreendedor de Irineu Evangelista de Sousa sob a Ótica de Filion no Filme “Mauá – o Imperador e o Rei”

Fátima Regina Ney MATOS (UECE)

Kátia Lene de Araújo LOPES (UECE)

Gleildes dos Santos Lima FROTA (UECE)

Valdênia Maria Lima Leandro SARAIVA (UECE)

Waleska Vasconcelos QUEIROZ (UECE)

Resumo

O objetivo deste trabalho é analisar o comportamento empreendedor de Irineu Evangelista de Sousa, presentes no filme “Mauá – O Imperador e o Rei”. Procurou-se usar como base argumentativa o trabalho de Louis Jacques Filion (2004, 2000, 1999, 1993, 1991) sobre características empreendedoras básicas – inovação, aprendizagem, rede de relações e visão. Na revisão bibliográfica tentou-se contextualizar, de maneira sucinta, as características do comportamento empreendedor sob a ótica de Filion (1991). Pode-se concluir que as características empreendedoras propostas na tipologia do autor apresentam-se com vigor no comportamento do Barão de Mauá, um homem a frente de seu tempo e que poderia ter contribuído na construção de um novo projeto para o Brasil, possibilitando a transição de um modelo econômico agrário exportador e escravocrata para uma economia de mercado baseada na industrialização, no trabalho assalariado e na livre iniciativa.

1 Introdução

Como prática empírica, o empreendedorismo é tão antigo quanto o homem, embora, como conhecimento científico, seja um campo de estudo recente. A obra de Cantillon é o primeiro tratado sistemático, em economia, que introduziu o termo ‘*entrepreneur*’ – empreendedor, definido como o agente que compra meios de produção a certos preços, para poder combiná-los em um produto que irá vender a preços incertos (SCHUMPETER, 1968). Richard Cantillon, no século XVIII, propôs em sua obra ‘Ensaio sobre a natureza do comércio em geral’ uma ordem social e econômica baseada em três classes principais: proprietários fundiários, trabalhadores agrícolas e arrendatários capitalistas, mas reconheceu a importância dos trabalhadores manufatureiros, do artesão urbano independente, do comerciante e do artesão na construção civil (COUTINHO, 2005).

A utilização seminal do termo empreendedorismo é também atribuída a Jean Baptiste Say, que o teria utilizado por volta do ano 1800, para designar a transferência de recursos de áreas de baixa produtividade para outras com melhor produtividade e rendimento (VERBEU; WENNEKERS; THURIK, 2001). O empreendedor, no sentido atual do termo, surgiu na Inglaterra, com o advento da Revolução Industrial (SCHÖLLHAMMER; KURILOFF, 1979).

Não existe ainda um conceito definitivo que englobe todos os aspectos do fenômeno empreendedor ou possibilite a construção de uma teoria no tema (VERSTRAETE, 2001). A definição de empreendedorismo geralmente envolve aspectos de criação de empresa, inovação, risco, aprendizagem e redes. Nesse sentido, os empreendedores são “indivíduos que agem independentemente ou como parte de uma organização, que criam um novo empreendimento ou desenvolvem uma inovação e assumem riscos ao introduzi-lo no mercado” (HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2003, p. 529). Autores como Shane e Venkataraman (2000) e Filion (2004) relacionam o fenômeno empreendedor com fazer algo novo e algo diferente com o objetivo de gerar riqueza e agregar valor para a sociedade.

Baumol (1993) considera como característica dos empreendedores o uso da imaginação, a ousadia, a engenhosidade, a liderança, a persistência e a determinação. O

empreendedor é “alguém que se especializa em tomar decisões ponderadas sobre a alocação de recursos escassos” (CASSON, 1982, p. 151); é o indivíduo que “cria um novo negócio em face do risco e da incerteza com a finalidade de lucro e crescimento pela identificação de oportunidades e pela reunião dos recursos necessários para capitalizá-lo” (SCARBOROUGH; ZIMMERER, 2000, p. 4).

Empreendedores são indivíduos que conseguem mobilizar recursos, geralmente escassos no meio institucional, através da utilização de estratégias socioeconômicas, de cooptação de recursos estratégicos (influência, amizade, confiança, favores), cooptação de ‘bens públicos’ (legitimidade, acesso à mídia, endossos, informação), cooptação de bens subutilizados (empréstimos e obtenção definitiva de materiais, equipamentos, instalações).

Drucker (1986, p. 15) considera o empreendedor um “tomador de decisões”, enquanto McClelland (1961, p. 68) o identifica como um indivíduo “fortemente motivado pela necessidade de realização, que não gosta de rotinas e nem de trabalho repetitivo”.

Kao (1989, p. 3-4) entende que empreendedorismo e criatividade são qualidades humanas atemporais e intimamente relacionadas ao passo que o comportamento empreendedor envolve a habilidade de identificar oportunidades. Para Martinelli (1994), o empreendedor é um ator social que desempenha papéis fundamentais em instituições da economia de mercado, o que o leva a ocupar posições importantes na sociedade capitalista.

Neste contexto, o objetivo deste trabalho é analisar as características empreendedoras de Irineu Evangelista de Souza presentes no filme “Mauá – O Imperador e o Rei”. Procurou-se usar como base argumentativa o trabalho de Louis Jacques Filion (2004, 2000, 1999, 1993, 1991) sobre características empreendedoras básicas – inovação, aprendizagem, rede de relações e visão. O Barão de Mauá já foi “visitado” por Bertero e Iwai (2005), que procuraram identificar suas estratégias de negócios. Concluíram que, de uma perspectiva estratégica, não causa surpresa o insucesso de Mauá a partir de 1877.

O filme analisado é um recorte da história do Brasil imperial, baseado em dados secundários. A motivação para a escolha do tema deve-se à crescente aceitação e utilização pela comunidade acadêmica do estudo observacional como recurso didático e eficiente instrumento de ensino e pesquisa em administração.

2 O Empreendedorismo sob a Ótica de Filion

O marco referencial deste artigo são os estudos de Filion (2004, 2000, 1999, 1993, 1991), que define o empreendedorismo como “o processo pelo qual se faz algo novo (algo criativo) e algo diferente (algo inovador) com a finalidade de gerar riqueza para indivíduos e agregar valor para a sociedade” e o empreendedor “como uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões” (FILION, 2004, p.65) e que apresenta quatro características básicas: aprendizagem, rede de relações, visão e inovação.

2.1 Aprendizagem

De acordo com Marshall (1985), o conhecimento é o motor mais poderoso da produção, “um recurso econômico básico” que deverá permear todas as organizações, possibilitando, ao longo do Século XXI, a formação de uma “sociedade do conhecimento” (DRUCKER, 1994).

Lundvall (1992) aponta quatro tipos de conhecimento empregados nos processos de aprendizagem: conhecimento sobre os fatos (*know-what*); conhecimento científico (*know-why*); conhecimento proveniente das competências práticas acumuladas (*know-how*) e conhecimento relacionado “a capacidade social de quem sabe fazer o que” (*know-who*). Este último tipo de conhecimento engloba a construção de relações sociais, nas quais especialistas permitem o acesso e o uso de seus conhecimentos de maneira eficiente. Assim, o processo de aprendizagem é potencializado pela dimensão social e interorganizativa das trocas entre estes diferentes tipos de conhecimento (CORÒ, 1999).

De acordo com Hamel e Prahalad (1995, p. 71), “o que impede as empresas de criar um futuro é uma base instalada de idéias – as convenções inquestionáveis, a visão míope das oportunidades e ameaças e os precedentes não desafiados que constituem a estrutura gerencial existente”, ou seja, são os ‘modelos mentais’ introjetados. Os modelos mentais são definidos por Senge (1990, p. 201) como “imagens internas profundamente arraigadas sobre o funcionamento do mundo, imagens que nos limitam a formas bem conhecidas de pensar e agir”. Para Nonaka e Takeuchi (1997), indivíduos, grupos e organizações se recriam destruindo o sistema de conhecimento existente e encontrando novas formas de pensar e fazer as coisas, o que remete ao processo “schumpeteriano” de destruição criadora.

Para Filion (1991), os empreendedores aprendem através da experiência passada e atual, tendo postura proativa, pois devem “identificar coisas novas que deverão aprender, tendo em vista as coisas novas que desejam realizar” (FILION, 1991, p. 64). Vale salientar, também, a importância da aprendizagem informal, que às vezes parece ser mais importante que o ensino formal (FILION, 1999a). Por vezes, a aprendizagem de empreendedores ocorre muito mais através do “ver” do que do “ler”, mais através da intuição do que da escolarização.

A aprendizagem vem sendo crescentemente apontada como fonte de competitividade, nas esferas individual, grupal, organizacional e interorganizacional (BELL; PAVITT, 1993; TEIXEIRA; GUERRA, 2001). A aprendizagem de empreendedores, em um contexto em que processos produtivos sofrem alterações e transformações propiciadas por inovações nas tecnologias de informação e comunicação, é instrumento para a construção de novas competências que levam a vantagens competitivas. De acordo com Lundvall *et al.* (2001), a rápida e contínua mudança técnica provoca a formação e destruição do estoque de conhecimento especializado, exigindo a capacidade de aprendizado contínua.

Processo fundamental para a construção de novas competências e obtenção de vantagens competitivas, pela repetição, experimentação, busca de novas fontes de informação e outros mecanismos, o aprendizado capacita e estimula atividades produtivas e inovativas. O empreendedor não compete reproduzindo o que seus rivais fazem, mas sendo diferente e obtendo ganhos com essa diferença.

Uma das mais significativas maneiras de aprendizagem de empreendedores ocorre pela via da rede de relações. Os empreendedores precisam desenvolver redes de relacionamento e de cooperação com indivíduos que consideram estratégicos, pois as redes possibilitam a ocorrência de diálogos lapidares (breves, concisos) e eficientes. Sem as redes, essas interações breves, mas significativas, não seriam possíveis (KOTTER, 2000).

2.2 Rede de Relações

Etimologicamente a palavra rede é derivada do latim *rete*, que significa entrelaçamento de fios, cordas, cordéis, arames, com aberturas regulares fixadas por malhas, formando uma espécie de tecido. Uma rede “é o conjunto de pessoas com as quais o ato de manter relações de amizade ou de camaradagem, permite conservar e esperar confiança e fidelidade. [...] essas redes, tradicionais ou modernas, são alianças generalizadas criadas na aposta na dádiva e na confiança” (CAILLÉ, 2002, p. 65).

O tecido social é composto por redes. Atuando em conjunto, os homens formam redes formais e informais. A palavra rede é usada metaforicamente, pois é suficientemente clara para levar à idéia de pessoas que se comunicam, tendo pontos que podem ser considerados de ligação para determinados assuntos.

Segundo Castells (2003, p.108), uma rede “pode ser implementada materialmente em todos os tipos de processos e organizações. [...] A lógica das redes é necessária para estruturar o não-estruturado, porém, preservando a flexibilidade, pois o não-estruturado é a força motriz da inovação na atividade humana”. O não-estruturado baseia-se fundamentalmente na confiança como fonte de redução da incerteza. Através das redes voltadas ao bem comum, de caráter coletivo, constrói-se o capital social.

As redes, de acordo com Elias (1994), formam uma ponte entre indivíduos e sociedade, ação e estrutura. O autor propõe a noção de redes de funções como uma perspectiva que procura ultrapassar a dualidade indivíduo *versus* sociedade, realçando a interdependência entre estes elementos.

De acordo com Granovetter (1992) as redes são formadas por laços que podem ser fortes, fracos ou ausentes. O que caracteriza a intensidade do laço é a combinação entre tempo, intensidade emocional, confiança mútua e serviços recíprocos (GRANOVETTER, 1992).

Em relação à circulação de informações nas redes, Burt (1992), fundamentando-se em Granovetter, aponta que nos laços fortes, a informação tende à redundância, enquanto nos laços fracos, é maior a probabilidade de que circulem informações novas e diferentes. Segundo Castells (2003, p. 222), “as informações circulam pelas redes: redes entre empresas, redes dentro de empresas, redes pessoais e redes de computadores”. As redes são formadas a partir dos papéis, atribuições e relações entre seus atores e suas vantagens concentram-se na propagação de informações, na aquisição de recursos e na possibilidade de alcançar vantagens (BURT, 1992).

A formação de uma rede de empreendedores e/ou de empresas é uma nova arquitetura que pode ter nascido e vem se desenvolvendo através da chamada visão empreendedora. De acordo com Filion (1999a, p. 12), para os empreendedores, o processo de criar e definir uma arquitetura de negócios está baseado no espaço que pretendem ocupar; eles identificam um nicho e visualizam a estrutura e os recursos necessários para ocupá-lo.

Filion (1991, p. 69) considera que “as relações e as visões dão origem às ações; as ações requerem, frequentemente, o estabelecimento de novas relações, que por sua vez, influenciam o surgimento de novas visões”. O autor aponta que as redes de relações podem ser o principal elemento de suporte para a evolução de uma visão de negócios e identifica três níveis de relações mantidas pelos empreendedores, conforme pode ser observado a seguir, no quadro 1:

PRIMÁRIO	Familiares
	Ligações em torno de mais de uma atividade
SECUNDÁRIO	Conhecidos
	Ligação em torno de uma atividade bem determinada
	Rede de ligações
TERCIÁRIO	Cursos
	Livros, viagens, feiras e exposições industriais

Quadro 1: Níveis de relações

Fonte: Filion, 1991, p. 68

De acordo com o autor, o nível primário é responsável pela visão inicial ou emergente e os níveis seguintes levam à visão central, que indica ao empreendedor o que deve ser feito, levando-o a evoluir da concepção para a realização de um projeto (FILION, 2004), ou seja, a visão é um tipo de auto-orientação que caracteriza o fenômeno empreendedor. Em relação a visão secundária, pode-se considerar a ligação em torno de uma atividade bem determinada está ligada ao processo de mentoria. Robbins (2005) aponta que um mentor compartilha experiências, age como um modelo, divide contatos e orienta seu ‘protegido’ nos meandros da política,

2.3 Visão

De acordo com Filion (1991, p. 64), o empreendedor é “alguém que concebe, desenvolve e realiza visões”, alguém que planejadamente passa por uma seqüência de empregos com o objetivo de acumular experiência e conhecimento em um processo dinâmico de aprendizagem. Metaforicamente, a visão é como “uma luz no fim de um labirinto”. O empreendedor desenvolve, pois, um senso de direção, identifica percursos alternativos e desenvolve flexibilidade e facilidade de adaptação (MINTZBERG; AHLSTRAND; LAMPEL, 2000).

A visão empreendedora atua como uma diretriz, fornecendo indicadores para o empreendedor organizar e desenvolver suas atividades. Depois de imaginada, “a visão é desenvolvida, corrigida e ajustada, não em termos de seu conteúdo básico, mas em termos das muitas atividades diferentes necessárias para que se prossiga na concretização da visão. A visão não é estática, ela é um processo em constante evolução” (FILION, 1999a, p. 12).

A visão é dividida por Filion (1993) em três categorias, conforme quadro 2, abaixo:

Visão inicial	Idéias para produtos ou serviços futuros	
Visão central	Resultante de uma ou mais visões emergentes	Parte externa: a faixa de mercado a ser ocupada por um produto ou serviço Parte interna: tipo de organização necessária para realizar a parte externa
Visão complementar	Atividades gerenciais necessárias para dar suporte à visão central	

Quadro 2: Categorias de visão

Fonte: Adaptado de Filion, 1993, 1999a

A visão central geralmente ocorre após a emergência de várias visões emergentes ou iniciais, influenciadas pelo nível primário de relações. É por meio da visão central que empreendedores projetam e criam novos negócios. Assim, a visão é entendida por Filion (1999a, p. 10) como “uma imagem projetada de uma situação de futuro desejada – um sonho realista e alcançável”.

A visão é uma projeção: uma imagem, projetada no futuro, do lugar que o empreendedor deseja que seu produto venha a ocupar no mercado. É, também, uma imagem do tipo da empresa necessária para alcançar esse objetivo. Em suma, visão refere-se a onde o empreendedor deseja conduzir seu empreendimento (FILION, 1993, p. 52).

Após localizar um nicho, o empreendedor precisa “ter uma visão de alguma coisa ou algum lugar a ser ocupado no mercado e saber qual é o tipo de organização necessária para tornar isso realidade” (FILION, 2000, p. 4). De acordo com Paiva Jr (2004, p. 270), “ser empreendedor é acreditar na visão maior, ser obstinado na ação e discernir acerca das demandas do ambiente”.

Segundo Metcalfe (2005, p. 402), “o que há de singular em cada empreendedor é que ele discerne uma visão diferente do mundo, uma visão que é a base da ação econômica diferenciada”. Eles crêem em algo em que ninguém mais crê, com força suficiente para agir com base nessa crença e alocar recursos econômicos num projeto, de forma imaginativa e diferenciada, definindo sua própria estrutura de trabalho. Para Filion (2000), a atividade empreendedora está intimamente ligada à maneira de interpretar o que está acontecendo em um setor particular do meio.

A visão é sustentada, de acordo com Filion (1991), por quatro elementos que se influenciam reciprocamente:

- rede de relações: parece ser o elemento mais influente na evolução da visão empreendedora. As relações primárias (familiares) moldam a visão inicial ou emergente e as relações secundárias e terciárias influenciam o desenvolvimento das visões subseqüentes (complementar e central). Por sua vez, quanto mais articulada a

- visão, mais importante será o seu papel na escolha dos critérios para o estabelecimento de novas relações, numa interrelação recíproca.
- *weltanschauung*: maneira pela qual o indivíduo vê o mundo real, identificando o que é significativo. Valores, atitudes, humor e intenções subjacentes à percepção estão relacionados à esse elemento. A *weltanschauung* não é estática e definitiva, evolui continuamente, sendo influenciada pelo contexto e que o empreendedor age ou pretende agir.
 - energia: está relacionada ao tempo reservado para as atividades profissionais e a intensidade com que estas são realizadas. Quanto mais tempo e energia forem dispendidos no desenvolvimento da visão, tanto mais benefícios o empreendedor receberá, porque, as diretrizes desenvolvidas, vão gerar motivação e energia naqueles que estão próximos e são influenciados pela liderança empreendedora.
 - liderança: resultante das relações, da *weltanschauung* e da energia. Sua importância para o desenvolvimento da visão decorre do seu impacto sobre o nível da visão e da extensão daquilo que o empreendedor pretende realizar. A liderança pode surgir numa evolução gradual, que requer a aquisição de uma habilidade particular num setor particular de atividade. A habilidade para desenvolver a visão parece conferir liderança e esta, para o empreendedor, provavelmente depende do desenvolvimento da visão.

A importância da liderança é enfatizada por Filion (1999a), quando indica que as pessoas próximas ao empreendedor é que possibilitarão a realização e o desenvolvimento da visão. A visão, juntamente com as atividades necessárias para torná-la realidade, são critérios implícitos para a escolha dos colaboradores, que influenciam diretamente no sucesso do empreendimento.

Na função empreendedora, de acordo com Metcalfe (2005), o que há de singular é a liderança nos negócios, pois a mesma abrange, “necessariamente, a capacidade de reunir os recursos produtivos necessários, o contato com os consumidores potenciais e a organização da empresa” (METCALFE, 2005, p. 400).

Mintzberg; Ahlstrand e Lampel (2000) entendem a visão como um sentido do que precisa ser feito, uma idéia guia, criada ou pelo menos disseminada pelo líder. De acordo com Filion (2004) a ação empreendedora é visionária assim, geralmente, empreendedores comportam-se como líderes visionários.

A visão não deve ser entendida como processo místico e irracional. Empreendedores têm consciência do ambiente em que estão inseridos; é racional e, conscientemente, que são capazes de perceber oportunidades de negócios e acumular conhecimento, aprendendo com suas experiências (FILION, 1999a). O autor sustenta que empreendedores têm “sonhos realistas”, ou visões e estão sempre comprometidos com a realização destas. A visão é uma condição vital para empreendedores.

2.4 Inovação

Segundo Schumpeter (1988), empreendedorismo é a atividade de efetuar inovações e a função inovadora e de promover mudanças, combinando recursos de maneira diferenciada e original, promove o desenvolvimento e o crescimento econômico. Inovações fazem parte do processo de destruição criadora, que pode ser entendido como mutação industrial que revoluciona a estrutura econômica de forma endógena, destruindo a ordem vigente e criando uma nova ordem (SCHUMPETER, 1988).

Inovação é a tentativa de criação de um espaço novo para valorizar o capital, espaço que necessita permanecer como monopólio da firma inovadora por algum tempo (elevada apropriabilidade) para garantir lucratividade. Isso pode ocorrer por meio de um novo produto, processo, mercado, forma de organização (POSSAS 2002).

Morton *apud* Almeida (1986) destaca que a inovação não é uma ação simples, mas um processo global, composto de partes interconectadas. Não é somente a descoberta de um fenômeno novo, nem o desenvolvimento de um novo produto ou procedimento de fabricação, nem a criação de um novo mercado. É, sobretudo, a conjunção estreita de um conjunto integrado de ações dirigidas para um objetivo comum. Às vezes, empreendedores não introduzem qualquer fenômeno novo ou inovação importante de mercado, porém, inovam ao reduzir custos, ao melhorar a qualidade ou oferecer serviços mais rápidos (FILION, 1999a).

As ondas de desenvolvimento pelas quais a humanidade vem passando, foram grandemente baseadas na introdução de inovações radicais. As mudanças tecnológicas foram, assim, responsáveis por transformações estruturais da economia e da sociedade, alterando padrões de consumo e produção, geração e distribuição de renda (ARBIX; MENDONÇA, 2005).

A inovação é um processo cumulativo e coletivo e mantém vínculos estreitos com a concentração espacial, tendo como

elementos centrais o aprendizado e a interação entre diferentes e numerosos agentes, que se beneficiam inegavelmente da proximidade geográfica, já que requer não apenas troca constante e direta de conhecimento entre agentes distintos e complementares, como também é função de códigos, práticas valores, sanções sociais, relações de confiança entre sujeitos que premiam a geração e difusão de novos conhecimentos práticos e conceituais (FERNANDES; LIMA, 2006, p. 17).

Deve-se salientar que a construção de sistemas de inovação envolve empresas, instituições de ensino e pesquisa, além de interação entre empreendedores, nos âmbitos nacional, regional e local, que ocorre através de aprendizagem (FREEMAN, 1995).

3 Procedimentos Metodológicos

Merriam (1998) identifica cinco tipos principais de pesquisa qualitativa: estudo qualitativo básico ou genérico, estudo etnográfico, fenomenologia, *grounded theory* e estudo de caso.

Neste trabalho, foi feito um estudo qualitativo básico, definido por Merriam (1998, p. 11) como uma investigação que simplesmente procura desvendar e compreender um fenômeno, um processo e as perspectivas e visão de mundo das pessoas envolvidas.

Tendo em vista que o observador não estava fisicamente presente, foi realizada uma observação indireta.

A observação indireta é menos flexível do que a observação direta, mas também é muito menos tendenciosa e pode ser muito mais acurada. Outra vantagem da observação indireta é que o registro permanente pode ser reavaliado para incluir vários aspectos diferentes do fato (COOPER; SCHINDLER, 2003, p. 307).

O uso de fotografias, filmes ou vídeos constitui uma “observação de segunda mão” (FLICK, 2004, p. 147), sendo não-participante o tipo da observação realizada no presente trabalho.

Tomando como base o contínuo participante/observador proposto por Bogdan e Biklen (1994), foi priorizada a posição de ‘observador completo’, ou seja, “o investigador não participa em nenhuma das actividades do local onde decorre o estudo. Olha para a cena, no sentido literal [...]” (BOGDAN; BIKLEN, 1994, p. 125).

4 O Estudo Observacional

Irineu Evangelista de Sousa nasceu em 28 de dezembro de 1813, no Rio Grande do Sul. Aos seis anos de idade, perdeu o pai, assassinado por um tropeiro. Viúva aos 28 anos e com poucos recursos, a mãe conheceu, dois anos depois, um pretendente que impôs como condição ao casamento que a mesma afastasse as crianças. A solução encontrada foi casar a

filha Guilhermina aos dez anos de idade e entregar Irineu ao tio José Baptista de Sousa, capitão de um navio, que o trouxe para o Rio de Janeiro.

Na então capital do país, o tio consegue moradia e alimentação para o garoto em troca de trabalho. Um dos maiores comerciantes da Corte, João Rodrigues Pereira de Almeida era um atacadista que importava diversos gêneros, inclusive mão-de-obra escrava.

Com a situação econômica da época agravada pela Confederação do Equador e pela guerra contra a Argentina, os negócios do senhor Pereira entram em crise, impossibilitando o pagamento dos credores. Irineu, que já se tornara o ‘caixeiro’ da firma, propõe ao comerciante que o deixe negociar tanto com seus devedores (fazendeiros que o devem dinheiro do tráfico de escravos), como com os seus credores. Negociador implacável, consegue recuperar dos débitos para providenciar o pagamento dos credores, dentre os quais está um escocês que fez fortuna no Brasil, Richard Carruthers.

Observando o desempenho de Irineu, Carruthers o convida para trabalhar em seu escritório, cujo negócio “é ganhar dinheiro”. No ano de 1836, Irineu é convidado a tornar-se sócio de Carruthers, que retorna a Escócia e o deixa tocando o negócio no Brasil. Mesmo distante geograficamente, continua aconselhando, orientando e indicando à Irineu o que deve ser feito, levando-o a evoluir da concepção para a realização de projetos (FILION, 2004),

. Aos 23 anos, Irineu já pode ser considerado um veterano no mundo dos negócios, exceção ao que Holanda (1995) considera que faltou ao Brasil em relação aos ofícios e ao verdadeiro artesanato, “foi, seguramente, uma capacidade de livre e duradoura associação entre os elementos empreendedores do país. Pode-se considerar que Carruthers foi o mentor de Irineu, pois, a partir da sociedade com o mesmo, os negócios crescem e Irineu decide investir na área industrial, comprando, em 1846, o Estabelecimento de Fundição e Estaleiro Ponta de Areia, em Niterói. Em curto espaço de tempo, um empreendimento praticamente falido torna-se a maior fundição do país, empregando aproximadamente mil trabalhadores livres. Após quatro anos, funda a Companhia de Rebocadores Barra do Rio Grande e torna-se importador de tecidos e ferragens inglesas, exportador de café, fumo e açúcar e concessionário de serviços públicos. Já milionário, Irineu ganhou a concorrência para fornecer iluminação pública para o Rio de Janeiro e a concessão exclusiva, por 30 anos, para lançar a Companhia de Navegação a Vapor do Amazonas.

Na área financeira, em 1851, funda o primeiro banco de porte do país, o Banco do Comércio e da Indústria do Brasil, em sociedade com outros comerciantes e negociantes. Como o Banco do Brasil, fundado em 1808 por D. João VI, havia falido, o banco fundado por Irineu ficou mais conhecido como o segundo Banco do Brasil.

A economia brasileira era agro-exportadora e, para levar as *commodities* do campo ao porto, Irineu constrói a primeira ferrovia do país, ligando o Porto de Estrela, hoje porto Mauá, a localidade de Raiz da Serra, na região serrana do Rio de Janeiro. Para realizar a primeira viagem, foram convidados o imperador D. Pedro II, a família real e diversas autoridades. Neste ensejo, D. Pedro concedeu-lhe o título de Barão de Mauá.

Em sociedade com banqueiros ingleses, o Barão funda mais um empreendimento, o Banco Mauá, McGregor & Cia que, em pouco tempo, abre agências em Londres, Paris, Manchester, Nova York, Buenos Aires, Rosário, Córdoba e Montevideú. Em 1860, Mauá iniciou mais um grande investimento, a construção da Estrada de Ferro Santos-Jundiaí, em sociedade com o banco Rothschild & Sons.

Na década de 1860, Irineu Evangelista de Sousa era o homem mais rico do Brasil e no seu apogeu, ocorrido ao redor de 1867, o valor total dos seus ativos contabilizava 115 mil contos de réis, quando o orçamento do Império de D. Pedro II, era de 97 mil contos de réis (BERTERO, IWAI, 2005).

Ainda muito jovem, Irineu é surpreendido pelo patrão, o ‘seu Pereira’, lendo um livro a luz de vela. Questionado, informa que está lendo “Princípios de Economia Política”, do

Visconde de Cairu. No século XIX, a educação no Brasil era exclusiva para os filhos da elite, mas Irineu torna-se autodidata. Filion (1993) afirma que quanto mais jovem o empreendedor escolher o que fazer, ele poderá trabalhar melhor seu *Weltanschauung* ou a imagem que ele quer realizar.

Filion (1991) aponta que o empreendedor passa planejadamente por uma sequência de empregos com o objetivo de acumular experiência e conhecimento, em um processo dinâmico de aprendizagem. Quando o jovem Irineu aceita o convite de Carruthers para trabalhar em sua empresa, pode-se observar que seu objetivo é aprender.

No novo emprego Irineu estuda por conta própria a língua inglesa. Continua suas leituras sobre economia e, por meio da observação, aprende como funciona o mercado e o que seria necessário para desenvolvê-lo. O trabalho com Carruthers lhe proporcionou maiores oportunidades de conhecer a realidade da Inglaterra e seu vigor industrial. Muitas vezes, a aprendizagem de empreendedores acontece mais por meio de “ver” do que de “ler”, mais através da intuição do que da educação formal, bem como observando os mais experientes. Durante todo o filme, observa-se que Irineu sempre procurava os conselhos de seu amigo e sócio irlandês, antes de iniciar um negócio.

De acordo com Filion (1991), relações e as visões originam ações e estas requerem, frequentemente, que se estabeleçam novas relações, que por sua vez, influenciam o surgimento de novas visões. O autor aponta que as redes de relações podem ser o principal elemento de suporte para a evolução de uma visão de negócios. A seguir, no quadro 3, pode-se identificar os três níveis de relações mantidas por Mauá:

PRIMÁRIO	Casa-se com a filha de sua irmã
SECUNDÁRIO	Sr. Carruthers, Paranhos, Visconde de Uruguai
	Ingresso na Maçonaria
TERCIÁRIO	Leitura constante de livros de economia, viagens à Inglaterra

Quadro 3: Níveis de relações mantidas por Mauá

Fonte: pesquisa direta, 2009

Apesar de ter construído suas redes de relações, Mauá era homem de poucos amigos, o que remete a Granovetter (1992), quando este afirma que nos laços fortes, a informação tende à redundância, enquanto nos laços fracos podem circular informações novas e diferentes. Pode-se considerar a maçonaria como uma rede secundária, caracterizada por um laço fraco, e da qual Mauá recebia muitas informações, inclusive o que atualmente é considerada ‘informação privilegiada’. Quanto ao nível de relação terciário, identifica-se claramente a leitura constante e as viagens à Inglaterra.

Ainda quanto à rede de relações, Irineu desde jovem baseava seus relacionamentos na confiança, tanto que ao ser encarregado de alimentar os escravos confinados, entrega a chave da máscara a Valentim, escravo que está sendo punido por consumir bebida alcoólica. O modelo de cobrança que adotou para recuperar dinheiro dos devedores de seu patrão, sr. Pereira, bem como para pagar os credores foi negociar prazos que deveriam ser rigorosamente cumpridos, com lastro apenas na confiança entre as partes.

Filion (1991) considera que o nível primário de relações é responsável pela visão inicial ou emergente e os níveis seguintes levam à visão central, que indica ao empreendedor o que deve ser feito, levando-o a evoluir da concepção para a realização de um projeto (FILION, 2004).

A visão é um processo racional e, ao mesmo tempo intuitivo, adquirida pela análise do ambiente, que torna o empreendedor capaz de perceber oportunidades, de enxergar ganho onde outros percebem perda e prejuízo. Desde cedo, a visão caracteriza o comportamento

empreendedor de Mauá. Em uma conversa informal, 'seu' Pereira comenta sobre papéis do Banco do Brasil que considera sem valor. Irineu, confiando na instituição, propõe comprar estes papéis, com suas economias, por 30% do valor nominal. Avisando a Irineu que este está fazendo um péssimo negócio, vende os papéis por 20% do valor. Posteriormente, o Banco do Brasil resgata os papéis e Irineu ganha um bom dinheiro.

Carruthers identifica em Irineu um empreendedor e, voltando para a Europa, deixa-o como sócio da empresa. Com base em análises do mercado, o novo sócio aumenta significativamente os lucros da companhia no Brasil.

Com 27 anos Irineu faz sua primeira viagem a Inglaterra e fica deslumbrado com a indústria têxtil. Apesar das péssimas condições de trabalho dos operários, acredita firmemente que os mesmos, por serem livres, podem lutar para alterar tal situação. Irineu propõe ao sócio a venda da Carruthers *and Company*, pois tem a informação de que o governo brasileiro não iria renovar o acordo comercial com a Inglaterra. A Coroa brasileira estava implantando a Tarifa Alves Branco, que taxava a importação de determinados produtos entre 30% a 60%.

O anúncio de liquidação da Carruthers & Co. surpreende a todos, pois é quebrado um paradigma: a empresa não está em situação falimentar, pelo contrário, está muito bem financeiramente. Irineu deixa de ser um comerciante para se tornar um industrial. Compra o Estabelecimento de Fundição e Estaleiro Ponta de Areia, em Niterói. De uma situação de abandono, Ponta de Areia tornou-se a maior empresa de fundição do país, dando emprego para aproximadamente mil trabalhadores livres e assalariados e produzindo canos, barcos, navios, canhões, guindastes, postes, caldeiras, etc.

A visão de Mauá estendia-se também à esfera política, tanto que financiou a manutenção de um governo no Uruguai para agradar ao imperador D. Pedro II, pois a Coroa brasileira não poderia se envolver diretamente no conflito. Foi percebido por Mauá como um investimento de risco, mas este investiu recursos próprios, possivelmente para manter a rede de relações que tinha com o governo. A capacidade para correr riscos é inerente ao perfil empreendedor, como constatado nos estudos de Scaborough e Zimmerer (2000) e Hitt, Ireland e Hoskisson (2003).

Pode-se considerar também que Mauá tinha uma visão social, pois muito jovem decidiu que nunca teria um escravo. Dono de diferentes tipos de negócios e proprietário de terras, nunca utilizou mão-de-obra escrava.

O notório conhecimento acumulado na área de negócios fez com que Mauá participasse da redação do Código Comercial Brasileiro, promulgado em 25 de junho de 185º pelo imperador D. Pedro II. Este código trouxe uma grande inovação: a partir daquela data as mulheres maiores de 18 anos poderiam abrir seu próprio estabelecimento comercial.

Schumpeter (1988) considera que o papel do empresário inovador é quebrar paradigmas na economia de mercado, o que Mauá fez com maestria. Construiu ferrovias, quando a locomotiva movida a vapor era ainda uma novidade no Brasil, trouxe a iluminação pública para o Rio de Janeiro, viabilizou a construção do primeiro cabo submarino ligando o Brasil à Europa e, principalmente, defendeu sempre a força da indústria como motor da economia em um país que considerava, como sua vocação natural, a agricultura. D. Pedro II concedeu-lhe o título de Visconde de Mauá em 1874, após a instalação do cabo submarino.

Em sua visita ao Barão, Bertero e Iwai (2005) analisam as estratégias utilizadas pelo mesmo nos negócios e constatam que suas ações empresariais foram equivocadas do ponto de vista atual sobre estratégia, pois suas relações com a ordem institucional eram ambíguas, tendo buscado parceria para garantir concessões, diluir risco e financiar empreendimentos. Ora, o risco, de acordo com Schumpeter (1988), deve ser assumido pelo capitalista, que vem a ser o indivíduo que concede o crédito. Assim, nada que possa denegrir a imagem do Barão ao associar-se ao Estado para diluir os riscos e para ser o agente financeiro de alguns empreendimentos. Havia, sim, uma reciprocidade, que fica bem clara quando o Barão destina

recursos próprios no conflito do Uruguai para “isentar” o governo brasileiro de qualquer envolvimento.

Como foi apontado por Barman (1981), o governo brasileiro teve uma posição restritiva e de definitiva hostilidade quando, em 1875 negou o empréstimo de três mil contos solicitado pelo Banco Mauá & Cia. A solução foi solicitar moratória por três anos, período no qual Mauá saldou dois terços de seu passivo. Transcorridos os três anos, Mauá procurou renegociar o restante da dívida, mas não foi atendido e praticamente todos os seus bens entraram na conta dos débitos.

Não havia uma situação de dependência em relação ao poder público e nem qualquer protecionismo do Estado, muito pelo contrário, a decretação da falência dos negócios do então Visconde, em 1878, ocorreu porque o governo não renegociou as dívidas que Irineu vinha lutando para saldar deste a declaração da moratória da Mauá & Cia, em 1874. Quem sempre teve uma posição ambígua em relação a Irineu Evangelista de Sousa foi o governo brasileiro, e não o contrário.

5 Considerações Finais

O objetivo deste trabalho foi analisar as características empreendedoras de Irineu Evangelista de Sousa, presentes no filme “Mauá – O Imperador e o Rei”. Procurou-se usar como base argumentativa o trabalho de Louis Jacques Fillion (2004, 2000, 1999, 1993, 1991) sobre características empreendedoras básicas – inovação, aprendizagem, rede de relações e visão.

O perfil de Irineu apresentava com vigor todas as características do comportamento empreendedor propostas na tipologia de Fillion (1991). De menino pobre, tornou-se o empresário mais rico do Brasil; aprendendo sempre, construindo uma rede de relações, visualizando o futuro e quebrando paradigmas na economia de mercado por apresentar inovações técnicas e sociais.

Mauá (1996) redigiu uma exposição de motivos aos credores e ao público relatando a trajetória de seus empreendimentos e analisando as causas de sua falência. Procurava justificar que não tinha sido imprevidente na condução de seus negócios e nem havia falhado em gerenciá-los, mas antes tinha sido prejudicado pelo governo brasileiro em conjunto com a elite conservadora, que considerava danosas ao país as atitudes empreendedoras.

Tivesse sido implantado o projeto de futuro de Mauá, talvez fosse outra a história do Brasil. O país não teria tido uma industrialização tão tardia, tanto que somente em 1928 a renda industrial superou pela primeira vez a renda agrária (COTRIM, 1995).

Irineu Evangelista de Sousa foi o maior proprietário de terras do Brasil, banqueiro, industrial e empreendedor em uma época que a elite brasileira se orgulhava em não trabalhar, herança da cultura ibérica, que priorizava o ócio em detrimento do negócio e em “que a atividade produtora era, em si, menos valiosa que a contemplação e o amor” (HOLANDA, 1995, p. 38). Assim, Mauá teve encerrado por ingerências políticas o sonho de ver a economia do país movida por um parque industrial competitivo, por um sistema financeiro sólido e confiável e pela livre iniciativa.

Referências

- ARBIX, G.; MENDONÇA, M. Inovação e competitividade: uma agenda para o futuro. In: CASTRO, A.C.; LICHIA, A.; PINTO JR, H.Q.; SABOIA, J. (Orgs.). **Brasil em desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- BARMAN, R. J. Business and Government in Imperial Brazil: The Experience of Viscount Maua. **Journal of Latin American Studies**, v. 13, n. 2, 1981.
- BAUMOL, W.J. **Entrepreneurship, Management and the Structure of Payoffs**. Boston: MIT Press, 1993.

- BELL, M.; PAVITT, K. **Accumulating Technological Capability in Developing Countries**. Proceedings of the World Bank Annual Conference on Development Economics. Washington: The World Bank, 1993.
- BERTERO, C.O.; IWAI, T. Uma Visita ao Barão. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, v. 9 n° especial, p. 1-17, 2005.
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S. **Investigação qualitativa em educação – Uma introdução à teoria e aos métodos**. Porto, Pt: Editora Porto Lda., 1994.
- CAILLÉ, A. Dádiva e associação. In: MARTINS, P.H. (Org.). **A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social**. Petrópolis: Vozes, 2002.
- CALDEIRA, J. **Mauá: o Empresário do Império**. 22ª Reimpressão. São Paulo: Companhia das Letras. 1995.
- CASSON, M. **The Entrepreneur: An Economic Theory**. Totowa, N.J.: Barnes & Noble Books, 1982.
- COOPER, D.R.; SCHINDLER, P.S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 7ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- COTRIM, G. **História e Consciência do Brasil**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 1995.
- COUTINHO, M.C. Espaço e Economia no Sistema de Cantillon. **Nova Economia**, Belo Horizonte, v. 15, n. 1, p. 97-116, janeiro-abril de 2005.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios**. São Paulo: Pioneira, 1986.
- FAORO, R. **Os donos do poder: formação do patronato político brasileiro**. São Paulo: Globo, 2001.
- FERNANDES, A.C.; LIMA, J.P.R. Cluster de Serviços: contribuições conceituais com base em evidências do pólo médico do Recife. **Nova Economia (UFMG)**, v. 16, p.11-48, 2006.
- FILION, L.J. Entendendo os intraempreendedores como visionistas. **Revista de Negócios**, Blumenau, v.9, n.2, Abr/Jun, 2004.
- _____. Empreendedorismo e Gerenciamento: processos distintos, porém complementares. **RAE Light**, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 2-7, jul./set. 2000.
- _____. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v.39, n. 4, p. 6-20, Out/Dez 1999a.
- _____. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 34, n. 2, p. 05-28, abril/junho 1999b.
- _____. Visão e Relações: elementos para um metamodelo empreendedor. **RAE Revisitada**. São Paulo, v. 33, n. 6, p. 50-61, nov./dez. 1993.
- _____. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: identifique um visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 31, p. 63-71, Jul/Set 1991.
- FLICK, U. **Uma introdução à Pesquisa Qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- FREEMAN, C. The National System of Innovation on historical perspective. **Cambridge Journal of Economics**. Cambridge: Academic Press Limited, 1995.
- HITT, M.A.; IRELAND, R.D.; HOSKISSON, R.E. **Administração Estratégica**. São Paulo: Thomson, 2003.
- HOLANDA, S.B. de. **Raízes do Brasil**. 26ª Ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- KAO, J.J. **Entrepreneurship, Creativity & Organization: Texts, Cases, and Readings**. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall, 1989.
- MARSHALL, A. **Princípios de Economia**. 2ª Ed. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- MAUÁ, V. de. **Exposição aos Credores e ao Público**. São Paulo: Expressão e Cultura. 1996.

- McCLELLAND, D. C. **The Achievement Society**. Princeton, N.J.: D.Van Nostrand Co., 1991.
- MERRIAN, S. B. **Qualitative Research and Case Study Applications in Education**. San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1998.
- METCALFE, S. O empreendedor e o estilo da economia moderna. In: CASTRO, A.C.; LICHA, A.; PINTO JR, H.Q.; SABOIA, J. (Orgs.). **Brasil em desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. **Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico**. Porto Alegre: Bookman, 2000.
- POSSAS, M.L. Concorrência schumpeteriana. In: KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. (Org.). **Economia Industrial: Fundamentos Teóricos e Práticos no Brasil**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.
- ROBBINS, S.P. **Comportamento Organizacional**. 11ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- SCARBOROUGH, H.M.; ZIMMERER, T.W. **Effective Small Business Management and Entrepreneurial Approach**. 6 ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall, 2000.
- SCHÖLLHAMMER, H.M.; KURILOFF, J. **Entrepreneurship and Small Business Management**. New York: John Wiley & Sons, 1979.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- _____. **Ensayos**. Barcelona: Oikos-tan, 1968.
- SHANE, S.; VENKATARAMAN, S. The promise of entrepreneurship as a field of research. **Academy of Management Review**, v.25,n.1, jan. p. 217-226, 2000.
- VERBEU, I.; WENNEKERS, S.; THURIK, R. **An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture**. Amsterdam: Tinbergen Institute, 2001.
- VERSTRAETE, T. **Entrepreneuriat: modélisation du phénomène**. **Revue de l'Entrepreneuriat**, v. 1, n.1, 2001.