

Nunca antes como atualmente se falou tanto em empreendedorismo. No entanto, não é porque o conceito seja novidade - “entrepreneur” foi introduzido por Richard Cantillon no “Essai sur la Nature du Commerce en Général” (1730) - mas porque, talvez, faça mais sentido agora do que nunca empreender.

Com efeito, não sendo presentemente a única fórmula de combater o desemprego e evitar problemas sociais de maior; é, com certeza, uma das principais soluções para dinamizar a inovação, potenciar o crescimento e gerar mais emprego, especialmente numa fase de crescente inatividade produtiva das pessoas, progressivamente substituídas pelas máquinas.

Todavia, para fomentar o empreendedorismo é necessário reunir um conjunto de condições prévias, designadamente: i) Os países devem criar condições macroeconómicas favoráveis ao empreendedorismo - eliminar barreiras à entrada e processos empresariais simplificados, informação, valores sociais e boas práticas empresariais divulgadas, educação e formação de excelência, acesso e disponibilidade de recursos e inovação aplicada e transferência tecnológica facilitadas, são algumas delas; ii) Alinhar as estratégias de desenvolvimento com a ideologia da Nação; iii) Os indivíduos têm que sentir o apelo do empreendedorismo; iv) Querendo ser empreendedores, os indivíduos têm que arriscar e concretizar as suas ações.

Ilustrando, no que se refere ao contexto macroeconómico, vale a pena recordar uma passagem do livro *Humilhados e Ofendidos* de Dostoiévski (1978). O autor inicia o seu romance procurando casa para se instalar, desejando encontrar as condições adequadas para ruminar e escrever os seus fantásticos livros, hoje clássicos da literatura mundial. Começa por visitar alguns quartos, mas acha-os pequenos, húmidos, não o satisfazendo de forma alguma o que considera serem as suas necessidades de escritor. Continua a sua procura até encontrar o que pretende, uma casa grande, com quartos igualmente grandes.

Interpretando Dostoiévski, numa casa pequena até as ideias se tornam pequenas. Tal como Dostoiévski, os empreendedores precisam de um enquadramento favorável e adequado à dimensão das suas ideias. Caso contrário, os indivíduos distraem-se com miudezas, perdendo a noção da sua visão, o entusiasmo e, sobretudo, a oportunidade para empreenderem.

Por seu lado, Silbiger (2002), na sua obra *The Jewish Phenomenon - Seven Keys to the Enduring Wealth of a People*, recorre a uma alegoria para retratar a relevância da ideologia, descrevendo: Subitamente a humanidade foi confrontada com a notícia de que o Planeta Terra viveria dentro de cinco dias um novo dilúvio provocado por chuvas incessantes, ao

nível do episódio bíblico de Noé, prevendo-se a extinção da humanidade, por afogamento.

Perante este cenário digno de armagedom, as pessoas procuraram refúgio junto dos seus líderes espirituais, a saber: O Chefe de Estado e líder espiritual do Tibete, Dalai-Lama, Sua Santidade o Papa e, por último, um Rabino como líder espiritual de Israel e do povo judaico. O Dalai Lama fala aos budistas do mundo e diz: “Meditem e preparem-se para a vossa próxima reencarnação”. Por sua vez, o Papa faz uma audiência e diz aos católicos: “Confessem os vossos pecados e rezem”. Já o Rabino Chefe de Israel vai à televisão e diz: “Temos cinco dias para aprender a viver debaixo de água!” Por outras palavras, os empreendedores não se podem resignar perante as adversidades, nem refugiar no mundo das impossibilidades, desafiando a realidade, quase sempre, adversa.

Não obstante o contexto, é, ainda, imperioso ter espírito e vontade de empreender. A este respeito, diz-se que, um certo dia, uma senhora idosa se encontrava parada na berma de uma estrada, como quem vai atravessar para o outro lado. Prontamente um jovem se aproximou dela, preocupado em ajudar a senhora a atravessar a rua, dado que, no seu pensamento, a idosa corria o risco de ser atropelada. A senhora olhou-o com ternura, agradecendo muito o seu gesto, declinou a ajuda.

O jovem rapaz surpreso, afastou-se, não ficando totalmente descansado. Daí a alguns curtos minutos, voltou a insistir com a senhora, renovando os votos de auxílio. Uma vez mais a idosa rejeitou qualquer apoio, desta vez não tão cordialmente. Até que, há terceira tentativa, a velhinha rechaçou o rapaz rispidamente, dizendo para a deixar em paz, dado que não estava ali para atravessar a rua, mas apenas à espera do autocarro que parava precisamente naquele ponto.

Moral da história, não vale a pena impor ou forçar o empreendedorismo, se essa não é a opção, nem a vontade dos indivíduos.

Referências:

Dostoiévski, F. (1978). *Humilhados e Ofendidos*. Clássicos da Literatura Universal, Círculo de Leitores, Lisboa.

Silbiger, S. (2002). *The Jewish Phenomenon – Seven Keys to the Enduring Wealth of a People*, Longstreet Press, Atlanta, Georgia.