

REPRESENTAÇÕES SOCIAIS DO IDOSO EMPREENDEDOR

Mayara dos Santos Alves Mendes

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. Mestre em Economia Doméstica (UFV).
Departamento de Economia Doméstica, Avenida Peter Henry Rolfs, s/n - Campus
Universitário, Viçosa-MG. E-mail: mayara.1313@gmail.com.br

Emília Pio da Silva

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. Pós-doutoranda em Economia Doméstica
(UFV). Departamento de Economia Doméstica, Avenida Peter Henry Rolfs, s/n - Campus
Universitário, Viçosa-MG. E-mail: emiliapiosilva@yahoo.com.br

Simone Caldas Tavares Mafra

UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA. Professora Associada do Departamento de
Economia Doméstica. Departamento de Economia Doméstica, Avenida Peter Henry Rolfs,
s/n - Campus Universitário, Viçosa-MG. E-mail: sctmafra@ufv.br

RESUMO: O tema principal desta pesquisa se referiu às representações sociais de empreendedores na terceira idade quanto à atividade exercida em micro e pequenas empresas, na cidade de Viçosa - MG. Utilizou-se o estudo de caso, como instrumento de coleta de dados, foram aplicados questionário e a entrevista semi-estruturada. O método de “análise de conteúdo” foi adotado na organização e análise dos dados. Verificou-se que o empreendedorismo contribui de forma efetiva para a inserção e conservação da inclusão social para os idosos, uma vez que, estes continuam atuantes e contribuindo como população economicamente ativa, o que gera um benefício para o idoso, para a família, para a sociedade e para o governo.

Palavras-chave: representações sociais, empreendedorismo, envelhecimento ativo.

ABSTRACT: The main theme of this research referred to the social representation of entrepreneurs in the elderly as the activity performed in micro and small enterprises in the city of Viçosa - MG. We used the case study as a tool for data collection, questionnaires and semi-structured interviews were applied. The method of "content analysis" was adopted in the organization and analysis of dados. Verificou is that entrepreneurship contributes effectively to the insertion and maintenance of social inclusion for older people, since they remain active and contributing to population economically active, which generates benefits for the elderly, family, society and the government.

Keywords: social representations, entrepreneurship, active aging.

1. INTRODUÇÃO

A população brasileira está passando pelo processo de envelhecimento populacional, conforme Garrido (2002), esse processo vem se intensificando devido o aumento da expectativa de vida, ao avanço da medicina e à redução da taxa de natalidade. Em função deste aumento surge a necessidade de efetivação de políticas para este extrato social, capazes de lidar com as consequências sociais, econômicas e de saúde diante do envelhecimento. (SEGALLA e PEREZ, 2012).

Apesar deste crescimento em termos do número de pessoas com 60 anos ou mais, o preconceito e a dificuldade de acesso à informação, por parte da população idosa, dificultam o seu crescimento intelectual e econômico, dado que, muitas sociedades valorizam aspectos relacionados à competitividade para seus grupos, assim como a disposição para o trabalho, a independência e a autonomia funcional, entre outras. Contudo, esses aspectos, não são frequentemente percebidos no conjunto dos indivíduos da terceira idade, visto que, algumas mudanças e perdas se associam a este processo de envelhecimento. Uma importante mudança está ligada à capacidade produtiva, estabelecidas na forma de representações, nas conversações cotidianas dos grupos, (VELOZ et. al., 1999).

A permanência dos idosos no mercado de trabalho ocorre por diversos motivos, como, aumento da renda, ocupar o tempo ocioso e satisfação pelo trabalho executado. A idade sob uma ótica positiva agrega ao profissional experiência, que segundo Vanzella (2010), o torna mais eficiente, executando atividades com maior segurança. Além do exposto, vivencia-se a “era do capital intelectual”, considerada uma oportunidade para os idosos economicamente ativos, uma vez que, esta se baseia na capacidade humana de gerar conhecimento e, não na força física, para efetivar o processo de produção.

Dessa forma, torna-se relevante o estudo sobre empreendedorismo na terceira idade na perspectiva das representações sociais, visto que as questões voltadas ao envelhecimento populacional, e empreendedorismo passaram a ser amplamente discutidas agregado ao fato de que o envelhecimento populacional se apresenta como uma importante conquista do presente século. O fato é que, o crescente aumento da população idosa estimulou a necessidade de estudos ligados à qualidade de vida e geração de renda, deste extrato social, assim como evidenciou a importância destes fatores para a inserção social, e reafirmação de sua identidade como grupo social.

Uma alternativa viável para ampliar a visibilidade social do idoso tem sido o empreendedorismo. Nesse sentido, o estudo da parcela da população que se mantém como empreendedores nos próprios negócios ou que abriram o próprio negócio depois de atingir a terceira idade, faz-se necessário neste contexto, este estudo foi desenvolvido com o intuito de identificar as representações sociais de empreendedores idosos atuantes nas micro e pequenas empresas, em Viçosa, MG.

Especificamente, buscou-se:

- Traçar o perfil socioeconômico dos empreendedores da terceira idade na cidade de Viçosa;

- Identificar as representações sociais dos idosos sobre o que é empreendedorismo, o que é ser empreendedor e o que os outros pensam dele como empreendedor.

2. METODOLOGIA

A estratégia metodológica da pesquisa orientou-se para atendimento do objetivo geral e aos objetivos específicos, realizou-se uma pesquisa descritiva, que segundo Oliveira (2002), permite o desenvolvimento de um nível de análise que possibilita identificar as diferentes formas dos fenômenos, sua ordenação e classificação. Corroborando Gil (2012) afirma que “são incluídas neste grupo de pesquisas que tem por objetivo levantar as opiniões, atitudes e crenças de uma população”, adequando assim ao tema proposto deste trabalho.

Quanto ao modelo quanti-qualitativo, de acordo com Sampieri et. al. (2006), este é muito utilizado atualmente, uma vez que, a pesquisa necessita de um trabalho multidisciplinar, contribuindo assim, para sua realização baseada em abordagens metodológicas diversas, acentuando a necessidade de utilização dos desenhos multimodais, como o modelo quanti-qualitativo.

O método adotado foi o estudo de caso por permitir uma reflexão aprofundada sobre os indivíduos e os aspectos sociais do fenômeno em particular, além do conhecimento mais amplo e detalhado do objeto de estudo.

Esta pesquisa foi realizada na cidade de Viçosa, Minas Gerais, localizada na Zona da Mata Mineira. O município abriga a Universidade Federal de Viçosa, que tem importância tanto no âmbito nacional e internacional na área das ciências agrárias recebendo estudantes de diferentes regiões do país e do mundo.

Os idosos empreendedores micro e pequenos empresários, atuantes no ramo de comércio e prestação de serviços, com as empresas cadastradas na CDL - Câmara de Dirigentes Lojistas constituíram a população alvo de estudo. A CDL de Viçosa não possui com precisão a quantidade de empreendimentos formais da cidade, desta forma, para melhor exatidão do estudo, optou-se utilizar as empresas cadastradas na CDL de Viçosa.

Esta pesquisa adotou dois critérios de exclusão para selecionar os entrevistados, quais sejam, todos deveriam ter mais de 60 anos e exercer atividades empreendedoras e de gerenciamento em seu próprio negócio, continuando economicamente ativos após os 60 anos e à frente do próprio negócio.

Para tanto, foram utilizados os conceitos do autor Fillion (2009), Hisrich (2009) e do

atual *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2010), para definição de empreendedor e empreendedorismo na seleção dos entrevistados.

Deste modo, dentre as empresas cadastradas na CDL de Viçosa, 84 estavam registradas com pelo menos um dos sócios no segmento idoso. A partir deste dado, realizou-se uma pesquisa prévia por telefone, para verificar o segundo fator excludente para o presente estudo, qual seja, o indivíduo idoso precisaria estar à frente do negócio, ou seja, ser gestor. Foram identificadas 23 empresas gerenciadas por terceiros, 3 em que os proprietários faleceram, 4 empresas fecharam, 7 empresas mudaram de proprietário, sendo que 3 destas os antigos donos ainda trabalhavam nas mesmas, 2 empresas cadastradas apresentavam o mesmo dono.

A proposta inicial era a realização de um censo, por se tratar de uma população pequena, de apenas 45 idosos empreendedores. Dentre estes, 23 proprietários participaram, 12 não foram encontrados durante o período da coleta de dados e 10 optaram por não participar.

O método de coleta de dados utilizado foi a Teoria das Representações Sociais baseado nas obras de Jodelet e Moscovici expostos por Sêga (2000, p.129) em seu estudo sobre o conceito de representação social, em que é apontado como um conhecimento prático, que proporciona significado aos eventos que nos são normais, formando a nossa realidade consensual e auxiliando na constituição social da nossa realidade, sendo assim uma maneira de explicar e pensar a realidade cotidiana. É desenvolvida pelos indivíduos e grupos, como uma forma de conhecimento da atividade mental com o objetivo de firmar suas posições em relação a situações, eventos, objetos e comunicações de seu interesse. Quanto ao aspecto social, este interfere de diversas formas, principalmente devido à comunicação estabelecida e ao contexto no qual se situam grupos e pessoas, pela bagagem cultural, pelos códigos, símbolos, ideologias e valores ligados às vinculações sociais características.

A partir disso, Oliveira (2007), afirma que é possível pensar na existência de uma complexa interação entre idade biológica e contexto social e o estudo das representações sociais auxilia nos estudos da terceira idade que necessita de desenvolvimento face às expectativas futuras para o perfil do idoso no país

Os instrumentos para esta coleta de dados foram o questionário e a entrevista semiestruturada, que segundo Sampieri (2013) o questionário é um instrumento eficaz mais usado para coleta de dados quanti-qualitativa, por manter de forma mais eficaz a coerência com o problema e a hipótese formulados. Para Vergara (2000) a entrevista semiestruturada possibilita que o entrevistado tenha liberdade e espontaneidade para responder, tornando assim mais rica a investigação.

Em seguida, para organização e análise dos dados realizou-se análise estatística descritiva para os dados quantitativos do questionário e para as questões abertas do mesmo, o método “análise de conteúdo” que de acordo com Laille e Dione (2008), possibilita esclarecer fenômenos sociais, podendo ser um instrumento para a concepção da construção de significados que os atores sociais exteriorizam no discurso. Transformando dados brutos do texto ou discurso, por recorte, agregação e enumeração, permitindo atingir uma representação do conteúdo aplicando-se a uma grande diversidade de objetos de investigação, como atitudes, valores, representações, mentalidades, ideologias, etc.

A análise de conteúdo foi feita por meio de três etapas, como indicado por Laille e Dionne (2008): o recorte de conteúdos, a definição das categorias e a categorização final das unidades de análise.

O Recorte dos conteúdos possibilita ordenar os elementos dentro de categorias. Uma vez que o intuito é reunir elementos conforme sua significação, devendo atribuir sentido em relação ao material analisado e às intenções da pesquisa. “Os elementos assim recortados vão constituir as unidades de análise, ditas também unidades de classificação ou de registro.” (Laille e Dionne, 2008; p. 216).

Após a realização dos recortes, foram determinadas as categorias analíticas que segundo Laille e Dione (2008) tratam-se de temas sob os quais se organizarão os elementos agrupados por semelhança de sentido. Sua subcategoria adotada foi o “modelo misto” que segundo as autoras as análises e interpretações não apresentam caráter imutável, uma vez que é possível considerar não somente os elementos pré determinados mas sim todos que se mostrarem significativos para a análise.

As características de cada categoria que são representadas pelos tópicos da análise e discussão dos dados, foram atenciosamente revisadas após a categorização maior precisão das distinções. As categorias analisadas foram organizadas seguindo a frequência de surgimento de determinados termos e orações, semelhantes aos apresentados no tópico atribuído. Desta forma, palavras foram ressaltadas para apontar o alto valor simbólico pessoal, ou seja, uma ligação simbólica importante para com o objeto empreendedor mostrando-se simultaneamente essencial para sua concepção e representatividade.

A categorização final das unidades de análise buscou verificar e considerar a disposição dos conteúdos em relação aos recortes e categorização, para potencializar e qualificar a organização e análise dos dados.

Com o intuito de preservar o anonimato dos participantes, cada questionário e entrevista foram codificados, estes receberam códigos de E1 a E23.

3 PERFIL DOS EMPREENDEDORES

Os dados do IBGE (2010) evidenciaram que o número de pessoas com 60 anos ou mais no referido período representa 11,04% da população do município de Viçosa, o que aponta uma porcentagem superior à média nacional. Segundo Silva, et. al. (2013), essa porcentagem é expressiva, uma vez que, a cidade possui uma população flutuante relevante composta por universitários provenientes de outros municípios, estados e países.

Nesta pesquisa considerou-se como indivíduo idoso toda pessoa com idade igual ou superior a 60 anos. Como especificado no Estatuto do Idoso (Lei nº. 10.741 de 1º de outubro de 2003). Desta forma, a idade dos entrevistados variou de 60 a 76 anos, apresentando 68 anos como média, caracterizando a referida população como sendo de idosos “jovens”. Como apontado por Camarano (2002) “como o segmento idoso compreende um intervalo etário amplo, aproximadamente 30 anos, é comum distinguir dois grupos: os idosos jovens e os mais idosos,” (CAMARANO, 2002, p. 5).

Dentre os participantes, 12 são homens e 11 mulheres. Quanto ao estado civil dos empreendedores 18 participantes eram casados, 2 eram viúvos e 3 divorciados. Os resultados demonstraram também em relação a escolaridade, 12 concluíram o ensino médio, 6 tem curso superior, 4 possuem pós-graduação e 1 possui ensino fundamental. O Quadro 1 a seguir apresenta o resumo do perfil dos empreendedores participantes da pesquisa, demonstrados em relação ao perfil dos empreendedores:

Código do Empreendedor	Área de Atuação	Idade	Sexo	Estado Civil	Escolaridade	Tempo na atividade empreendedora
E1	Comercio	60	Mulher	Casada	Ensino Médio	30
E2	Serviço	61	Mulher	Viúva	Ensino Médio	20
E3	Comércio	63	Homem	Divorciado	Ensino Médio	19
E4	Comércio	60	Mulher	Casada	Ensino Superior	20
E5	Comércio	63	Mulher	Casada	Pós-Graduação	15
E6	Serviço	63	Mulher	Casada	Pós-Graduação	18
E7	Serviço	60	Homem	Casado	Ensino Superior	16
E8	Serviço	64	Mulher	Viúva	Pós-Graduação	36

E9	Comércio	64	Homem	Casado	Ensino Médio	17
E10	Comércio	61	Homem	Casado	Ensino Médio	40
E11	Comércio	63	Homem	Casado	Ensino Superior	20
E12	Comércio	70	Homem	Casado	Ensino Médio	20
E13	Comércio	76	Homem	Casado	Ensino Médio	20
E14	Serviço	68	Homem	Casado	Ensino Médio	32
E15	Comércio	64	Homem	Casado	Ensino Médio	45
E16	Serviço	60	Mulher	Divorciada	Ensino Superior	20
E17	Comércio	62	Mulher	Casado	Pós-Graduação	3
E18	Comércio	62	Mulher	Casado	Ensino Superior	17
E19	Comércio	63	Mulher	Casado	Ensino Fundamental	22
E20	Serviço	65	Homem	Casado	Ensino Médio	25
E21	Serviço	62	Homem	Casado	Ensino Superior	30
E22	Comércio	64	Mulher	Divorciada	Ensino Médio	20
E23	Comércio	67	Homem	Casado	Ensino Médio	35

Quadro 1 – Resumo do perfil dos participantes da pesquisa.

Fonte: Dados da pesquisa. Viçosa/MG – 2014

Os dados apresentados no Quadro 1 vão ao encontro do conceito de envelhecimento bem sucedido proposto por Phelan e Larson (2002) referenciados por Teixeira e Neri (2008), destacando entre os fatores preditores o nível educacional elevado.

No entanto, cabe ressaltar que 12 dos entrevistados possui formação básica, sem nenhuma especialidade ou formação ligada à gestão empresarial; e os empreendedores que possuem formação superior estão ligados à prestação de serviços, como área educacional, contabilidade, corretagem e promoção de eventos, ou seja, são profissões exercidas por eles no empreendimento. Demonstrando assim possuírem conhecimentos empíricos em relação à gestão.

O que vêm a confirmar o que é apontado por Dornelas (2007) e Bernardi (2003), quando abordam sobre empreendedores inatos, afirmando que estes ainda existem e são referências de sucesso, pois, demonstram traços de personalidade comuns do empreendedor,

desde cedo, por motivos próprios ou influências familiares. O desenvolvimento desta habilidade tem forte relação com o tipo de ambiente motivacional e autoridade familiar.

Quanto à forma de gestão dos empreendimentos, 41% administram as empresas, sozinhos, 42% o fazem na forma de empresa familiar, junto à esposa ou marido, filhos ou irmãos e 17% possuem sócios. Quanto ao setor de atuação, 8 atuam na prestação de serviços e 15 no comércio.

Como apontado por Machado (2005) para que uma empresa familiar tenha sucesso é necessário um relacionamento saudável e próximo entre os entes e em relação à empresa. A gestão se torna impossível sem o envolvimento familiar, para tanto Mendes (2005) complementa que o em uma família harmoniosa e pautada em relacionamentos saudáveis, propicia o crescimento de todos, incluindo do idoso, uma vez que todos apresentam funções, papéis, lugares e posições e as diferenças de cada um são respeitadas e consideradas.

Em relação à participação da renda obtida pelos idosos com os resultados de seus empreendimentos 10 afirmaram, que este compõe totalmente o rendimento familiar, 5 contribuem com 50% dos resultados dos empreendimentos, 4 com 30%, 6 não contribuem no rendimento familiar, sendo que estes afirmaram realizar reinvestimentos.

Esta renda obtida nos empreendimentos variou entre 2 a 13 ou mais salários mínimos, sendo 13% dos entrevistados com renda entre 2 a 3 salários, 27% entre 4 e 6 salários, 17% entre 7 e 9 salários, 9% entre 10 a 12 salários, 17% afirmaram obter 13 ou mais salários e 17% não declarou.

Tanto a renda obtida por meio dos empreendimentos, quanto a quantidade que participa do orçamento familiar, de acordo com Vilela et. al. (2006) os recursos financeiros, contribuem para o aumento da autonomia e independência, e elevar a auto-estima. Além de possibilitar a promoção de condições adequadas para garantir melhor qualidade de vida, e participação no orçamento familiar, uma vez que como apontado por Mendes (2005), a tendência do indivíduo idoso é perder a posição de comando e decisão que estava acostumado a exercer na família. Consequentemente as pessoas idosas tornam-se cada vez mais dependentes e uma reversão de papéis estabelece-se, e o indivíduo economicamente ativo tende a manter sua posição de comando.

4. REPRESENTAÇÕES SOCIAIS SOBRE EMPREENDEDORISMO E TERCEIRA IDADE

Para Oliveira (2007), a velhice é uma realidade biológica que interage com o contexto social e histórico, ou seja, não é apenas uma manifestação subjetiva a sensação da velhice.

Com a progressão da idade ocorrem mudanças nos papéis sociais dos indivíduos em sociedade considerando seus valores e princípios. A partir disso, é possível pensar na existência de uma complexa interação entre idade biológica e contexto social. Desta forma, o autor ainda afirma que o estudo das representações sociais auxilia na compreensão do que é ser idoso, fato este muito importante face às expectativas futuras para o perfil do idoso no país, qual seja, um idoso participativo e com grande importância para o desenvolvimento social e econômico do país. Nesta perspectiva o empreendedorismo se apresenta como um tema importante na terceira idade.

4.1 Trajetórias profissionais e razões para o empreendedorismo

A representatividade dos idosos na sociedade ampliou devido ao aumento da longevidade, da disposição para continuarem ativos e de participar do processo de produção (VANZELLA, 2010). Corroborando com esta afirmação, Segalla e Perez (2012) destacam que “cada vez mais numerosos, os brasileiros acima de 60 anos conquistam espaço no mercado de trabalho, impulsionam a economia e se transformam na força geradora da riqueza nacional”.

Quando se discute tal aspecto, geração de riqueza nacional, o estudo buscou discutir junto aos entrevistados, as razões para abertura do próprio empreendimento e conseqüente não permanência nas ocupações anteriores. Neste aspecto, a maioria das respostas se relacionava ao fato de se vislumbrar de uma oportunidade de geração de renda para o sustento da família.

Desta forma, a afirmação de Bernardi (2003) vem confirmar os resultados apresentados de que o nascimento de um empreendedor e a origem de um empreendimento são afetados por diversas circunstâncias que são ou não relacionadas aos traços de personalidade, dependendo também das habilidades técnicas e gerenciais adquiridas. Os discursos que se seguem evidenciam estas razões:

“*Por necessidade* mesmo, trabalhei como empregado, depois fui trabalhar como autônomo e surgiu a *oportunidade* da compra da franquia.” (E 7)

“*Aposentadoria* na UFV e meu marido em casa.” (E 5)

“Era uma empresa estatal, e eu era funcionário quando a empresa foi extinta continuei o negócio, eu e meu sócio, foi uma *oportunidade*.” (E 23)

“*Um sonho*, de uma escola diferente, boa com uma proposta pedagógica séria, então decidi por abrir uma escola, viu uma *oportunidade*, as escolas de 1º a 6º estavam ruins na época.” (E 6)

“A abertura do negócio foi por busca no *mercado e por conquista pessoal*.” (E 8)

Todos os entrevistados iniciaram suas atividades empreendedoras antes da terceira idade, no entanto, são economicamente ativos após os 60 anos e continuam à frente do próprio negócio, fato este explicado pela boa percepção de saúde dos entrevistados.

O que exemplifica a visão de envelhecimento ativo proposto pela Organização Mundial da Saúde - OMS (2005), que se aplica tanto a indivíduos quanto a grupos populacionais, proporcionando as pessoas a percepção da sua possibilidade para o bem-estar físico, social e mental ao longo de toda sua vida, e que essas pessoas participem da sociedade de acordo com suas necessidades, desejos e capacidades.

Quanto ao envelhecimento ativo, ficou evidenciado nos depoimentos obtidos junto aos entrevistados, pois estes se consideram pessoas saudáveis e ativas.

“Não tenho nenhum comprimido na minha vida.” (E 2)

“*Trabalho* todos os dias, não consigo ficar parada.” (E 19)

As falas reforçam a idéia de que a saúde é um diferencial para se manter ativo e produzindo, fazendo com que a experiência de empreender se concretize de forma mais eficaz, ampliando por consequência o desenvolvimento sócio econômico de um país.

Neste estudo identificou-se variação de 3 a 40 anos, sendo o tempo médio de 21 anos. Dado que para Dolabela (2008) contribui para o desenvolvimento econômico de um país como o Brasil, uma vez que o empreendedorismo é imprescindível também para o desenvolvimento social sustentável, inovação e diminuição do desemprego, aumentando assim a renda e circulação de capital para o enriquecimento do país.

Sendo um elemento cultural o empreendedorismo é resultado dos hábitos, práticas e valores que formam empreendedores, tendo o meio e a época em que vivem importante papel na influencia do processo (DOLABELA, 2008).

As características empreendedoras como apontadas por Dolabela (1999) possibilitam a criação ou compra de uma empresa e introdução de inovações assumindo riscos calculados, por parte do empreendedor, em busca de novas oportunidades, 15% afirmam ter mudado de ramo de atuação em seus empreendimentos comerciais e 17% possuem mais de um empreendimento.

A velhice é uma realidade biológica que interage de forma profunda com o contexto social e histórico, e não apenas uma manifestação subjetiva, a sensação da velhice. Desta forma o tópico abaixo aborda as representações sociais.

4.1.2 Representações sociais sobre empreendedorismo e sucesso

A respeito da concepção do papel do empreendedor, ou seja, a visão dos entrevistados, na perspectiva das representações sociais baseadas no estudo de Moscovici e Jodelet apresentados por Sêga (2000) sobre o que é ser empreendedor, emergiram diversos conceitos à definição de empreendedor, muitos entrevistados relacionaram sua visão, como empresário, à suas características empreendedoras. Os entrevistados evidenciaram as representações sobre empreendedorismo, definindo como:

“Poder *realizar* algo, gerar empregos, *satisfação pessoal*.” (E23)

“Na minha opinião, é *vislumbrar as oportunidades* que o mercado apresenta (E 11)

“Sempre *innovar*, lutar.” (E 2)

“Ser uma empresária, *criativa, ágil*, atenta com o que está acontecendo.” (E 6)

“Aquele que tem uma *visão* de um negócio, que pega firme, que *não desiste*, *persiste* e põe a mão na massa mesmo.” (E 1)

Aperfeiçoando Sêga (2000), Reis e Bellini (2011) afirmam que os estudos em representações sociais são conhecimentos construídos pelas relações do homem com o seu ambiente, sendo sempre a representação de alguma coisa (objeto) e de alguém (sujeito), relacionados sempre aos saberes sociais.

Destacando as atribuições básicas dadas ao empreendedor, os discursos acima explicam o que é ser empreendedor, corroborando com Filion (1991, p. 19), que diz, “um empreendedor é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”. Sendo complementado por Hisrich (2009) que afirma ser o processo de criar algo novo com valor, destinando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos e obtendo retornos como independência financeira e pessoal.

Quando questionados se os mesmos se viam como empreendedores, todos afirmaram que sim, se descreveram como pessoas ativas, que abriram o próprio negócio, relacionaram também ao fato de ter a empresa durante muitos anos e não desistir, de gostarem do que fazem. Estas representações sociais sobre o empreendedorismo emergem nos discursos que se seguem.

“Sim, por que consegui *superar os desafios*.” (E 3)

“Mas por um lado sim, sou *criativa*, não tenho medo de desafio, *apanho demais quanto à gestão*, sonho demais.” (E 6)

“Sim, por que comecei cedo, com o passar do tempo fui *aumentando o meu comércio*.” (E 15)

Desta forma, pode-se afirmar que os motivos que levam os participantes a se considerarem empreendedores estão relacionados às representações dos mesmos sobre o que entendem ser um empreendedor.

Sobre o fato de terem representações sobre si mesmos como empreendedores de sucesso, 6 deles (26%) afirmaram que não, uma vez que não obtiveram o retorno financeiro esperado e ainda enfrentam dificuldades, 1 (4%) não soube responder, 16 (70%) afirmaram que se vêem sim como empreendedores de sucesso, uma vez que são felizes, e não se imaginam fazendo outra coisa, e prosperaram em seus negócios.

“Sim, por que hoje a empresa já está com mais de *30 anos e estável.*” (E 12)

“Não posso afirmar, ainda é muito cedo para avaliar.” (E 17)

“Sim. Estou no *mercado de trabalho há 15 anos*, só não quero mais trabalho. Se estivesse em início de carreira tudo bem.” (E 5)

“Estou longe, acredito que consegui passar as barreiras de dificuldade, mas *ainda estou aprendendo.*” (E 4)

Para Dolabela, (1999); Dornelas (2007) e Shmitz (2009) apresentam-se como principais características de um empreendedor de sucesso, a autonomia, autoconfiança, perseverança, ter grande energia, forte intuição, tomar decisões, fazer a diferença, saber explorar ao máximo as oportunidades, dinamismo, otimismo e amar o que faz, ser líder e formador de equipe, além de promover oportunidades, desenvolvimento da economia, gerar mudanças nas pessoas fazendo com que estas se preparem e desenvolvam suas próprias habilidades, que antes eram desconhecidas.

No contexto apresentado pelos idosos entrevistados, Barros Junior (2009), determina que uma solução para prováveis crises futuras é a inserção dos idosos no mercado de trabalho, pois o empreendedorismo deles poderiam levar o Brasil a alto patamar de desenvolvimento. O alto número de idosos brasileiros, novamente ativos por meio do mercado de trabalho ou do empreendedorismo, seria de grande contribuição para a economia, tornando os idosos, além de representantes de um forte mercado consumidor, também promotores e fortalecedores de um mercado produtivo forte.

Sobre como os entrevistados acreditavam que as pessoas os viam no papel de empreendedores, tem-se 6 entrevistados que afirmaram não saberem e não terem pensado sobre o assunto. Os demais participantes, apontaram: trabalhador; batalhadora; responsável; amigo, empresário de sucesso, uma pessoa de confiança. Como pode ser observado nos depoimentos.

“Consideram que eu tenho uma *experiência de vida* nesse ramo e devido a comunicação com a sociedade, as pessoas acreditam no *meu bom gosto*, que eu vejo que *agrada os clientes*.” (E 4).

“Me vêem como uma pessoa *autentica* e com *admiração*.” (E 2).

“Como uma pessoa de *confiança*, e sempre preocupado com isso. *Honestidade e segurança*.” (E 13).

“Você tem dois polos, quem te *admira* e quem te *inveja*, graças a Deus tenho mais pessoas que admiram, todos os trabalhos que fazem, sou indicada como *empreendedora* para entrevistas.” (E 8).

“Veem que eu *visto a camisa da empresa*, meu nome é acompanhado pelo nome da empresa, tenho um *bom relacionamento com os clientes e fornecedores*, não deixo a desejar, tenho uma *clientela boa e fiel*. Uma das missões do empreendedor é ser *honesto* e ter *clareza das coisas*.” (E 7).

“Como um homem de negocio, que teve *coragem e acreditei*, indo em frente.” (E 12)

De forma geral, percebeu-se que a atividade empreendedora representa valorização e realização pessoal e profissional, para os entrevistados.

Bernardes e Schmitz (2009) apontam que em geral, a pessoa da terceira idade sente a necessidade de ser valorizada dentro da sociedade, deste modo, deseja retornar ao trabalho, uma vez que atualmente o ser qualificado é o trabalhador. Demonstrando assim estarem de acordo com o que é defendido pela OMS (2005) que define o envelhecimento ativo, como um processo de contínua participação em questões sociais, econômicas, culturais, espirituais e civis.

Sendo demonstrado a seguir o apoio e a compreensão dos familiares um importante fator para o desenvolvimento de um envelhecimento ativo por meio do trabalho.

4.1.3 Dificuldades ou conflitos na vida pessoal por serem empreendedores e idosos

A respeito das dificuldades ou conflitos na vida pessoal, por serem empreendedores, 92% afirmaram não enfrentar estas dificuldades ou conflitos devido ao apoio familiar no empreendimento.

Dentre as respostas daqueles que declararam enfrentar dificuldades e conflitos na vida pessoal por serem empreendedores, as principais razões se relacionavam a aspectos de saúde e físicos e falta de descanso. Os discursos que se seguem demonstram a representação destas sobre esses conflitos e dificuldades:

“Tem momentos que me *falta energia* sim, sinto que não tenho mais 20 anos, mas tento sempre me cuidar” (E 22).

“Não, ao *contrário*.” (E 12)

“Não, pelo *contrário*, ajuda a ficar longe do marido um pouco.” (E 1)

“Restaurante, você *trabalha mais* quando os outros estão descansando, mas toda semana *ganho presentes dos clientes*.” (E 11)

Quando questionado se os conflitos enfrentados estavam ligados ao fato de serem idosos e empreendedores, apenas 2 entrevistados afirmaram que sentem dificuldades relacionadas ao cansaço e disposição, o restante afirmou que não, que os problemas sempre ocorreram e não irão mudar com a idade. As representações sobre possíveis conflitos e a relação com o fato de serem idosos, assim como as vantagens estão evidenciadas nos discursos abaixo:

“*Não tenho dificuldades* quanto a isso, as dificuldades são somente do trabalho, mesmo” (E23).

“A *experiência* conta muito, continuar com o espírito jovem sem pensar que tem 60 anos. Os *desafios* são os mesmos tanto faz pra jovem ou idoso” (E 7).

“A *cabeça está ótima*, mas o *corpo fica cansado*, mas mesmo assim vou para congressos e participo.” (E 5).

Estas falas possibilitam a reflexão em relação ao exposto por Veloz et al. (1998) que destaca o que representa os idosos em relação à sociedade, configurando relações intergrupais, sujeitos a julgamentos sociais, e quando estas representações do envelhecimento e da velhice são sustentadas baseando-se na noção de declínio, esta oferece efeitos negativos não somente para os idosos, como também para aquelas pessoas que ainda não são idosos.

O próximo tópico apresenta a conclusão de todos os aspectos levantados no presente trabalho.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo permitiu verificar a realidade dos empreendedores na terceira idade, sendo de grande importância destacar que teoria das Representações sociais permitiram levantar questões, antes nunca imaginadas pelos entrevistados. O que os levou a refletir sobre sua representação como pessoa e ser social, integrante e participante de uma sociedade que valoriza o empreendedor.

Se destacou no estudo a forma como os idosos empreendedores se vêem e o modo como encaram o próprio envelhecimento, mesmo sem a percepção de que se apresentam como idosos ativos e o determinante para este alcance de uma velhice ativa foi a forma como viveram e se cuidaram durante os anos que passaram.

Percebe-se é que a velhice não vem acompanhada de doenças, tornando os idosos frágeis e dependentes. Apesar da grande parte dos entrevistados se apresentarem no início da fase do

envelhecimento, demonstraram o contrário: idosos independentes, ativos, participantes tanto social, quanto economicamente. A característica marcante deste grupo foi a disposição e o engrandecimento pela atividade exercida.

Para os idosos empreendedores de Viçosa, a velhice não é sentida ou até mesmo percebida por sua maioria, e sim esporadicamente notada, o que ocorre quando questionados sobre a idade. Este fato acontece, uma vez que, a necessidade de participação e o compromisso perante a sociedade e principalmente a disposição e realização perante o trabalho não se alteraram com o passar dos anos.

Além de contribuir para o provimento familiar, os entrevistados se apresentaram como pessoas economicamente estáveis, que se preocupam com o desenvolvimento e fazem planos para o futuro do próprio negócio. Apresentando a ideia de que a atividade empresarial será desempenhada durante a terceira idade ou enquanto a saúde permitir, como afirmaram.

Os idosos revelaram que compreendem a sua importância para a sociedade, e que esta os valoriza pela atividade exercida. O que é importante para o idoso se sentir valorizado, admirado e incluso socialmente.

Nesse sentido pode-se dizer que, o empreendedorismo contribui de forma efetiva para a inserção e manutenção da inclusão social do idoso, uma vez que, ao permanecerem atuantes e contribuindo enquanto população economicamente ativa, gerarão benefício para os mesmos, à família, à sociedade e ao governo. Ou seja, o empreendedorismo pode ser um caminho a ser trilhado para o alcance de um envelhecimento ativo.

Por fim, com a finalidade de investigar outros grupos sociais visando comparar com os resultados aqui encontrados sugere-se que estudos futuros possam se somar a este, tais como estudos do empreendedorismo por parte de outros grupos sujeitos a marginalização social.

REFERÊNCIA

BARROS JÚNIOR, J. C. **Empreendedorismo, Trabalho e Qualidade de Vida na Terceira Idade.** – 1.ed - São Paulo: Editora Edicon, 2009, 500 p. Disponível em: <<http://www.sfiec.org.br/artigos/social/Empreendedorismo3aIdade.pdf>> Acesso em: 04 jun. 2014.

BERNARDES, J. F. e SCHMITZ, A. L. F. **A UFSC como apoio ao Empreendedorismo na Terceira Idade: o Caso Neti/Ufsc.** IX Colóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul. Florianópolis. nov. 2009. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/39573/A%20UFSC%20como%20ap>

oio%20ao%20empreendedorismo%20na%20terceira%20idade%20O%20caso%20NETI%20UFSC.pdf?sequence=1>. Acesso em: 09 jun. 2014.

BERNARDI, Luiz Antônio. **Manual de empreendedorismo e gestão: Fundamentos, estratégias e dinâmicas**. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

BRASIL. MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Estatuto do Idoso** / Ministério da Saúde. – 1. ed., 2.^a reimpr. – Brasília: Ministério da Saúde, 2003. Disponível em: http://www.crtrj.com.br/images/stories/files/estatuto_idoso.pdf. Acesso em: 03 set 2013.

CAMARANO, A. A. **Envelhecimento da População Brasileira: uma contribuição demográfica**. IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. Rio de Janeiro, 2002. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/2091/1/TD_858.pdf>. Acesso em: 19 jun. 2014.

DOLABELA, F. **O segredo de Luisa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007, 3 ed.

FILION, L. J. **Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios** – Revista de Administração, São Paulo v.34, n.2, p.05-28, abril/junho, 1999.

GARRIDO, R.; MENEZES, P. R. **O Brasil está envelhecendo: boas e más notícias por uma perspectiva epidemiológica**. Revista Brasileira de Psiquiatria. São Paulo, S.P.2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rbp/v24s1/8849.pdf>> Acesso em: 02 de jun. 2014

GEM. **Global Entrepreneurship Monitor, 2012. Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: <[http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9696c98c23d137fd0d8af1300d9742b0/\\$File/4226.pdf](http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9696c98c23d137fd0d8af1300d9742b0/$File/4226.pdf)>. Acesso em: 12 jun. 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

HISRICH, Robert D; PETERS, Michael P; SHEPHERD, Dean A. **Empreendedorismo**. Tradução Teresa Felix de Souza. 7ed. Porto Alegre: Bookman, 2009.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades@**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=317130&search=minas-gerais|vicosal|info%EF1ficos:-evolu%E7%E3o-populacional-e-pir%E2mide-et%EF1ria>>. Acesso em: 16 de jun. 2014.

LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber**. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

MACHADO, H. V. Reflexões sobre concepções de família e empresas familiares. **Revista Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 10, n. 2, p. 317-323, 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v10n2/v10n2a19>>. Acesso em 02 de jul. 2014.

MENDES, M. R.S.S. B.; GUSMÃO, J. L.; FARO, A. C. M.; LEITE, R. C. B. O. A situação social do idoso no Brasil: uma breve consideração. **Revista Acta Paul Enferm.** 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ape/v18n4/a11v18n4.pdf>>. Acesso em 02 de jul. 2014.

OLIVEIRA, S. L. **Metodologia Científica Aplicada ao Direito.** 2.ed., São Paulo: Pioneira Thomson Learning Ltda, 2002.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE – OMS. **Envelhecimento ativo: uma política de saúde.** Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2005. Disponível em: <http://bvsms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/envelhecimento_ativo.pdf> Acesso em: 13 de jun. 2014.

SAMPIERI, R. H, COLLADO, C. F.; LÚCIO, M. P. B. **Metodologia de Pesquisa.** 5 ed . 2013. Editora: Penso. Disponível em: <<http://books.google.com.br/books?id=AKU5AqAAQBAJ&pg=PA253&dq=metodologia+question%C3%A1rio&hl=pt-BR&sa=X&ei=rOrPUuHdIsnHkAfA1YCQDw&ved=0CFIQ6AEwBA#v=onepage&q=metodologia%20question%C3%A1rio&f=false>>. Acesso em: 10 jun. 2014.

SCHMITZ, A. L.F., BERNARDES, J.F. **A UFSC como apoio ao empreendedorismo na terceira idade: o caso NETI/UFSC.** IX Comóquio Internacional sobre Gestão Universitária na América do Sul, Florianópolis, 2009.

SÊGA, R. A. **O conceito da Representação Social nas obras de Denise Jodelet e Serge Moscovici.** 2000. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/ppghist/anos90/13/13art8.pdf>>. Acesso em: 16 jun. 2014.

SEGALLA, A.; PEREZ, F. Envelhecer faz bem ao Brasil. [Editorial] **ISTOÉ**, n. 2238, ano. 36, jun. 2012.

SILVA, E. P.; ALMEIDA, A. V.; FREITAS, N. C.; MAFRA, S. C. T.; FONSECA, E. S. **O envelhecer no município de Viçosa na perspectiva das políticas públicas.** Congresso Internacional de Envelhecimento Humano. Campina Grand. 2013. Disponível em: <http://www.editorarealize.com.br/revistas/cieh/trabalhos/Comunicacao_oral_idinscrito_3356_d89878559ce83832e0c4bc992968782e.pdf>. Acesso em: 15 de jun. 2014.

TEIXEIRA, I. N. D.; NERI, A. L. Envelhecimento bem-sucedido: uma meta no curso da vida. **Revista Psicologia USP.** V. 19, n. 1, São Paulo. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65642008000100010>. Acesso em: 12 jun. 2014.

VANZELLA, E.; NETO, E. A. L.; SILVA, C. C. **A Terceira Idade e o Mercado de Trabalho.** Revista Brasileira de Ciências da Saúde. Volume 14 Número 4 Páginas 97-100 2010. Disponível em: <<http://periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/rbcs/article/view/7199/5692>>. Acesso: 05 mai. 2014.

VELOZ, M. C. T.; NASCIMENTO-SCHULZE, C. M.; CAMARGO, B. V. **Representações sociais do envelhecimento.** UFSC, Campus Universitário Trindade, 1998. Disponível em: <http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/veiculos_de_comunicacao/PRC/VOL12N2/15.PDF> Acesso em: 10 jun. 2014

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VILELA, A. B. A.; CARVALHO, P. A. L. ARAÚJO, R. T. Envelhecimento Bem-Sucedido: Representação de Idosos. **Revista Saúde**. Com. 2006. Disponível em: <<http://www.uesb.br/revista/rsc/v2/v2n2a2.pdf>>. Acesso em 02 de jul. 2014.