

O ESQUEMA TÍPICO-IDEAL NA PESQUISA EM EMPREENDEDORISMO¹

Fernanda Maria Felício Macedo

*Professora Assistente da Universidade Federal de Ouro Preto.
E-mail: profamacedo@yahoo.com.br*

Elisa Yoshie Ichikawa

Professora Associada do Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: eyichikawa@uem.br

Diego Luiz Teixeira Boava

Professor Assistente do Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto. E-mail: profboava@yahoo.com.br

Resumo: Alfred Schütz, idealizador da fenomenologia social, afirma que somente é possível compreender um fenômeno a partir da ação social racional, propondo o emprego do tipo ideal como metodologia de pesquisa adequada para investigação da ação social racional. Tal método consiste ainda em uma tentativa de se conciliar subjetividade e objetividade na pesquisa social. Neste artigo, discute-se a possibilidade de emprego do tipo ideal na pesquisa em empreendedorismo. Apresentar uma opção metodológica para estudo do empreendedorismo, especificamente o esquema típico-ideal, consiste em uma tentativa de contribuir para a consolidação epistemológica da área.

Palavras-chave: Empreendedorismo, Fenomenologia Social, Tipo Ideal, Pesquisa, Opção Metodológica.

Classificação JEL: M1

The Ideal Typical Scheme in the Research on Entrepreneurship

Abstract: Alfred Schütz, creator of social phenomenology, says that it is only possible to understand a phenomenon from the rational social action, proposes the employment of the ideal type as a suitable research methodology for investigation of the rational social action. This method is still in attempt to reconcile subjectivity and objectivity in social research. In this paper is discusse the possibility of employment of the ideal type in entrepreneurship research. Presenting a methodological option to entrepreneurship study, specifically the ideal-typical scheme, is an attempt to contribute to the consolidation epistemological of this area.

Key-words: *entrepreneurship, entrepreneur, social phenomenology, ideal type, research, methodological option.*

¹ Recebido em 10/05/2010. . Liberado para publicação em 18/11/2011.

1. Introdução

Ao abordar o empreendedorismo a partir da fenomenologia social deve-se considerar que o ser que empreende está inserido em uma sociedade e, por conseguinte, partilha com outros homens uma conjuntura de experiências capazes de influenciar seu comportamento e ações. Assim, emerge a necessidade do estudo desse fenômeno contemplar aspectos mais relacionados ao empreendedor, pois são as ações do mesmo que tornam possíveis as manifestações desse fenômeno na sociedade.

Nesse cenário, propõe-se sugerir o emprego do tipo ideal para a investigação da ação empreendedora. Essa importância, conferida pela fenomenologia social à ação, se deve à sua origem, uma vez que essa forma de pensamento é resultado da tentativa de Schütz em utilizar a obra fenomenológica de Edmund Husserl para aprofundar as bases da sociologia compreensiva de Max Weber.

Com isso, Schütz (1972) visava solucionar a problemática metodológica intrínseca à pesquisa em ciências sociais, que consiste no emprego de métodos objetivos ou subjetivos na abordagem de objetos da investigação social. O tipo ideal é construído pelo investigador a partir do significado que os sujeitos conferem à sua ação em uma determinada situação típica. A partir da elaboração desse tipo baseado na subjetividade dos atores sociais, esse passa a ser um instrumento adequado para a investigação das demais ações que se processam nas mesmas condições, ou seja, em situações típicas.

Com o objetivo de demonstrar como o tipo ideal pode ser empregado em pesquisas sobre o empreendedorismo, este artigo se divide em quatro partes, além desta Introdução: no próximo item, discutir-se-á a pesquisa em empreendedorismo, verificando que ela se subdivide basicamente em pesquisas explicativas e compreensivas, sendo que a predominância é das primeiras.

Em seguida, apresentam-se os fundamentos do tipo ideal, para depois discutir como o tipo ideal pode ser empregado em pesquisas sobre o empreendedorismo. Finalmente, são tecidas as considerações finais do artigo.

2. A Pesquisa em Empreendedorismo

O empreendedorismo constitui um objeto de pesquisa das ciências sociais, pois se desenvolve no cerne da sociedade. O agente empreendedor encontra-se situado no mundo da vida, em constante relacionamento com o outro, sendo que suas ações não são fatos isolados, mas fatos inseridos em uma dinâmica de relacionamento e compreensão social. Segundo Dilthey (1958, p. 191):

...nós fazemos a reconstituição de nossa própria experiência interna na outra pessoa ao interpretá-la. A compreensão é então um redescobrimto do eu

no tu. Esta compreensão dos outros é, então, o paradigma, por assim dizer, do conhecimento que caracteriza as ciências sociais.

Nesse sentido, a pesquisa em empreendedorismo é estruturada a partir de metodologias pertencentes, predominantemente, às ciências sociais. Assim, várias problemáticas metodológicas intrínsecas à pesquisa social podem ser observadas na busca de uma compreensão maior acerca do empreendedorismo. Tais problemáticas remetem à discussão de se realizar ou não pesquisas sociais de acordo com métodos empregados na investigação em ciências naturais. Alguns pesquisadores defendem que se deve utilizar em pesquisas sociais metodologias que objetivam descobrir leis gerais que orientam o comportamento social, enquanto outros afirmam ser necessário investigar a sociedade a partir de metodologias que reconhecem o homem como um ser doador de sentido ao mundo, que não segue a leis determinadas, como ocorre com minerais e reações químicas.

A partir desses dois pontos de vista distintos, pode-se colocar a existência de dois métodos de investigação, sendo o primeiro denominado nomotético. Esse se adequa as leis universalizantes das ciências naturais, pois é aplicável quando se estudam fatos gerais e repetitivos. Por sua vez, o segundo método, ideográfico, concentra-se nas particularidades e individualidades que podem compor um determinado objeto de estudo. Nos dizeres do economista Von Mises (1986, p. 97-98), a distinção entre ciências sociais e naturais reside no caráter dinâmico da primeira:

Tropeçamos agora em uma das mais notáveis diferenças existentes entre a física e a química de um lado, e as ciências da ação humana, de outro. No mundo dos fenômenos físicos e químicos existem relações constantes entre os diversos componentes, sendo o homem capaz de perceber, com bastante precisão, leis constantes mediante aos oportunos experimentos de laboratório. Mas, no campo da ação humana, não se registram tais constantes reações. A impossibilidade nesse terreno, de toda medição não há de ser atribuída a uma suposta imperfeição dos métodos de investigação. Provém da mudança, da ausência de relações constantes na matéria analisada.

Os pesquisadores que vislumbram na sociedade uma conjuntura de leis a exemplo das ciências naturais, realizam suas investigações segundo a orientação positivista. Para Von Wright (1971, p. 4) esse paradigma é baseado nas seguintes premissas:

- Unicidade metodológica, ou a idéia da unidade do método científico para a investigação de qualquer objeto de pesquisa, independente de sua singularidade.
- As ciências devem ser estudadas segundo relações de causa e efeito.
- A ciência deve apontar para as explicações, centrando-se na substituição de casos individuais por leis gerais que regem a natureza humana.

Por sua vez, os pesquisadores que adotam a perspectiva de investigação fundamentada na singularidade das ações humanas, orientam-se por uma busca da compreensão do homem no tempo e no espaço. Esse paradigma preocupa-se com a apreensão da experiência vivida pelos atores (CRABTREE; MILLER, 1992).

No empreendedorismo, por sua vez, observa-se que os trabalhos encontram-se inseridos em um ou outro paradigma de pesquisa, na maior parte das investigações. O quadro a seguir sintetiza as diferenças existentes ao se abordar o empreendedorismo a partir de uma perspectiva positivista ou construtivista.

Quadro 1 – Perspectivas analíticas do empreendedorismo

Paradigma	Positivista	Construtivista
Ontologia	Realismo	Relativismo
Epistemologia	Objetiva	Subjetiva
Objetivo	Explicar	Compreender
Questão de Pesquisa	O que faz o empreendedorismo ser bem sucedido? O que os empreendedores fazem, quem são eles, e como eles se comportam?	Que é empreendedorismo? Por que os empreendedores fazem como eles fazem, que percepções da realidade influenciam suas ações?
O papel empreendedor	Fazer “as coisas direitas” a fim conseguir o “sucesso”...	Consciência de circunstâncias internas influenciando percepções da realidade (a fim refletir em porque e em como...).

Fonte: adaptado de Guba (1990)

Nesse âmbito, emerge um questionamento: deve-se explicar ou compreender o empreendedorismo? Acredita-se que essa pergunta não tenha uma resposta única e definitiva. A decisão sobre explicar ou compreender o fenômeno empreendedor está ligada ao objetivo de pesquisa ao qual o investigador pretende alcançar.

Dessa forma, ao se analisar a produção científica acerca do empreendedorismo, observam-se trabalhos orientados para explicação, assim como trabalhos objetivando compreender o fenômeno em questão. Esses dois tipos de estudos são vistos de uma forma mais detalhada a seguir para que em um segundo momento possa-se apresentar maiores considerações sobre o explicar ou compreender o empreendedorismo.

2.1 Explicação

Existem duas correntes principais de estudo do empreendedorismo: os economistas, que associaram o empreendedor à inovação, e os comportamentalistas, que enfatizam aspectos atitudinais, como a criatividade e a intuição.

A primeira vertente apresenta como eixo principal a teoria do desenvolvimento econômico de Schumpeter (1985), além dos trabalhos desenvolvidos por Cantilon (2003) associando o empreendedor a oportunidades de lucro não exploradas. Para Schumpeter (1985), a capacidade do empreendedor de continuar sendo uma força complementar vigorosa na economia atual e do futuro tem sido fortalecida e determinada pela constante busca de novos conhecimentos. A teoria do desenvolvimento econômico vislumbra o empreendedor como o ser que promove a inovação, sendo essa radical, na medida em que destrói e substitui esquemas de produção operantes. Nesse sentido, surge o conceito de destruição criativa.

Portanto, Schumpeter (1985) define o empreendedor como aquele que promove uma mudança radical, destruindo as tecnologias já existentes, é aquele que propõe novidades. Nesse sentido, o empreendedor só existe no momento da inovação, ao passo que a necessidade de inovar é ditada pelo ambiente externo. Outros autores influenciaram a corrente economista de empreendedorismo: para Smith (1985) o empreendedor seria um proprietário capitalista; Mill (1986) estuda o empreendedor e o crescimento econômico; para Say (2002), o empreendedor é mediador da economia, sendo sua responsabilidade articular a produção de maneira que os meios resultem em um produto final lucrativo; Knight (2006) estuda ações empreendedoras no ambiente empresarial; para Marshall (1982), o empreendedor é um indivíduo que se aventura e assume riscos, reunindo e supervisionando minuciosamente o capital e o trabalho necessários ao seu empreendimento. Casson (1982) relaciona inovação com recursos escassos; para Kirzner (1973), o empreendedor identifica desequilíbrios econômicos e os explora tendendo a trazer o processo para o equilíbrio.

A segunda corrente, a comportamentalista, pressupõe que o sistema de valores constitui o eixo principal do desenvolvimento social e econômico, considerando o empreendedor o ator principal desse processo. Assim, estuda os traços pessoais e atitudes do empreendedor na tentativa de encontrar a motivação que impulsiona o empreendedorismo.

Dessa forma, David McClelland (1961) aborda o empreendedor a partir de uma perspectiva comportamental, evidenciando suas características psicológicas. O estudo dessas características permite ao autor traçar um perfil do empreendedor. Tal perfil caracteriza o empreendedor como autônomo e dotado de iniciativa. Para esse autor, a motivação constitui o principal combustível do motor empreendedor, sendo essa fundamentada em três necessidades básicas do ser humano: necessidade de realização, de afiliação e de poder.

As pesquisas de McClelland (1961) foram, nesse sentido, uma tentativa de identificar as motivações do empreendedor, sendo que uma correlação positiva entre a necessidade de realização e atividade empreendedora foi constatada. Esse autor defende que uma sociedade que tenha um nível elevado de realização, produzirá um maior número de empresários ativos, os quais, por sua vez, darão origem a um desenvolvimento econômico mais rápido.

Nessa linha, além da teoria das motivações de McClelland (1961), há trabalhos focando a personalidade empreendedora (MINER, 1998; KETS DE VRIES, 1980), além de outros autores diversos, como Timmons (1989), Filion (1991), com sua teoria visionária, os estudos de formação empreendedora de Dolabela (1999) e Ferreira (2003), a pesquisa acerca da busca do sucesso pelos empreendedores realizada por Ray (1993) e a análise do ato empreendedor realizada por Collins e Moore (1964).

A partir da análise dessas principais linhas de abordagem do empreendedorismo (economista e comportamentalista), constata-se que não existe uma oposição conceitual direta entre as mesmas, sendo que a diferença existe em função da prioridade de aspectos abordados. Para Braga (2003, p.35):

Enquanto os economistas buscam definir a função do empreendedor a partir da sua atuação como destruidor, gerador de valores ao sistema produtivo (...), os comportamentalistas, embora tenham pertinente esses elementos, voltam seu interesse para o entendimento do ser empreendedor, do seu comportamento, buscando identificar as suas características e os reflexos na empresa decorrente do seu modo de atuar e interagir.

Assim, o empreendedor é uma pessoa que capta oportunidades, apresentando muita determinação, sendo persistente, perseverante, procurando sempre a auto-superação e reconhecimento social.

Desse modo, reforça-se que a inexistência de maiores distinções entre as linhas de pesquisa economista e comportamentalista do empreendedorismo se deve ao fato dessas buscarem fundamentalmente explicar o seu objeto de investigação. Nesse caso, ambas as perspectivas partem do pressuposto que o empreendedorismo é regido por relações de causa e efeito. Desse modo, a ação empreendedora é caracterizada por algumas singularidades e realizada por um agente dentro do perfil empreendedor resultando em sucesso.

2.2 Compreensão

As pesquisas compreensivas podem estar inseridas em linhas de pesquisa da razão e da vida.

a) Razão

Os trabalhos inseridos nessa linha de pesquisa estão relacionados, entre outros autores, a Edmund Husserl e seus estudos acerca da consciência humana.

A fenomenologia tem o objetivo de analisar a essência dos fenômenos, ou seja, aquilo que é dado diretamente na consciência. Assim, os trabalhos de referencial fenomenológico visam analisar a experiência humana.

No campo da pesquisa sobre empreendedorismo, há o trabalho de Boava (2006) que visa abordar esse fenômeno a partir de um referencial fenomenológico, objetivando fundamentalmente estreitar os laços da administração com a filosofia. Esse estudo pretende responder à seguinte questão: qual a essência do empreendedorismo? Tal questionamento desloca a pesquisa do campo epistemológico para o ontológico, o que confere à mesma um caráter eminentemente filosófico. Dessa forma, o autor desenvolve sua pesquisa empregando o método fenomenológico centrado no ser humano. Os resultados indicam que o empreendedorismo relaciona-se com as seguintes unidades de sentido: inovação, gerenciamento, desafios, criação, relacionamento, teoria na prática, pesquisa, incubadora, ôntico/ontológico, inter/multi/transdisciplinaridade e sujeito da ação, concluindo que a liberdade é a essência do empreendedorismo.

No limite deste artigo, não foram identificados outros trabalhos que abordaram o fenômeno empreendedor recorrendo à fenomenologia. Em um universo mais amplo, há trabalhos que investigaram a administração a partir das implicações da consciência humana, como o de Gil (2003) que analisa a aplicabilidade do método fenomenológico na pesquisa em administração e Thiry-Cheques (2004) que desenvolve uma linha de argumentação para afirmar que o método fenomenológico é adequado à ciência da gestão.

No mais, pode-se citar Ehrich (2005) que desenvolve uma proposta de transposição da filosofia fenomenológica para a pesquisa empírica fenomenológica, no sentido de aumentar as contribuições que tal metodologia pode trazer à administração.

b) Vida

Essa linha de pesquisa é composta por trabalhos que se preocupam com a vida humana, tanto de uma forma hermenêutica existencial como cotidiana. Na investigação do fenômeno empreendedor especificamente, encontra-se o trabalho de Paiva Jr. (2004), que em sua tese de doutorado busca compreender a influência de características individuais, experiências do cotidiano, atitudes e comportamentos constantes no significado que o empreendedor atribui à sua prática empreendedora.

A problemática central do estudo desse autor consiste em desvelar qual a natureza do fenômeno empreendedor sob a ótica de dirigentes de empresas de base tecnológica. Para isso, utilizou como referencial metodológico os trabalhos de Alfred Schütz, que segundo Paiva Jr. (2004) propicia uma análise sócio-existencial da ação

social do empreendedor a partir de suas relações dialógicas e reflexivas em contexto sócio-cultural, político-econômico e tecnológico.

Além do trabalho de Paiva Jr. (2004), destaca-se o estudo de Nickels (2001), na Universidad San Sebastián – Chile, acerca do surgimento e tipificação da ação empreendedora no mundo da vida, a partir dos legados de Alfred Schütz. No entanto, assim como na linha de pesquisa da razão, não foram encontradas mais produções que abordam o empreendedorismo a partir dos trabalhos de Schütz. Na economia, todavia, pode-se destacar os estudos de Von Mises (1986) sobre a ação social e as tipificações.

2.3 Explicação *versus* Compreensão

A análise desses dois tipos de pesquisa permite evidenciar que a pesquisa explicativa obedece a uma lógica objetiva para construção de modelos prescritivos, visualizando o mundo como circunstancial, os seres humanos como reativos.

No alcance deste artigo, observa-se que grande parte dos estudos acerca do empreendedorismo apresenta esse caráter explicativo. Por sua vez, a pesquisa compreensiva parte de princípios subjetivos, visando produzir variedades de interpretações, considerando o mundo um emaranhado de significados atribuídos por homens criativos.

A partir dessas evidências, Bjerke (2000) formulou tipos de empreendedores, sendo esses apresentados a seguir. Contudo, reforça-se que os seis tipos de empreendedores não são comparáveis entre si. Os primeiros três tipos de empreendedores são apropriados à explicação, os últimos três tipos à compreensão.

Segundo Bjerke (2000) esse quadro possibilita verificar que as pesquisas que visam explicar o empreendedor e o empreendedorismo atribuem aos mesmos os seguintes significados:

1. Agente que responde racionalmente às circunstâncias e às mudanças externas, estando orientado por uma necessidade de realização.
2. Fenômeno colocado em uma estrutura, em um processo ou em um campo da informação, passível de se analisar e construir modelos de explicação válidos.

Bjerke (2000) afirma ainda que essas definições orientam os principais temas de pesquisas explicativas que são: empreendedorismo, crescimento e desenvolvimento; a personalidade empreendedora; as circunstâncias empreendedoras e processo empreendedor. Tais pesquisas resultam, na maior parte dos casos, em modelos prescritivos de sucesso.

Quadro 2 – Tipos de empreendedores

Perspectiva	O que é um empreendedor?	Como são criados novos negócios?	Como melhorar o processo de desenvolvimento do negócio?
Realidade concreta e subordinada às leis de uma estrutura independente	Uma pessoa que responda racionalmente a determinado objetivo e circunstâncias externas, criando algo novo	Por circunstâncias objetivas e externas às pessoas	Introduzindo estímulos externos às pessoas que melhor possam explicar o desenvolvimento do negócio
Realidade como um processo determinado	Pessoa que se encontra dentro de um sistema orientado para um objetivo	Por bom sistema de desenvolvimento de negócios dirigido por um objetivo	Adaptando as pessoas ao sistema, tornando-o cada vez melhor
Realidade como campos mutuamente dependentes da informação	Uma pessoa com informação superior sobre necessidades de cliente e os recursos da companhia	Pelos sistemas de informação, baseados no princípio do <i>feedback</i> , reagindo a novas informações	Refinando a informação sobre os recursos do sistema e as necessidades do mercado
Realidade como o mundo do discurso simbólico	Uma pessoa que vê a progressão e a mudança como uma parte dominante em seu mundo simbólico	Por uma cultura, que apresenta novos negócios como símbolos de desenvolvimento	Influenciando a cultura para o desenvolvimento de símbolos apropriados para criação de novos negócios de risco
Realidade como construção social	Uma pessoa que vê o processo de criação como uma parte dominante em sua realidade diária	O desenvolvimento do negócio é parte natural da realidade social	Ativando e renovando a comunicação e as ações de risco no negócio
Realidade como manifestação da intencionalidade humana	Uma pessoa que vê sua existência como resultado de suas próprias expectativas e potencial	Por pessoas com “intuição eidética” sobre desenvolvimento do negócio	Considerando o poder da imaginação das pessoas, e confiando em sua habilidade criativa inerente

Fonte: Bjerke (2000, p.8)

No entanto, a pesquisa compreensiva atribui ao empreendedor e empreendedorismo os seguintes significados:

1. Ator que executa suas ações de acordo com os próprios símbolos, realidade social e intencionalidade.
2. Fenômeno intrínseco à realidade social resultante das ações empreendedoras.

Após essa análise mais aprofundada dos tipos de pesquisa, pode-se retomar à seguinte pergunta: deve-se explicar ou compreender o empreendedorismo? De fato, constatou-se que as pesquisas de caráter explicativo e compreensivo apresentam muitas diferenças no tocante às suas metodologias de investigação e referencial teórico. Contudo, essas diferenças não constituem argumentos para sobrepor a importância de uma em detrimento da outra.

Assim, reforça-se que cada tipo de pesquisa apresenta sua relevância própria, sendo instrumentos indispensáveis à construção da epistemologia do empreendedorismo.

No sentido de demonstrar como o tipo ideal pode ajudar a melhor compreender o fenômeno empreendedor, na sequência apresentam-se os fundamentos da metodologia de pesquisa típico-ideal.

3. Tipo Ideal – Fundamentos

Para Schütz (1972), a primeira tarefa da sociologia fenomenológica consiste em descrever os processos de estabelecimento e interpretação de significado tal como os realizam as pessoas que vivem no mundo social. Ressalta que esta descrição pode ser empírica ou eidética. Pode tomar como tema a pessoa ou o tipo. Pode realizar-se em situações concretas da vida cotidiana ou com alto grau de generalidade. Além disso, a sociologia fenomenológica pode focar os objetos culturais e tratar de compreender o seu significado, aplicando-lhes os esquemas interpretativos.

Os trabalhos de Alfred Schütz se baseiam no pressuposto inicial que o homem vive no mundo do senso comum ou da vida, relacionando-se com os outros. Vive nesse mundo em uma constante atitude natural, ou seja, sempre adota uma postura mental que as coisas são tidas como pressupostos. Em atitude natural, o homem aceita a existência da sociedade, compreendendo que o mundo não é privado, mas sim comum a todos.

Nesse sentido, o homem vê como pressuposto a existência material de semelhantes, sua vida consciente, a possibilidade de intercomunicação e a qualidade histórica da organização social e da cultura, da mesma forma que vê como pressuposto o mundo da natureza no qual nasceu (SCHÜTZ, 1979).

Assim, o homem visualiza que além do *ego* que há dentro dele, existe o *alter ego*, ou seja, toma consciência da existência do outro. Devido a isso, Schütz (1972) afirma que o mundo da vida é essencialmente intersubjetivo. Esse homem interpreta

de forma espontânea sua rotina de afazeres diários, legitimando todos os valores intrínsecos à vida social, tais como regras de controle, relações de poder, classes, religião, trabalho e demais tipos de contratos para convivência social. Além disso, o homem possui uma situação biográfica determinada, apresentando uma história resultante da sedimentação de todas as suas experiências (SCHÜTZ, 1972).

Dessa forma, dependendo das motivações, crenças, valores, costumes vivenciados pelo ser, esse apresentará uma percepção distinta e particular do mundo. A situação biográfica é específica de cada sujeito.

Nesse sentido, pode-se dizer que o mundo da vida cotidiana, comum a todos, se torna único e particular quando observado a partir de uma dada situação biográfica. Logo, o mundo, quando filtrado através de “minha” situação biográfica se torna o “meu” mundo (GORMAN, 1979).

Faz-se necessário ressaltar outro aspecto relevante na situação biográfica de vida, que é o conhecimento empregado para se interpretar o mundo. Tal conhecimento constitui um padrão para assimilação e reconhecimento de informações, podendo ser denominado “acervo de conhecimento ao nosso alcance”. Esse acervo de conhecimento são tipificações acumuladas desde a infância, que permitem ao homem representar o mundo do senso comum ou da vida. Assim, em qualquer parte do mundo, o homem, ao analisar objetos, animais, plantas e automóveis, saberá reconhecê-los e decodificá-los de imediato, independentemente do estabelecimento de diálogo com outra pessoa.

Nesse processo, algumas características gerais desses elementos são priorizadas, em um primeiro momento, em detrimento de sua individualidade. Ao vislumbrar uma árvore, o homem a reconhece imediatamente, sem considerar o tamanho do seu tronco, tonalidade de suas folhas, ou demais características que a individualizam. Essas serão analisadas posteriormente, nunca excluídas. Logo, as tipificações são esquemas descritivos impessoais de reconhecimento universal do mundo da vida. Esse acervo de conhecimento é dinâmico e particular, se enriquecendo e ampliando no decorrer da existência humana (SCHÜTZ, 1972).

Assim, ainda que a situação biográfica permita a objetivação do mundo da vida, ela é essencialmente subjetiva. O homem define sua espacialidade e temporalidade de acordo com suas próprias posições no espaço e tempo. As expressões em frente, ao lado, próximo, existem em função da localização do homem que as utiliza, como o agora, o mais tarde são empregados em função de aspectos temporais desse mesmo ser (GORMAN, 1979).

Com base nessa questão da temporalidade e espacialidade, Schütz (1972) aponta a existência de quatro tipos de *alter ego* na sociedade, a saber:

1. Predecessores – pessoas que existiram em uma realidade passada. Somente tomamos consciência de sua existência por leituras ou relatos.

2. Contemporâneos – pessoas que estão vivas na mesma realidade temporal, ou seja, no presente.
3. Consócios – pessoas que convivem diretamente na mesma realidade temporal e espacial.
4. Sucessores – pessoas que viverão após a morte dos contemporâneos e permanecerão anônimas para os mesmos para sempre.

Dentre esses tipos de pessoas, destacam-se os contemporâneos e consócios, pois somente esses são capazes de estabelecer um “relacionamento Nós” e vivenciarem uma “situação face a face”. Esses termos foram cunhados por Schütz (1972) e advêm do fato da consciência do ser desenvolver “orientações para o tu” (*alter ego*), ou seja, em sua forma pura, as “orientações para o tu” surgem da captação por uma pessoa da existência de outra em interações face a face.

Assim, se a “orientação para o tu” de uma pessoa é correspondida por outra, se ambas intencionalmente se voltam uma para outra, resulta daí um “relacionamento Nós”. O envolvimento “face a face” com os outros é a principal forma de encontros sociais. Tal envolvimento geralmente acontece quando duas pessoas compartilham a mesma comunidade de espaço e tempo, em suma, é a consciência da presença do outro. Devido a isso, ocorre a simultaneidade da vida, na qual um ser pode experimentar o fluxo de pensamento do outro.

Esse conceito de simultaneidade se deve ao fato do homem só poder atribuir significado à sua ação passada ou futura, sendo que no presente cabe a ele observar as vivências dos demais quando ocorrem realmente. Ao homem cabe esperar que suas ações transcorram para poder refletir sobre elas no passado. Para Schütz (1972), ninguém pode se ver em ação, assim como tampouco pode conhecer o estilo de sua própria personalidade.

Dessa forma, somente em um “relacionamento Nós” compreende-se os significados que os outros atribuem aos fatos, visualizando sua singularidade derivada de sua situação biográfica particular. A partir disso, tem-se que o mundo social ou da vida é *intersubjetivo*, comum a todos os homens. Nesse mundo, o homem se relaciona e confere significado à sua ação.

A ação no mundo da vida é delineada como ação social quando o ator a direciona para outras pessoas, as quais ele vislumbra como seres conscientes (SCHÜTZ, 1972).

Schütz (1972), após fundamentar seu trabalho na intersubjetividade do mundo da vida, volta seu interesse para o estudo da ação social racional que se desenvolve no cerne desse ambiente. Para Banda (2004, p. 22) esse interesse é despertado na medida em que

...os fenômenos sociais que abarcam os atos humanos não podem ser compreendidos sem serem vistos como atividades humanas de criação, ou

seja, sem conhecer os propósitos para os quais estão sendo destinados, bem como sem refletir essas atividades aos motivos que as originaram. Pela teoria dos motivos pode-se aprofundar a teoria da ação humana.

Destaca-se que todas as considerações feitas acerca da ação social são condicionadas à racionalidade da mesma, ou seja, Schütz (1972) abordou fundamentalmente, segundo a classificação weberiana, a ação social orientada para objetivos. Isso se justifica por esse tipo de ação ser um resultado mais direto da intencionalidade da consciência, um dos pressupostos básicos da fenomenologia: toda consciência é consciência de algo (HUSSERL, 1988).

Para compreensão dessa ação social é necessário, primeiramente, conhecer o significado da expressão “possibilidades problemáticas”. Esse conceito relaciona-se com o ato da reflexão desenvolvida pelo homem antes de agir. Tal reflexão leva o homem a suspender sua atitude natural de aceitação perante o mundo, ele passa a perceber que é livre para decidir o curso de sua vida. Assim, o indivíduo projeta a sua ação no futuro, qual a melhor maneira de executá-la para alcançar o fim desejado. Nesse ponto, ele confronta-se com a dúvida entre as possibilidades existentes para a concretização de sua ação.

Destaca-se que as possibilidades problemáticas não são apenas possibilidades em aberto. As possibilidades problemáticas pressupõem contestação, ou seja, as opções se contradizem, cada uma delas tem uma solução diferente e oposta para a resolução de uma questão. Assim, cabe ao ator escolher livremente qual das possibilidades serão concretizadas. A liberdade confere à ação um caráter subjetivo. Aprofundando seus estudos sobre a projeção e liberdade de escolhas intrínsecas à ação social, Schütz (1972) verifica a existência de dois tipos de motivos presentes nessa ação, o “motivo para” e o “motivo porque” de sua execução.

Os “motivos para” geralmente evidenciam a existência de um projeto de vida do sujeito, uma projeção, ou seja, a ação está ligada a um plano de conduta. Esse plano é elaborado com base “no acervo de conhecimento ao nosso alcance”, fundamentado em experiências passadas semelhantes ao projeto atual.

Para Gorman (1979, p. 61):

Todos os motivos individuais “a fim de” são formas fragmentárias dentro de um plano preconcebido para toda vida. Esse projeto de vida nos fornece um critério para determinar subjetivamente a “melhor” escolha em determinadas situações. Em outras palavras, não existem projetos isolados. Todos os motivos “a fim de” e projetos a longo prazo são formados subjetivamente por cada ator livre.

Grande parte dos “motivos para” são projetados através de um processo de idealização particular baseada na idéia de “posso fazer isso novamente”. No mundo da vida utiliza-se do passado para construção de modelos que orientem o alcance dos fins desejados.

Ao se introduzir o passado na busca pelos “motivos para” encontram-se as manifestações dos “motivos porque” da ação social. Esses últimos são acontecimentos já concluídos na vida do ator social. Eles explicam certos aspectos da realização do projeto, portanto, têm uma realidade temporal voltada para o que já ocorreu.

Desse modo, os “motivos porque” constituem uma categoria objetiva acessível ao observador. Tais motivos constituem causas objetivas dos projetos humanos, livres e subjetivamente definidos.

Sob essa perspectiva, considera-se que a ação empreendedora constitui um projeto, trazendo em si os “motivos para” do sujeito empreendedor e quando realizada permite a atitude reflexiva desse mesmo sujeito, conduzindo o investigador aos “motivos porque” da ação. Assim, verifica-se que para Schütz (1979), a ação social desenvolvida no mundo da vida envolve motivação, racionalidade, planejamento, projeção, liberdade de escolha, e deliberação.

A partir dessa investigação da ação social, Schütz (1972) propõe a construção de tipos ideais, um enquadramento específico para dar relevo à diversidade dos fenômenos sociais. Esse tipo centra-se no processo da conduta da ação. A compreensão do tipo ideal deduz em uma forma característica do “motivo para” e o “motivo porque” de um ato manifesto através da identificação da meta e da justificativa constantemente objetivada para o ato.

Schütz (1972) constata que quando o ser humano se distancia de um “relacionamento Nós” com outro indivíduo, ocorre uma perda das características específicas desse outro. Nesse caso, o ser passa a construir linhas de ação que prescrevem o comportamento típico esperado, de atores típicos, em situações típicas.

Após essa tipificação, Schütz (1972) propõe ainda a tipificação de uma pessoa ideal para determinada conduta humana, ou seja, o autor acredita que é possível objetivar o processo de execução de uma ação e da pessoa que a realiza. Ambos os tipos são estreitamente ligados.

Os tipos ideais de pessoas são anônimos, ou seja, não importa quantas pessoas são categorizadas sob o tipo ideal, ele não corresponde a nenhuma delas em particular. Segundo o autor, foi exatamente isso que levou Weber a chamá-lo de “ideal” (SCHÜTZ, 1979, p. 221).

O tipo ideal em Schütz (1972) é elaborado a partir da vivência dos sujeitos. Segundo Jesus *et al.* (1998, p. 32) é o “tipo vivido cujo sentido é obtido num ato vivido. O tipo vivido concreto possibilita a compreensão das formas significativas de vivência e a compreensão significativa de uma subjetividade comum”.

Desse modo, observa-se que o tipo ideal é construído a partir da subjetividade da ação racional empreendedora visando investigar outras ações em um segundo momento. O tipo ideal fortalecido por sua natureza subjetiva-objetiva poderá ser

empregado para pesquisa de ações empreendedoras que se desenvolvem em situações típicas. Assim, na seqüência discute-se o emprego do tipo ideal na pesquisa acerca do empreendedorismo.

4. O Tipo Ideal na Pesquisa em Empreendedorismo

Schütz (1974, p. 85) utiliza o termo “títere” para qualificar o tipo ideal de Weber (1991), em função de o pesquisador poder criar, observar e analisar os seres humanos no cenário social que investiga. A análise do mundo social indica a origem da tipificação. Na vida diária, o homem tipifica as atividades humanas como meios adequados para lograr determinados efeitos, não como emanações da personalidade de seus semelhantes. Assim, o tipo ideal na pesquisa social é um quadro de análise utilizado para se esclarecer o problema para o qual foi construído.

Nos dizeres de Schütz (1972, p. 69) a relevância da construção de tipos ideais consiste no fato

...que a conduta dos indivíduos do mundo social real não é previsível, salvo antecipações vazias, a conduta racional de um tipo pessoal construído se supõe previsível por definição, dentro dos limites dos elementos tipificados na construção. Desse modo, o modelo de ação racional pode ser utilizado como recurso para se estabelecer uma conduta desviada no mundo social real e identificação das causas que levaram ao desvio de comportamento.

Dada à verificação da importância da construção típico-ideal para análise da conduta desviada, tem-se uma explicação de como elaborar um tipo ideal com o rigor necessário ao processo de produção do conhecimento científico.

Inicialmente, o esquema interpretativo típico-ideal, conforme definido por Schütz (1972), deve apresentar um tipo ideal de ação e um tipo ideal de pessoa, associados a uma situação típica. Além disso, precisa ser construído a partir dos motivos presentes na ação social, conforme discutido no tópico anterior. Assim, o pesquisador deve sempre considerar que o tipo ideal necessita de uma situação típica, ou seja, um meio social característico, como por exemplo: incubadoras de base tecnológica, universidades públicas, hospitais de pronto-atendimento, usinas nucleares, aeroportos, entre outros.

Após a identificação do meio típico, o pesquisador parte para a análise da ação social, visando constatar quais aspectos a torna típica, quando desempenhada por um sujeito típico. Essa investigação é pautada na subjetividade do sujeito da ação. Ressalta-se que o tipo ideal é válido somente para o estudo da ação racional orientada para fins específicos, isto é, a ação é direcionada por motivos “para” e “porque”, não sendo motivada apenas por crenças, valores ou emoções. Dessa forma, o tipo ideal é a junção de três aspectos típicos, sendo elaborado a partir da objetivação de dados obtidos em investigações que privilegiam a subjetividade.

Vale lembrar que o tipo vivido é anônimo, sendo um quadro de análise para o fenômeno, e não uma descrição exata das vivências.

Considerando esse aspecto anônimo do tipo ideal, o pesquisador passa a investigar a ação racional e o seu significado atribuído por um sujeito. Esse processo de análise de significado e motivos presentes na ação social racional pode ser feito através do método fenomenológico de pesquisa, posto que esse método centra-se no homem, especificamente na análise do significado e relevância da experiência humana. O ponto inicial da investigação fenomenológica é a compreensão do viver.

Desse modo, os dados analisados fenomenologicamente conduzem aos motivos presentes na ação social, sendo que esses podem ser coletados via entrevista semi-estruturada. A entrevista, na abordagem fenomenológica, não exige uma seqüência de passos, mas um posicionamento do pesquisador frente ao fenômeno, orientado para o desvelamento do significado do mesmo. Carvalho (1991) propõe que em uma entrevista baseada em referencial fenomenológico, o pesquisador adote os seguintes princípios:

- a) observar e analisar sem estar restrito a um enfoque causal;
- b) interpretar compreensivamente a linguagem, visualizando-a como um veículo de transmissão de significados;
- c) captar os movimentos corporais do entrevistado, posto que o corpo também pode revelar aspectos relevantes sobre o ser.

A escolha da realização de entrevistas se deve ao conceito de situação face a face abordado por Schütz (1972), na qual os seres experienciam o fluxo de pensamento um do outro. Simão e Souza (1997) afirmam que parte da orientação para se executar uma entrevista fenomenológica refere-se ao estabelecimento da intersubjetividade, na busca pelo “encontro social”, no qual ocorre a troca mútua de percepções.

Para Schütz (1972) é se colocar no lugar do “outro”, estabelecendo o “relacionamento Nós”. Logo, focalizando as experiências conscientes dos sujeitos de pesquisa, tenta-se chegar ao típico da sua ação.

Para a análise dos dados coletados através de entrevistas, pode-se empregar o método fenomenológico de Sanders (1982), fundamentado na redução fenomenológica. Essa análise fenomenológica conduz aos motivos da ação empreendedora, podendo ocorrer a partir da observância dos seguintes procedimentos:

1. Descrição do fenômeno tal qual está apresentado na transcrição das entrevistas.
2. Identificação do temas que emergem dos relatos. O que identifica um tema é sua importância e centralidade, e não a frequência com que aparece no discurso.

Ressalta-se que a fenomenologia permite a identificação *do dito pelo não dito*, ou seja, a temas que podem ser inferidos pelo pesquisador.

3. Junção dos temas em unidades de significação que irão caracterizar a estrutura significativa do fenômeno.

Sanders (1982) ressalta que todo o processo de análise dos dados deve ser pautado na execução da redução fenomenológica ou *epoché*. Essa consiste na busca do fenômeno livre de traços pessoais e culturais, o que levará à obtenção da essência.

Segundo Merleau-Ponty (1994), a redução se dá não para nos afastarmos do mundo em direção à consciência, ao eu puro, mas sim porque sendo do mundo o temos como tão “evidente” e real, que ele acaba por passar sem ser notado. A redução atribui validade à metodologia fenomenológica, pois prevê uma redução da ação do pesquisador e sua vivência na análise dos dados. *Ou seja, garante que os motivos da ação empreendedora sejam provenientes dos dados e não de sua opinião, vontade, pré-concepções.*

Uma vez verificado os motivos presentes na ação, ocorre a construção típico-ideal. Tal processo se dá através da cristalização dos motivos recorrentes nos significados atribuídos pelos agentes à sua ação, somados aos motivos que emergiram de forma implícita ao pesquisador, pois a fenomenologia permite a análise do dito pelo não dito. Tal cristalização deve obedecer aos três postulados estipulados por Schütz (1972), descritos a seguir:

1 – Postulado da Coerência Lógica - o sistema de construções ideais elaborado pelos pesquisadores deve ser estabelecido com o mais alto grau de clareza e nitidez, estando totalmente compatível com os princípios da lógica formal. Garante validade ao resultado.

2 – Postulado da Interpretação Subjetiva – a base para a construção de tipos ideais objetivos deve sempre estar na subjetividade do sujeito, pois confere legitimidade ao tipo. O cumprimento desse postulado garante a possibilidade de referir todos os tipos de ação humana ou seu resultado ao sentido subjetivo que tal ação ou resultado de uma ação tem para o ator.

3 – Postulado da Adequação - um modelo científico de ação humana deve ser construído de tal modo que estabeleça vínculo cognitivo com a realidade social. Assim, fica a garantia da compatibilidade entre as construções do pesquisador e as experiências do sentido comum na realidade social.

Assim, o tipo ideal é construído a partir da objetivação de motivos presentes no significado subjetivo que os sujeitos atribuem a sua ação. No caso do empreendedorismo, essa metodologia poderá ser empregada no processo de análise da ação empreendedora desempenhada em diferentes ambientes típicos.

O tipo ideal tornará possível compreender em que aspectos um empreendedor se diferencia do parâmetro estipulado. Esse tipo de estudo poderá ainda contribuir para

a consolidação da epistemologia do empreendedorismo, em face de sua metodologia de análise subjetivo-objetivo.

5. Considerações Finais

Na parte introdutória desse trabalho, apresentou-se o objetivo de propor o emprego do tipo ideal construído por Schütz (1972; 1974; 1979) como alternativa metodológica para a pesquisa em empreendedorismo. Nesse sentido, contextualizou-se a pesquisa em empreendedorismo na atualidade, assim como suas implicações metodológicas. No mais, realizou-se uma breve explicação dos fundamentos e processo de elaboração do tipo ideal, evidenciando toda sua natureza subjetiva. Por fim, estabeleceu-se uma relação entre tipo ideal e pesquisa em empreendedorismo, alcançando o objetivo proposto, concluindo que o tipo ideal de empreendedorismo é a junção de tipo ideal de ação executada por um tipo ideal de empreendedor em uma situação típica, podendo ser empregado como quadro de referência na pesquisa em empreendedorismo.

Em outras áreas do saber já ocorre o emprego da metodologia típico-ideal. Na economia tem-se o trabalho elaborado por Von Mises (1986) que busca compreender a ação humana na dinâmica econômica; na administração tem-se a proposta de Weber (1991), ou seja, o tipo ideal de burocracia; na enfermagem têm-se estudos de base típico-ideal na tentativa de compreender o ato de cuidar; na sociologia o tipo ideal se fortalece como meio de pesquisa capaz de possibilitar a compreensão do comportamento em ambientes sociais definidos.

Nesse cenário, o tipo ideal só tem a contribuir para as pesquisas acerca do fenômeno empreendedor. Ressalta-se que a metodologia típico-ideal, apesar de propor a objetivação de seus resultados, é essencialmente subjetiva, na medida em que parte do significado que a ação social racional apresenta para o homem. Assim, o tipo ideal, ao ser empregado no estudo do empreendedorismo, irá contribuir para o avanço das pesquisas compreensivas sobre esse objeto. Isso será de suma importância, pois se verificou, no limite dessa investigação, que as pesquisas de caráter explicativo se sobressaem em termos de volume de produção em relação às pesquisas de cunho compreensivo. E como essas são duas vertentes que apresentam igual relevância para a consolidação da epistemologia do empreendedorismo, o tipo ideal poderá gerar um aprofundamento dos trabalhos que buscam a compreensão do fenômeno empreendedor.

Dessa forma, o esquema interpretativo típico-ideal do empreendedorismo poderá ser empregado em estudos vindouros como um modelo de referência, ou seja, um método de análise validado pela redução fenomenológica. Porém, ressalta-se que o *tipo ideal é um comportamento esperado, não uma regra perfeita a ser seguida*. É um instrumento para estudo de comportamentos que se

desviam do esperado e não uma forma *correta de ser empreendedor* ou desenvolver uma ação.

Portanto, o tipo ideal poderá constituir num instrumento para compreensão aprofundada da realidade empreendedora, uma vez construído a partir da objetivação de vários significados subjetivos. Na qualidade de típico, torna-se possível buscar compreender em que aspectos um empreendedor e sua ação se diferenciam do modelo estipulado. Esse tipo de estudo poderá ainda contribuir para a consolidação da epistemologia do empreendedorismo, em face de sua metodologia de análise traçar um intercâmbio entre aspectos subjetivos e objetivos.

Referências Bibliográficas

- BANDA, M. Z. **Compreensão típico-ideal da prática profissional do enfermeiro em hospitais públicos**. Ribeirão Preto, 2004. Tese (Doutorado) USP.
- BJERKE, B. **Understanding entrepreneurship - a new direction in research?** Stockholm University, 2000.
- BOAVA, D. L. T. **Estudo sobre a dimensão ontológica do empreendedorismo**. Londrina, 2006. Dissertação (Mestrado), UEL.
- BRAGA, J. N. P. **O Empreendedorismo como instrumento de desenvolvimento**. O programa IES/SOFTEX. Salvador, 2003. Dissertação (Mestrado), UFBA.
- CANTILLON, R. **Essai sur la nature du commerce en général**. London: Fetcher Gyler, 1755. In Éditions Weltanschauung: Montreal, 2003. Disponível em <<http://www.innovatique.com/welt/html/cantillon.PDF>> Acesso em 04 de junho de 2006.
- CARVALHO, A. S. *Metodologia da entrevista: uma abordagem fenomenológica*. Rio de Janeiro: Agir, 1991.
- CASSON, M. C. **The entrepreneur: an economic theory**. Oxford: Martin Robertson, 1982.
- COLLINS, O.; MOORE, D. **The enterprising man**. East Lansing: Michigan State University, 1964.
- CRABTREE, B. F.; MILLER, W. L. Primary care research: a multimethod typology and qualitative road map. In: CRABTREE, B. F.; MILLER, W. L. **Doing qualitative research**. London: Sage, 1992.
- DILTHEY, W. **The construction of the historical world in the human sciences**. Stuttgart: Teubner, 1958.
- DOLABELA, F. *Oficina do Empreendedor*, São Paulo: Cultura, 1999.
- EHRICH, L. Revisiting phenomenology: its potential for management research. In: **Proceedings challenges or organisations in global markets**. British academy of management conference. Saïd Business School, Oxford University, 2005.
- FERREIRA, J.A. **Formação de empreendedores: proposta de abordagem metodológica tridimensional para a identificação do perfil do empreendedor**. Florianópolis, 2003. Dissertação (Mestrado), UFSC.

- FILION, L. J. O planejamento do seu sistema de aprendizagem empresarial: Identifique uma visão e avalie o seu sistema de relações. **Revista de Administração de Empresas**, FGV, São Paulo, jul/set.1991.
- GIL, A. C. O método fenomenológico na pesquisa em administração. São Caetano do Sul: **Caderno de pesquisa pós-graduação IMES**, v. 4, n. 8, p. 33-42, 2003.
- GORMAN, R. A. *A visão dual*: Alfred Schütz e o mito da ciência social fenomenológica, Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.
- GUBA, E. C. **The paradigm dialog**. California: Newbury Park, 1990.
- HUSSERL, E. **Investigações lógicas**: sexta investigação (elementos de uma elucidação fenomenológica do conhecimento). São Paulo: Nova Cultural, 1988.
- JESUS, M. C. P.; PEIXOTO, M. R. B.; CUNHA, M. H. F. O paradigma hermenêutico como fundamentação das pesquisas etnográficas e fenomenológicas. **Revista Latino-Americana de Enfermagem**, Ribeirão Preto, v. 6, n° 2, p. 29-35, abril 1998.
- KETS DE VRIES, M. **The Entrepreneurial Personality**: organizational paradoxes. Tavistock Publications Ltda, London, 1980.
- KIRZNER, I. M. **Competition and entrepreneurship**. Chicago. University of Chicago Press, 1973.
- KNIGHT, F.H. **Risk, uncertainty and profit**. Boston: Hart, Schaffner & Marx; Houghton Mifflin Company, 1921. Disponível em <<http://www.econlib.org/library/Knight/knRUP.html>> Acesso em 04 jan. 2006
- MARSHALL, A. **Princípios de economia**. São Paulo: Abril. 1982.
- MCCLELLAND, D. **The achieving society**. New York: VanNostrand, 1961.
- MERLEAU-PONTY, M. **Fenomenologia da percepção**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.
- MILL, J. S. **Princípios de economia política**. São Paulo: Nova Cultural, 1986.
- MINER, J. B. **Os quatro caminhos para o sucesso empresarial**: como acertar o alvo no mundo dos negócios. São Paulo: Ed Futura, 1998.
- NICKLES, U. T. **Ejercicio de construcción de un ideal-tipo de la vida social**: El caso del emprendedor. Cinta de Moebio No. 12. Diciembre, Universidad San Sebastián, Chile, 2001.
- PAIVA JÚNIOR, F. G. **O empreendedorismo na ação de empreender**: uma análise sob o enfoque da fenomenologia sociológica de Alfred Schütz. Belo Horizonte, 2004. Tese (Doutorado), UFMG.
- RAY, D.M. Understanding the entrepreneur: entrepreneurial attributes, experience and skills. **Entrepreneurship & regional development**, n.5, v.4, p. 345-357, UK, 1993.
- SANDERS, P. **Phenomenology**: a new way of viewing organizational research. *Academy of management review*, vol. 7, n° 3, p. 353-360, 1982.
- SAY, J. B. **Traité d'économie politique**: ou simple exposition de la manière dont se forment, se distribuent ou se consomment les richesses. Paris, 1803. In TREMBLAY, J.M. Quebec, 2002. Disponível na internet: <http://www.uqac.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/classiques/say_jean_baptiste/traite_eco_pol/Traite_eco_pol_Livre_1.pdf> Acesso em 04 de junho de 2006.

- SCHÜTZ, A. **Fenomenologia del mundo social**: introducción a la sociología comprensiva. Buenos Aires: Paidós, 1972.
- SCHÜTZ, A. **Estudios sobre teoría social**. Buenos Aires: Amorrortu, 1974.
- SCHÜTZ, A. **Fenomenologia e relações sociais**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.
- SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- SIMÕES, S. M. F.; SOUZA, I. O. Um Caminhar na Aproximação da Entrevista Fenomenológica. **Revista latino-americana de enfermagem**. Ribeirão Preto, v, 5 nº 3, p. 13-17, julho, 1997.
- SMIH, A. **A riqueza das nações**: investigação sobre a sua natureza e suas causas. São Paulo: Nova Cultural, 1985.
- THIRY-CHERQUES, H. R. Programa para aplicação às ciências da gestão de um método de caráter fenomenológico. In: VIEIRA, M. M. F; ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração**. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.
- TIMMONS, J. A. **The entrepreneurial mind**. Andover: Brick House Publishing, 1989.
- VON MISES, L. **La acción humana**. Tratado de Economía. Unión Editorial. Madrid. 1986.
- VON WRIGHT, G. H. **Explaining and understanding**. London: Routledge & Kegan Paul, 1971.
- WEBER, M. **Economia e sociedade**: Fundamentos da Sociologia Compreensiva Brasília, DF: Editora da Universidade de Brasília, 1991.