Quem é o jovem empreendedor que estuda Ontopsicologia

Elisandro Elias Ubatuba[1]
Adriane M. M. Mendes[2]

RESUMO: Existe um jovem que se evidencia através do estudo da Ontopsicologia e que vem obtendo resultados. Este artigo é produto da pesquisa realizada com 20 jovens empreendedores que fazem sua formação pessoal e profissional utilizando os instrumentos da escola ontopsicológica. A metodologia escolhida para o objetivo da pesquisa foi um questionário elaborado com fins exclusivos a esta. Os resultados mostram que estes jovens têm maturidade, autonomia, autoconhecimento e ocupam cargos de liderança em sua área de atuação. Conclui-se que para os sujeitos pesquisados, a vigilância do miricismo cotidiano através de um coerente estilo de vida é um ponto discriminante no alcance de seus objetivos pessoais e profissionais.
Palavras-chave: jovem empreendedor; estilo de vida; Ontopsicologia.

Who is the young entrepreneur that studies Ontopsychology

ABSTRACT: There is a young that show up through the study of Ontopsychology and that is getting results. This article is the product of research carried out with 20 young entrepreneurs who make their personal and professional training using the instruments of ontopsychologic school. The methodology chosen for the purpose of the research was a questionnaire drawn up with exclusive purposes. The results show that these young have maturity, independence, self-knowledge and occupy leadership positions in their area of expertise. It is concluded that to subject researched the *miricismo* everyday's vigilance through a coherent lifestyle is a discriminant point to achieve their personal and professional goals.
Key-words: young entrepreneur; lifestyle; Ontopsychology

1 Introdução

Em razão do estímulo que a ação empreendedora gera na sociedade, um grande número de trabalhos foi feito procurando conhecer o perfil dos empreendedores, quais são seus conhecimentos, habilidades, atitudes e competências, como afirma Greatti (2000). Ainda segundo o autor, afora esses, os fatores psicológicos, econômicos e sociais, além da biografia e estilo de vida, são também estudados para verificar sua relação com a atividade empreendedora de líderes e gestores.

---

[1] Graduado em Ciências Atuariais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
[2] Graduada em Psicologia pela Universidade do Sul de Santa Catarina, Doutora em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina, Pós-Graduada em Ontopsicologia pela Universidade Estatal de São Petersburgo (Rússia).

Dentre esses empreendedores é possível verificar uma série de jovens que já constituíram seus próprios negócios ou atingiram altos postos de trabalho gerencial em empresas de diversos segmentos e tamanhos. Contudo, boa parte desses jovens empreendedores não é atenta a aspectos como o excesso de informação, o biologismo, o idealismo crítico, consumismo e sexo (MENEGHETTI, 2013) e acabam por fazerem escolhas não úteis e funcionais ao seu projeto de vida, deformando a própria consciência e passando a ter uma existência frustrada em todos os aspectos de sua vida.

Em contraponto, existe um jovem que se evidencia através do estudo da Ontopsicologia e que vem obtendo resultados. Esses jovens utilizam a ciência ontopsicológica como ferramenta de formação de uma nova inteligência empreendedora individuada, buscando ter o protagonismo de sua vida e tornando-os efetivos operadores de progresso social.

Assim, o objetivo desta pesquisa foi conhecer quem é este jovem empreendedor que estuda Ontopsicologia, verificando sua biografia, seu estilo de vida, suas competências empreendedoras e as aplicações da Ontopsicologia em sua existência, traçando um perfil especifico deste jovem que emprega de forma prática esta ciência em sua vida e relacionando os resultados aos conceitos da ciência ontopsicológica.

2 Fundamentação Teórica

2.1 O jovem na sociedade contemporânea: como é visto

Todos os jovens, em todas as culturas e incessantemente na história, atravessam a turbulenta fase de transição à vida adulta, onde confrontam-se com novos desafios tais como “responder em primeira pessoa pelos seus atos, ter nas próprias mãos o seu destino, realizar uma atividade gratificante para a própria subsistência e viver em comunidade” (PETRY, A. et al., 2011, p. 18). Ainda segundo os autores:

> O jovem sadio tem como característica uma tensão constante, uma insatisfação não atribuível a causa alguma, um sentimento de estranheza incomunicável; é a nostalgia de uma parte de si mesmo que está distante e que deve ser reencontrada na existência que se está construindo; é a busca pela própria identidade: “quem sou?”,

> "como devo viver", "para onde devo ir?", "como fazer da minha existência uma viagem de valor?". (PETRY, A. et al,, 2011, p. 18).

O potencial do jovem é algo de belo. Contudo, como ainda é potencial, deve ser concretizado historicamente e, para tanto, a contemporaneidade de temas como formação e preparação do jovem para o desenvolvimento de sua vida e da sociedade se apresentam com grande importância (PREGADIER, 2011).

Na sociedade contemporânea, ao invés do jovem se preocupar com estas duas linhas mestras supracitadas, a exposição à realidade de uma gama diversa de atrativos como a bajulação dos familiares, a admiração dos que o circunda, uma vida sexual ativa em idade muito precoce para não ser "diferente" dos demais e o uso de estratégias para obter junto a seus familiares (pais, avós, etc.) recursos financeiros para saciar o seu desejo de consumo, fazem com que ele permaneça despreocupado com seu próprio futuro (ROCCO, 2006). Estes nada mais são que três pontos que Meneghetti (2013) detalha como desvios da juventude mundial: a sexomania, o biologismo e o consumismo, sendo os dois últimos comportamentos-base regressivos que estandardizam uma consciência incapaz de fazer autóctise[3] histórica.

No biologismo ocorre uma ênfase excessiva do corpo, onde se cuida e se exalta este com os prazeres que lhe são conexos (sexo, segurança, não trabalho, comodidade, cremes, férias, estar junto a outros jovens, etc.), podendo manifestar-se em biologismo como corpo (perda da dimensão de crescimento pessoal através da celebração corpórea) ou biologismo familístico (ciclo biológico, onde o jovem deve tornar-se adulto para constituir uma família, ter filhos, educá-los conforme a sociedade e depois basta). No consumismo, os jovens, fazendo tudo para ter a mais alta imagem de *status symbol*, fazem e ativam o consumismo que, no fim, os torna primeiro objeto de mercado do consumismo capitalístico. Já na sexomania, conceituada pelo autor como um dos vícios mais difundidos entre os jovens, vê-se que o sexo é bem falado mundialmente e aconselhado de todos os modos aos jovens, de tal maneira que quem faz sexo é superior e sadio e a consequência é o condicionamento

[3] Autóctise: processo histórico de escolhas existenciais que fazem a resultante da evolução e da situação pessoal. (MENEGHETTI, 2001, p. 19)

destes por toda a vida (precocidade de filhos, de prostituição de si mesmos e ainda com predisposição a várias doenças).

Nas palavras de Meneghetti (2013), “substancialmente, *o jovem evita a tarefa e o sacrifício de construir a si mesmo, observando os erros dos adultos”* (p. 58, grifo do autor). Dito isso, afora os aspectos supracitados, o adolescente ou jovem, entre a idade de 12 a 19 anos, entra num estado de rebeldia e, acima de tudo, de criticismo em relação àqueles que antes eram tidos como seu exemplo (pais, professores, etc.) por meio da observação de suas limitações, criando dentro de si um consciente perfeccionismo de poderem agir no amanhã (MENEGHETTI, 2013). Se por um lado consegue ver quais podem ser as fraquezas e estereótipos dos adultos que os rodeiam através da capacidade crítica que possuem, por outro, em razão da crença sem restrições de tudo que se encontra no Google, o jovem é suscetível aos mesmos desvios vistos nos adultos circundantes (Petry, A. et al., 2011). A luz do mundo digital vivido na atualidade, onde Internet, *Matrix* e Wikipédia são as novas referências da juventude, é fácil olvidar-se da própria realidade e da necessidade de construir uma verdadeira e concreta história de vida (Petry, A. et al., 2011).

2.2 Perspectiva Ontopsicológica e o jovem

Como ponto de partida da perspectiva ontopsicológica do jovem, Meneghetti (2005, p. 343) conceitua-o como “quem tem íntegro o potencial de poder dar evolução biológica, funcional, estética, carismática e, portanto, de liderança como ‘top líder’”. Diante disso, o jovem não pode ser restrito a uma faixa etária precisa, pois essencialmente nele se faz ainda mais presente a relação ativa entre o Em Si ôntico e o Eu lógico-histórico.

Estabelecendo didaticamente etapas de desenvolvimento do jovem, Meneghetti (2013) afirma que após passar pelas fases de realização físico-biólogico-psíquica (até os seis anos de idade), de maturação psicorracional (formação da consciência entre seis e 14 anos) e de máxima virtualidade e fertilidade intelectiva (dos 14 aos 24 anos), entre os 24 e 34 anos o sujeito atinge a plenitude para a visão ôntica onde substancialmente realizou o pleno de saúde, economia, liberdade e ambição. Ainda segundo o autor, depois dos 34 anos, atua-se a metempsi, ou seja, a visão ôntica, onde o sujeito compreende e vê a transfiguração da existência no ser (Meneghetti, 2013).

Após os 24 anos, o potencial ou possibilidade prevista no habitat do indivíduo distinto (Meneghetti, 2001) é exercido em ato; não é apenas energia, força ou pulsão, mas concretude de realizações comprovadas pelos resultados obtidos pelo sujeito e a ampliação de sua identidade.

Para alcançar esse objetivo, segundo Andreola (2003) faz-se necessária uma formação pedagógica acurada voltada à lógica ôntica para que o potencial do jovem seja investido em reforço e realização de si, realizando assim também o interesse público; essa formação é realizada mediante a aplicação da técnica ontopsicológica para produzir autóctise histórica através da metanoia[4]. Primeiro, é necessário mudar o Eu, pois ele se baseia e reflete um real que não é (Meneghetti, 2010).

Concomitantemente a isso, o jovem, em sua formação, deve procurar escolher aquilo que lhe é mais útil, funcional e que amplia sua identidade dentre as escolhas possíveis em seu contexto. Isso nada mais é o que Meneghetti (2005) definiu como critério ôntico: fazer a cada dia, a cada momento, aquilo que é utilitarismo funcional à identidade que se é. As conquistas devem ser ininterruptas e em progressão (SPANHOL, 2011) e, tendo realizado a ação otimal, o jovem já deve dar início a uma nova ação.

Se deseja buscar a liderança de sua vida, o jovem, constatando uma capacidade superior em si e individuando um escopo, deve buscar os três meios substanciais e existenciais da personalidade de liderança: a formação cultural, a transcendência de estereótipos e o conhecimento do inconsciente. Segundo Meneghetti (2008) a formação cultural se articula nos aspectos de cultura geral, cultura específica e experiência nas relações diplomáticas. Na transcendência dos estereótipos, o jovem necessita buscar uma maturidade capaz de transcender os comportamentos caracteriais aprendidos de fora de si. Por fim, o conhecimento ontopsicológico como terceiro aspecto de uma preparação global da unidade de ação é peça fundamental para o desenvolvimento do jovem.

O inconsciente age ainda que não o conheçamos, pois é quântico de vida. Segundo Chikota (2007), sem o conhecimento do inconsciente inicia-se um evento complexual denominado autossabotagem, que significa obter

---

[4] Metanoia: Variação radical de comportamento para identifica-lo à intencionalidade do Em Si. (MENEGHETTI, 2001, p. 107)

resultados não condizentes ao escopo, devido à ignorância de si mesmo, do próprio inconsciente. Neste evento, em vez de seguir seu egoísmo vital e buscar a situação otimal, o sujeito repete comportamentos aprendidos durante a infância e que se tornaram hábitos não funcionais,, quando deveria atualizar seu comportamento à intencionalidade do momento. As convicções absolutistas formalizadas por estes complexos no inconsciente são as primeiras estruturas que remetem a autossabotagem, privando o indivíduo da própria potencialidade (MENEGHETTI, 2009a). Para evadir da autossabotagem, portanto, é necessária constante metanoia.

2.3 Jovem empreendedor e estilo de vida

Segundo Gomide (2009), “em 2008, pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mostrou que estamos na 13ª posição do ranking mundial de empreendedorismo, com uma média de 12 a cada 100 brasileiros realizando alguma atividade empreendedora”. É um número bastante expressivo, se pensarmos, por exemplo, que na Sicília (Itália), onde faz-se presente a cultura “Made in Italy”, reconhecida mundialmente pela qualidade dos produtos elaborados de modo artesanal, estima-se que 10% da população tenha seu próprio negócio (FOIL, 2013).

Os jovens empreendedores da atualidade buscam a liberdade, além de sucesso. A capacidade de inovação e a autonomia para gerenciarem o tempo em prol da evolução dos seus negócios são alguns exemplos de fatores que pesam na decisão de montarem uma empresa (Iopen Desenvolvimento Empresarial). Segundo Gomide (2009), é conhecida a criatividade e determinação do jovem empreendedor brasileiro para obter o destaque desejado no mercado competitivo, onde ele encontra-se atento a evolução dos negócios.

No site da Iopen Desenvolvimento Empresarial afirma-se que, de forma geral, os jovens empreendedores apresentam o seguinte perfil:

> **São motivados pelos desafios:** admiram grandes soluções para grandes problemas;
> **Visam impactar a vida das pessoas:** gostam de ideias inovadoras que contribuem com a sociedade;
> **Compartilham informações:** são mais abertos a captarem e distribuírem informações para todo mundo.

> **Dominam tecnologias:** são pioneiros em negócios tecnológicos, principalmente os que envolvem a internet;
> **São dinâmicos:** tornam-se mais aptos para o mercado devido a flexibilidade de suas decisões e objetivos;
> **São precoces:** começam seus negócios na adolescência fazendo o que mais gostam.

A palavra “empreendedor” (entrepreneur), de origem francesa, é utilizada para descrever alguém que possui, primariamente, a necessidade de fazer coisas novas, de produzir novidades. (MATOS, SOUZA e HARIZ). Pacheco e Neto (apud Pacheco, 2002), afirmam que o empreendedor não é aquele que necessariamente abre um negócio, e sim a pessoa que se propõe a mudar, a buscar oportunidades e melhorias e tem vontade de aprender. Sendo assim, podemos caracterizar o jovem empreendedor que estuda Ontopsicologia como aquele que busca aplicar esta ciência integralmente em sua vida para crescer, englobando desta forma o seu negócio, seja como gestor, seja como dono. Além disso, quando atuam o comportamento empreendedor, os jovens se desenvolvem no âmbito de suas profissões e ampliam suas possibilidades de escolha (Brasil, 2013).

Para ingressar no mundo do trabalho, Meneghetti (2009b) afirma que o jovem deve ter como base os três pontos: i) a base econômica, que é a liberdade, a autonomia e o direito de ser como se é; ii) a liberdade legal, onde se deve estar atento para que suas ações sejam sempre corretamente legais em vista das leis de seu espaço de atuação; iii) as pessoas de apoio, que devem ser cultivadas de modo que se sintam importantes e que forneçam a melhor consultoria sobre os pontos que lhe interessa. Cabe ressaltar que, sobre o aspecto da base econômica, Meneghetti (2013) coloca ser primário o jovem chegar a uma posição de autossustento, pois sem ela a liberdade interior é inacessível. Em relação ao aspecto legal e as pessoas de apoio, Santos (2013) cita uma pesquisa realizada pela UMESP em 2006 que aponta que:

> O jovem empreendedor brasileiro ainda encontra no país um ambiente favorável à inovação, mas frequentemente se depara com inimigos antigos como a burocracia, a dificuldade em contatar profissionais qualificados e problemas relacionados à disciplina e organização.

Ao lado da experiência profissional vivida, faz-se necessário manter um estilo de vida adequado pelos jovens empreendedores através da constante

atenção ao miricismo cotidiano. O miricismo cotidiano são as pequenas coisas feitas no dia-a-dia: onde, como e com quem se dorme; o que, como, com quem e onde se come; quais roupas uso em determinada ocasião; como faço minha higiene pessoal, que produtos uso, quando faço; como e quando organizo minha casa; que assunto e com quem falo. Como aponta Meneghetti (2011) “para chegar às grandes coisas, antes se devem aperfeiçoar as pequenas” (MENEGHETTI, 2011, p. 254). A contínua manutenção de um estilo de vida “é uma garantia para manter incessante a própria meta do miricismo cotidiano, com atitudes e comportamentos proporcionais à própria dimensão e conquistas sempre em evolução gestáltica” (CHIKOTA, 2007, p. 181).

3 Metodologia

Partindo da premissa que o estudo objetivou conhecer o perfil do jovem empreendedor que tem o diferencial do conhecimento ontopsicológico, fez-se necessário acrescentar dados empíricos que possibilitaram traçar este perfil. Sendo assim, este artigo se trata de uma investigação dos aspectos frequentemente presentes no estilo de vida dos jovens empreendedores que possuem conhecimento ontopsicológico, ou seja, buscou-se saber quem é esse que estuda essa ciência.

Do ponto de vista de sua natureza, a investigação pode ser classificada como uma pesquisa aplicada, pois “objetiva gerar conhecimentos para aplicação prática e dirigida à solução de problemas específicos” (SILVA e MENEZES, 2005, p. 20).

Vergara (1998) diz ser possível realizar o tratamento dos dados quantitativa e qualitativamente no mesmo estudo. Dito isto, em relação à forma de abordagem do problema, o trabalho realizado classifica-se como uma pesquisa quantitativo-qualitativa, pois além dos dados levantados juntos aos jovens requererem o uso de recursos e de técnicas estatísticas para serem analisados, esses devem ser codificados para serem apresentados de forma mais estruturada.

Do ponto de vista de seus objetivos (SILVA e MENEZES, 2005) a investigação classifica-se como exploratória, pois visa proporcionar maior

familiaridade com o perfil dos jovens empreendedores e descritiva, visto que intenciona descrever as características dos jovens empreendedores que estudam Ontopsicologia.

Os dados levantados para a realização desta pesquisa foram obtidos pela aplicação de um questionário composto por 40 questões objetivas e subjetivas, elaborado a partir do questionário utilizado por Andreola (2003) e adequado para atender os objetivos desta investigação a 20 jovens empreendedores de diversos estados, com faixa etária de 19 a 34 anos e que estudam Ontopsicologia. Após a elaboração do questionário foi realizado um estudo piloto com dois sujeitos compatíveis com a amostra de interesse, sendo então incorporadas suas sugestões e feitas as devidas correções e melhorias. Aqui, definimos como empreendedores os jovens que possuem a sua própria empresa ou atuam como gestores em uma empresa.

O questionário foi disponibilizado no ambiente de Google Docs para garantir o anonimato dos respondentes. No total foram enviados 47 convites de participação na pesquisa sendo assim obtida uma taxa de retorno de 42,6%.

4 Resultados

4.1 Características biográficas dos entrevistados

A amostra foi composta de um grupo de 20 jovens empreendedores que estudam Ontopsicologia, sendo 9 (nove) homens e 11 (onze) mulheres, com faixa etária de 19 a 34 anos. A média de idade dos entrevistados foi de 29 anos, com uma mediana de 30,5 anos (gráfico 1). Quanto ao local de nascimento, metade do grupo era nato no Rio Grande do Sul, seis em Santa Catarina e os demais em outros quarto estados do Brasil (gráfico 2). Isso pode ser explicado pelo fato de que o fundador da Ontopsicologia, Antonio Meneghetti, ter desenvolvido um maior número de atividades nestes dois estados durante os anos em que trabalhou o Brasil.

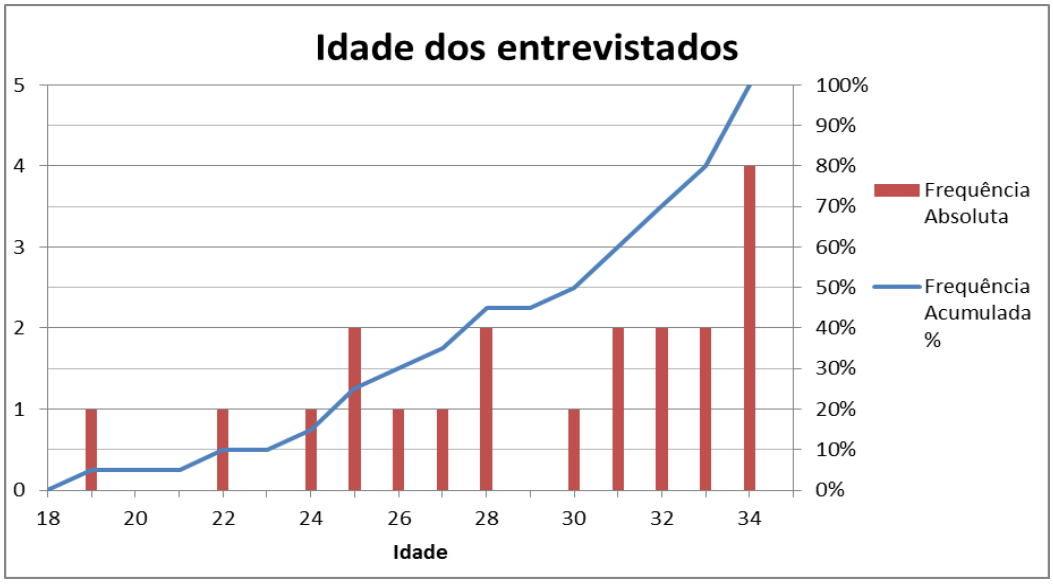

Gráfico 1: Distribuição de frequência das idades dos entrevistados.

Gráfico 2: Naturalidade dos entrevistados.

Não podemos afirmar que existiu um predomínio de uma ou outra ordem de genitura entre os jovens empreendedores que estudam Ontopsicologia, mas podemos afirmar que nesta pesquisa, os primogênitos, em relação à ordem de nascimento dentro de sua família, formaram a maioria que se disponibilizou a colaborar com a pesquisa.

Dos 20 respondentes, 18 eram solteiros, uma era casada e uma divorciada, sendo ainda que 19 deles não possuía filho. Em análise a estes fatos foi possível identificar que estes jovens fugiram do padrão de estereotipia

biológico-familiar apontada por Meneghetti (2013), tendo outros objetivos existenciais no momento atual de suas vidas, tanto é que 30% deles responderam que pensam em ter um filho em algum momento de sua vida e outros 35% que talvez tenham filhos.

Dos pesquisados, 20% possuía escolaridade de ensino médio ou superior; os demais possuíam nível de especialização, mestrado ou doutorado. Esse dado demonstra coerência com a faixa etária estudada, visto que se têm indivíduos com idade de iniciar a faculdade e outros que possuem idade que permitem já terem obtido um nível de formação intelectual maior.

A área de atuação da amostra estudada era diversificada, com profissionais que exercem suas atividades em áreas como administração, arquitetura, design, direito, estética, marketing, moda, tecnologia da informação, entre outros. A função exercida por estes jovens era 100% ligada ou a cargos gerenciais, como de coordenação, gestão e direção, ou a liderança da empresa, o que confirmou que nossa amostra corresponde a um universo de jovens empreendedores.

Questionados sobre qual pessoa mais admirava na sua infância e/ou adolescência, 14 jovens apontaram uma pessoa da família como maior admirado, sendo que seis entrevistados indicaram o pai (que foi a pessoa mais indicada) como sendo essa pessoa; destes, cinco foram homens. No que concerne aos valores mais importantes que a família passou durante a vida, o valor apontado com maior frequência em primeiro lugar foi o quesito família, com quatro respostas, seguido de coragem e sucesso, com três. Importante salientar que todas as quatro respostas para o quesito família foram dadas por mulheres (gráfico 3), enquanto que todas as três respostas para o item sucesso foram dadas por homens (gráfico 4). No tocante ao valor mais importante repassado às mulheres, o resultado observado demonstra o quão forte ainda é o estereótipo família em nossa sociedade, onde para as mulheres é quase mandatório perpetuar aquela família, aquele gene, aquela sociedade. Em relação aos homens, o típico aspecto do mundo masculino de que o filho tem que ser um vencedor é a provável causa de ter-se obtido um terço das respostas como sucesso.

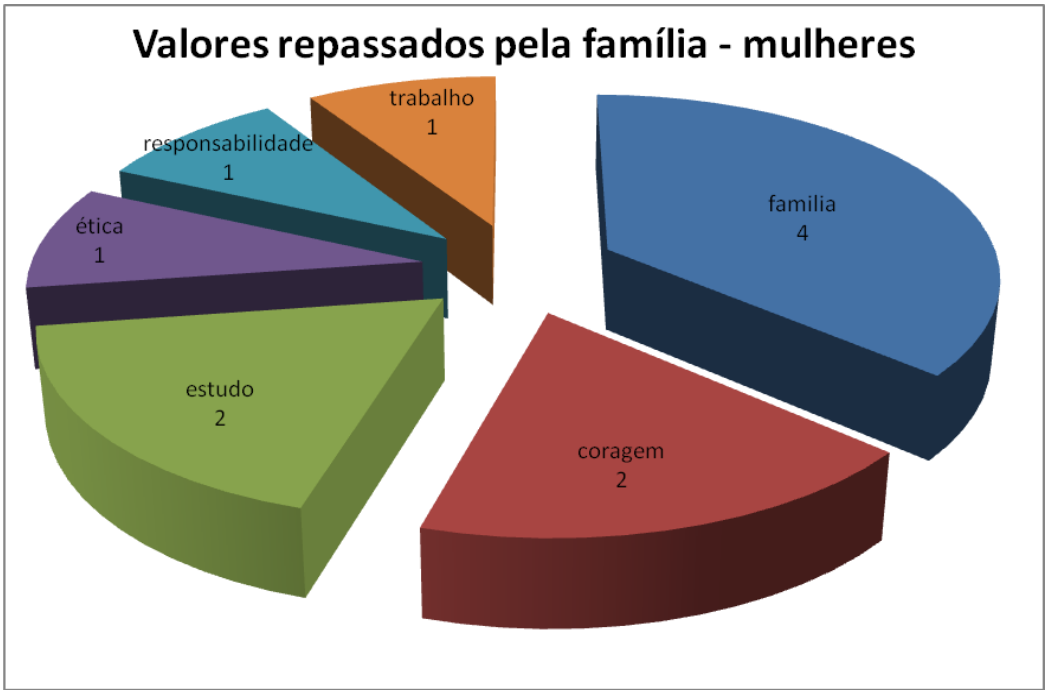

Gráfico 3: Valores repassados pela família – mulheres

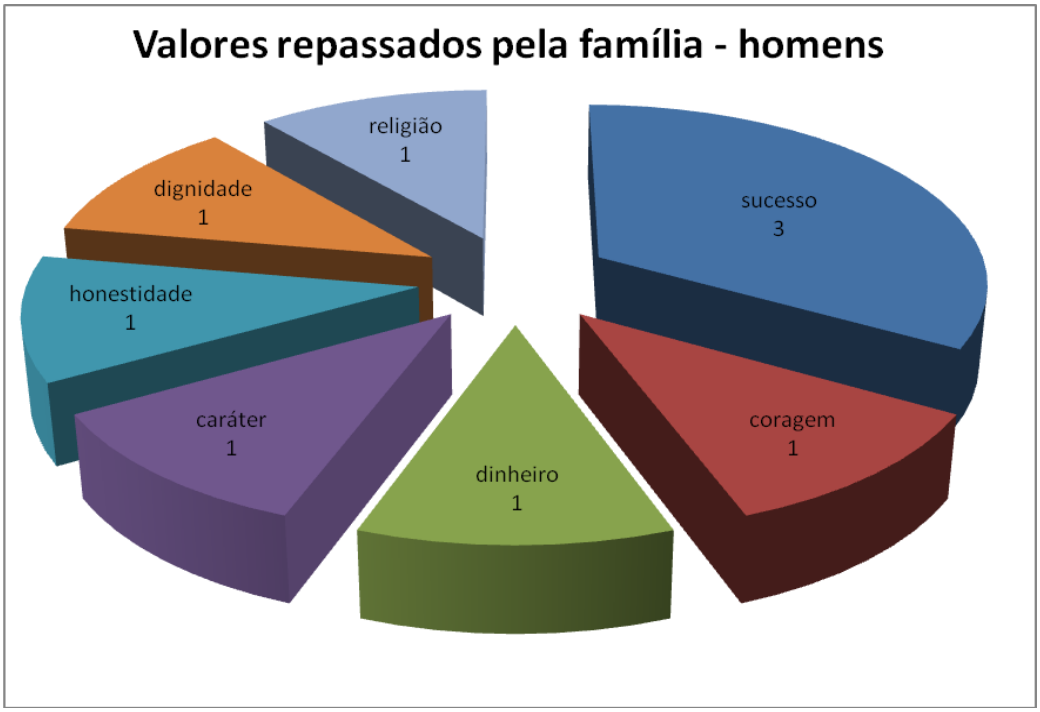

Gráfico 4: Valores repassados pela família - mulheres

Relativamente à idade com que começaram a trabalhar, os entrevistados iniciaram uma atividade laborativa com a idade média de 14 anos, sendo que 17 pessoas marcaram que seu primeiro trabalho foi remunerado (gráfico 5). Dois casos observados destacaram-se por serem de jovens que começaram a

trabalhar muito cedo: um deles começou a trabalhar aos sete anos vendendo vassouras na rua como camelô e outro como auxiliar doméstica, aos nove anos. No tocante à remuneração, das três pessoas que afirmaram não receberem remuneração em seu trabalho, uma delas escreveu que ainda que não recebesse remuneração, trabalhava em troca de suas aulas de teclado. A remuneração é uma oportunidade de fazer algo de interesse próprio e a criança, quando desenvolve o critério econômico, vai atrás de outras formas de negociar.

Gráfico 5: Idade com que começou a trabalhar.

Poder-se-ia questionar a validade das leis brasileiras sobre trabalho infantil, onde na lei 10.097/2000, em seu artigo 403 diz que “é proibido qualquer trabalho a menores de dezesseis anos de idade, salvo na condição de aprendiz, a partir dos quatorze anos”, mas o fato é que a situação é ainda pior, pois o Brasil sendo membro da ONU (Organização das Nações Unidas) deve seguir as convenções acordadas no âmbito da OIT (Organização Internacional do Trabalho). No que diz respeito ao assunto de trabalho infantil, a Convenção

138 da OIT estabelece como idade mínima a seus estados-membros 16 anos (Artigo 3º, item 3). Ainda em seu artigo 1º, coloca como dever ao país-membro em que vigore a referida convenção a seguir uma política nacional que eleve progressivamente “a idade mínima de admissão a emprego ou a trabalho a um nível adequado ao pleno desenvolvimento físico e mental dos adolescentes”. Cabe perguntar como é possível ensinar ao jovem o valor do trabalho apenas aos 16 anos.

O grupo é composto de 60% de entrevistados advindos de famílias de empreendedores. Já em relação a influências empreendedoras, identificou-se que 65% dos entrevistados tiveram influências empreendedoras de algum membro de sua família e apenas 20% não tiveram qualquer influência empreendedora.

A média de idade com que o grupo de entrevistados deixou de morar com os pais foi de 19 anos, sendo que com 18 anos ou menos, 65% do grupo estudado haviam deixado de morar com os pais (gráfico 6).

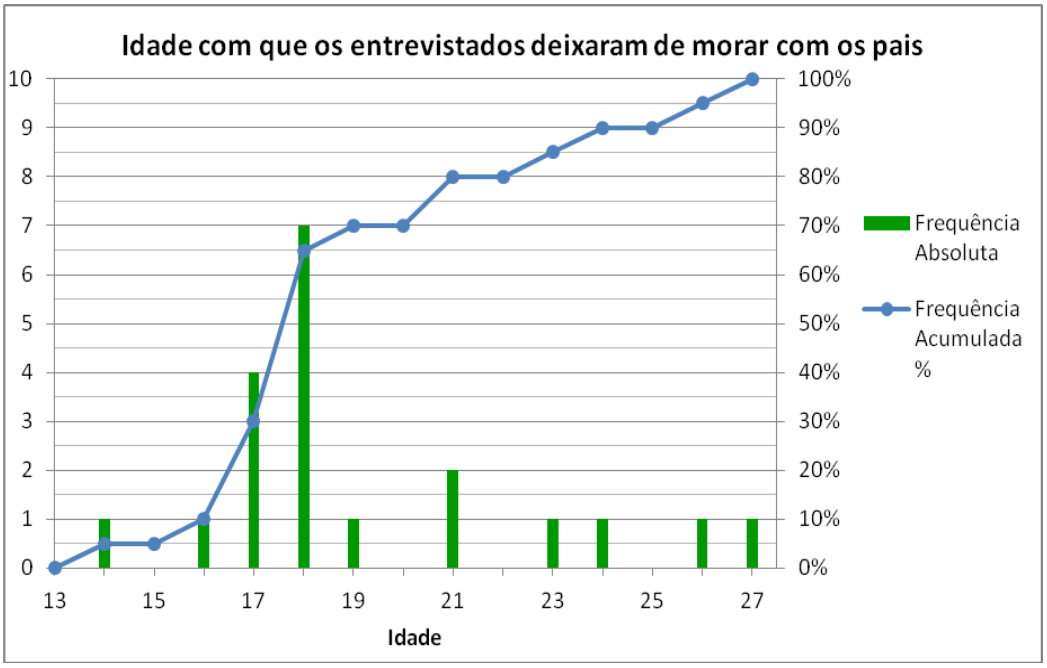

Gráfico 6: Distribuição de frequência das idades com que os entrevistados deixaram de morar com os pais.

4.2 Estilo de vida dos entrevistados

O grupo de jovens empreendedores que estudam Ontopsicologia caracterizou-se por praticar alguma atividade física (ou esporte) de uma a duas vezes por semana, por ter como preferência musical a música clássica, seguida de MPB e rock e por ter como hobby preferido cozinhar. O maior número de observações de música clássica verificadas como uma preferência musical do grupo demonstra uma diferenciação de gosto musical na faixa etária estudada e uma percepção musical diferenciada. Este dado é importante pois segundo Meneghetti (2005a), existe uma música que produz patologia e outra que produz vida e, ao contatar uma música, nosso organismo pode reagir com exaltação ou rejeição. O ato de cozinhar ser o hobby preferido da amostra observada é explicada pelo fato de que a cultura ontopsicológica da cozinha viva (MENEGHETTI, 2006) estimula a prática do cozinhar de forma simples, priorizando alimentos naturais, orgânicos, sadios em termos psico-biológicos, ou seja, cozinha viva pode ser entendida como a técnica do cozinhar unida a uma contínua metanoia do sujeito.

No que concerne à frequência de viagens a trabalho ou a lazer e aos tipos de culinária preferidos, mais da metade dos respondentes viajava ao menos quinzenalmente a trabalho ou a lazer e têm a culinária italiana como sua preferida. O hábito de viajar com certa frequência abre a possibilidade de conhecer novas culturas e interagir com outros grupos de referência. Já o gosto pela cozinha italiana demonstrou o impacto do “Made in Italy” na preferência gastronômica desses jovens, onde não só existe o fato dos italianos saberem fazer uma gastronomia de alto nível, mas também a cultura italiana tem como primado saber valorizar o hábito de comer. Para um italiano é fundamental se alimentar bem para depois realizar bem os seus afazeres.

O grupo teve ainda como características a independência financeira, onde 85% dos jovens eram independentes financeiramente, obtendo esta independência, em média, com 22 anos. Relativamente a outras línguas, os jovens do grupo falavam fluentemente de um a dois outros idiomas, com destaque para a igualdade de fluência em inglês e italiano, que pode ter ocorrido em razão do jovem ter estudado o idioma italiano por conta da ciência ontopsicológica e da origem de seu autor.

Do total de entrevistados, 17 deles assinalaram que moram sozinho, dois com esposa e/ou filho(s) e um com amigo (s). Este dado contrasta com a

preocupação mundial da permanência dos jovens com a família ainda na idade madura por facilidade econômica ou por comodidade.

No que concerne à limpeza e organização da casa, 45% dos respondentes afirmaram que fazem sozinhos e outros 25% têm uma empregada doméstica ou diarista que cuida de parte da limpeza e organização. Este resultado demonstra a atitude dos entrevistados em tomar posse do próprio ambiente circundante por entender que este ambiente em que se vive é uma extensão da própria personalidade.

Questionados sobre seus cinco principais gastos mensais, 95% do grupo respondeu que era a formação/educação, seguido de alimentação (75%), viagens (60%), livros/revistas (55%) e moradia/transporte/combustível (45%). O investimento em formação remete à ampliação da formação em cultura geral e cultura específica que aborda Meneghetti (2008).

Os jovens entrevistados responderam que empregam em média 10 horas para trabalhar, duas horas para estudar e seis horas para dormir. O número de horas usadas para dormir representa um valor otimizado pois não é um número insuficiente de horas para caracterizar um déficit ou estresse , nem um número excessivo que por vezes caracteriza a população dessa faixa etária.

Com relação aos estereótipos que podem dificultar o desenvolvimento pessoal e profissional, a amostra de jovens identificou como principal dificuldade própria a agressividade mal aplicada, com oito assinalações, seguido por amor/afetividade (sete), família (seis), gerenciamento financeiro (seis), sexo (cinco) e vício particular (cinco). Pôde-se verificar pelos resultados que os dois instintos primários (agressividade e sexo) fazem-se presentes no grupo de pesquisados com um número significativo. Era esperado que num grupo jovem estes dois instintos aparecessem, mas o importante foi o fato de que este grupo consegue perceber que estes instintos sadios e positivos per si devem ser amadurecidos para não ser um obstáculo ao próprio desenvolvimento. Embora estivessem presentes várias opções dentre as elencadas por Meneghetti (2008), seis indivíduos assinalaram apenas uma opção, o que pode representar que este estereótipo seja preponderante na personalidade deles e que a este necessite maior vigilância.

No que diz respeito a aspectos que ocasionam a maior perda de tempo reversíveis em dedicação a crescimento pessoal e profissional, o mais apontado foi navegar pela internet, sinalizado por 12 jovens, o que de certa forma poderia ser esperado como resposta, tendo em vista a facilidade de meios de conexão à internet na atualidade por esta geração. Mesmo acessando de forma consciente as informações necessárias ao seu escopo a cada momento, há também o perigo da perda de tempo em acessar informações que não agregam identidade ainda mais se considerada a quantidade de memes existentes em diversos sites da web. Dado que os jovens desta amostra dormem seis horas diárias em média, não foi possível concluir por qual motivo obteve-se 11 assinalações de maior perda de tempo pelo aspecto de dormir em excesso. Isto pode ser decorrente de uma falta de atenção ao preencher a questão da divisão do tempo médio empregado nas diferentes atividades diárias ou a média de horas indicada não correspondia à realidade.

4.3 Competências Empreendedoras

Aos participantes desta pesquisa foram demandadas duas perguntas que citassem três características pessoais que: a) foram determinantes nas suas melhores oportunidades profissionais; b) impediram ou dificultaram o aproveitamento de boas oportunidades profissionais. As respostas abertas foram analisadas criando-se grupos por afinidade linguística, isto é, foram agrupadas palavras e citações com significados idênticos ou similares e depois estas foram classificadas em atitudes (saber ser) e habilidades (saber fazer). Tanto no aproveitamento quanto no impedimento para aproveitar boas oportunidades o grupo das atitudes foi o que obteve o maior número apontamentos. Atitudes como seriedade, ambição, criatividade, determinação e disponibilidade foram as mais citadas, enquanto que comunicação foi a habilidade mais identificada como determinante no aproveitamento das melhores oportunidades profissionais. Medo, preguiça, imediatismo, impulsividade e insegurança foram as atitudes mais constatadas e falta de ação a habilidade que mais dificultou o aproveitamento de boas oportunidades profissionais.

Relativamente às características pessoais ou profissionais que as pessoas do relacionamento dos pesquisados (empregador, sócio, colaboradores, amigos, familiares, etc.) comumente atribuem a eles e classificando-as igualmente em atitudes e habilidades, obtivemos quase a totalidade de respostas como atitudes. Inteligência, responsabilidade, seriedade e sinceridade foram as mais identificadas. Foram somente descritas duas habilidades: capacidade de gerenciamento múltiplo de tarefas e liderança. Cabe ressaltar que algumas características, como enigmático, prepotente e explosivo, adquirem valência de valor dependendo do grupo de referência e área de atuação. Por exemplo, uma pessoa enigmática sendo advogada pode ser positivo para o momento em que se encontra defendendo uma causa para seu cliente, já que a outra parte não sabe como essa pessoa pode agir a cada momento. Já um psicólogo enigmático defronte a seu cliente pode causar insegurança a este agindo desta forma, tornando esta característica negativa.

É interessante verificar que o grupo de pesquisados foi capaz de descrever tanto características que favoreceram ou impediram melhores oportunidades, sempre em atinência a si próprios, demonstrando um elevado nível de maturidade e autoconhecimento. Em nenhum caso o impedimento de uma oportunidade foi atribuído a uma causa externa.

4.4 Aplicações da Ontopsicologia

Em relação ao tempo de estudo ou conhecimento da Ontopsicologia, a amostra de jovens observada estuda ou conhece esta ciência em média há sete anos, onde o indivíduo com menor tempo estudava ou conhecia Ontopsicologia há 2,5 anos e duas pessoas já estudavam esta ciência há 14 anos. Com isso, é possível observar que esta ciência, para ser compreendida, necessita de um longo e contínuo estudo, não apenas pontual, coerente ao seu estilo de vida.

Perguntados sobre os instrumentos da Ontopsicologia com os quais mais se identificava, o grupo de jovens empreendedores indicou em primeiro lugar a psicoterapia individual e logo a seguir o Residence[5]. Estes são dois dos

[5] Residence: estágio *full-imersion* de três a sete dias dirigido a grupos selecionados de pessoas, durante o qual é efetuada uma verificação existencial. Enquanto instrumento psicossocial e ambiental é marcado

principais instrumentos utilizados pela Ontopsicologia para efetuar uma verificação existencial do sujeito. Meneghetti (2001) afirma que a finalidade primeira e única da psicoterapia ontopsicológica (ontoterapia) é autenticação do humano.

Foi solicitado aos jovens empreendedores que estudam Ontopsicologia que descrevessem quais foram os principais benefícios que a formação e/ou estudo de Ontopsicologia lhes trouxeram, baseados numa percepção própria. Através da análise dos dados feita a partir das citações de palavras ou conceitos, dividiram-se os resultados em dois grandes grupos: a) autoconhecimento e melhoria da autoestima e b) aprimoramento pessoal e profissional. Foram identificadas 32 citações referentes a autoconhecimento e melhoria de autoestima, onde os principais conceitos que surgiram foram autoconhecimento, autenticação e transcendência de estereótipos. No que concerne ao aprimoramento pessoal e profissional, observaram-se 34 citações, com destaques para o aprofundamento dos conhecimentos específicos da área de atuação e o crescimento profissional. Cabe destacar que a palavra ou conceito autoconhecimento foi identificado nas respostas de 85% do grupo estudado. Aqui foi possível corroborar o tanto afirmado anteriormente sobre a percepção do nível de autoconhecimento do grupo, pois não somente pelas respostas dadas até então foi possível notar que o grupo se autoconhece como também os próprios indivíduos têm consciência desta característica em si mesmos.

Percebeu-se que o grupo deu mais ênfase aos aspectos práticos da ciência ontopsicológica do que teóricos, o que também caracteriza este grupo.

5 Considerações Finais

Neste trabalho foi possível traçar um perfil dos jovens empreendedores que estudam Ontopsicologia e o quanto esta ciência contribuiu e contribui para a o crescimento dos indivíduos entrevistados.

O grupo se caracterizou por jovens que possuem objetivos existenciais fora do estereótipo biológico-familiar típico que a sociedade impõe, por uma

---

sobre a necessidade dos participantes de realizar um Eu lógico-histórico mais côngruo em si mesmos e funcional dentro do espaço comunitário no qual estes convivem. (MENEGHETTI, 2001, p.146)

atuação profissional diversificada e exercendo funções ligadas a cargos gerenciais ou mesmo liderando empresas, que iniciaram uma atividade laborativa desde muito jovens, por vezes até de forma precoce, por necessidade ou cultura familiar, e em sua grande maioria já obtinham ganhos financeiros com ele, seja de forma direta ou indireta. Os entrevistados advinham de famílias de empreendedores em sua maioria, mas isso não se constituiu uma regra para apontar que este foi um fator que determine a obtenção de boas colocações profissionais.

Em seu estilo de vida, o gosto fora da moda musical atual e a preferência por um hobby incomum para esta geração demonstra uma atenção ao miricismo cotidiano condizente com seu estilo de vida. Viajam de forma frequente, falam predominantemente os idiomas inglês e italiano, apreciam mais a cozinha italiana que a brasileira e atingem em média sua independência financeira aos 22 anos, morando em sua grande maioria sozinhos, sendo que nenhum deles ainda mora com os pais. Possuem a característica de organizarem de forma total ou parcial os seus lares, de forma a tomarem posse do ambiente em que habitam como extensão de sua própria personalidade, e investem na ampliação de sua cultura geral e específica.

Possuem consciência dos estereótipos que podem dificultar o seu crescimento pessoal e profissional e necessitam de atenção em relação ao número de horas de acesso a internet para otimizarem seu crescimento profissional e pessoal.

No impedimento de aproveitamento de boas oportunidades profissionais não fizeram referência a outros como causa dos problemas e sim a si mesmos, o que demonstra um bom nível de maturidade, pois são capazes de identificar seus próprios limites e terem percepção de si próprios. Possuem coerência entre grau de maturidade e os instrumentos que mais se identificam Ontopsicologia para autenticarem-se. Por fim, percebem o autoconhecimento como principal benefício que o estudo da ciência ontopsicológica os trouxe.

Certamente por se tratar de um grupo jovem, há um longo caminho a percorrer. Estão no caminho certo, evidenciado pela obtenção de resultados acima do convencional para sua faixa etária e pela manutenção de um estilo de vida que os distingue de seus coetâneos. Não é um grupo perfeito, mas está caminhando, amadurecendo, crescendo e procurando ser um diferencial na

sociedade. Contudo, é necessária atenção constante ao miricismo cotidiano e mudança gradativa no estilo de vida, pois há qualquer momento pode-se perder tudo por uma banalidade.

Como constatamos a elevada frequência do uso do termo “autoconhecimento” ocorre-nos ser importante, numa próxima investigação, esmiuçar o que exatamente o grupo estudado entende por autoconhecimento, pois isso geraria um material importante para os confrontos científicos acerca da problemática do jovem na complexa sociedade atual.

A importância de trabalhos como este é evidenciar que o jovem não é apenas aquele que aparece em constantes comerciais de televisão ou em reportagens, mas que há também um jovem que faz, que autoconstrói-se e que investe em si mesmo, trazendo retorno de seu próprio investimento em beneficio também para a sociedade. Para ele, o dinheiro dispendido em sua formação não é um gasto. A diferença entre investimento e gasto é o resultado obtido.

Sendo o pesquisador um jovem da mesma faixa etária e compartilhando dos mesmos interesses, este trabalho serviu como um espelho e um estímulo para reformular suas atitudes, ampliar sua atenção ao miricismo cotidiano e realizar mudanças gradativas no próprio estilo de vida, identificar os pontos que podem trazer dificuldades em seu desenvolvimento pessoal e profissional e manter constante o estudo e aprendizado da ciência ontopsicológica.

Referências

ANDREOLA, M. T.; PETRY, A. M.. Preditores de liderança no estilo de vida dos jovens na sociedade atual. **Revista Saber Humano**, n. 1, fev/2011, p. 76-90.

ANDREOLA, M. T.. **O estilo de vida do jovem como fator de desenvolvimento do potencial de liderança**. 2003. Trabalho de conclusão de curso (Especialização), Universidade Estatal de São Petersburgo, São Petersburgo-Rússia, 2003.

BRASIL Presidência da República, Casa Civil, Subchefia para Assuntos Jurídicos. Lei n. 10.097, de 19 de dezembro de 2000. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10097.htm> Acesso em 10/07/2013.

BRASIL. **Jovens Empreendedores**. Portal do empreendedor. < http://www.brasil.gov.br/empreendedor/empreendedorismo-hoje/jovens-empreendedores> Acesso em 28/08/2013.

CHIKOTA, H.. O líder, o miricismo cotidiano, a vantagem e a auto-sabotagem. In: MENEGHETTI, A. et al **Business Intuition**. São Paulo: Foil, 2007, p. 179 – 183.

FOIL. **MBA Made in Italy**. Visita técnica, 2013.

GOMIDE, S. **O jovem empreendedor de hoje**. Pequenas Empresas, Grandes Negócios, 2009. <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI82436-17141,00-O+JOVEM+EMPREENDEDOR+DE+HOJE.html> Acesso em 28/08/2013.

GREATTI, L.; SENHORINI, V. M. Empreendedorismo – Uma Visão Comportamentalista. **Anais do Encontro de estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 1, 2000, Maringá.** Disponivel em: <http://www.anegepe.org.br/?page_id=353> Acesso em 18/04/2013.

Iopen Desenvolvimento Empresarial. **O perfil do jovem empreendedor.** < http://www.iopen.com.br/operfildojovemempreendedor.html> Acesso em 28/08/2013.

MATOS, A. C.; SOUZA, A. A.; HARIZ, M. S.. **Manual do Jovem Empreendedor.** <http://bis.sebrae.com.br/GestorRepositorio/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/A870285A676E3A598325729E004E3192/$File/NT000350A2.pdf> Acesso em 28/08/2013.

MENEGHETTI, A.. **Dicionário de Ontopsicologia.** Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2001.

MENEGHETTI, A.. **Manual de Melolística.** Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2005a.

MENEGHETTI, A.. **Pedagogia Ontopsicológica.** Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2005b.

MENEGHETTI, A.. **Cozinha Viva.** Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2006.

MENEGHETTI, A.. **A psicologia do Líder.** Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2008.

MENEGHETTI, A.. A autossabotagem no inconsciente do Empreendedor. **Revista Performance Líder**. São Paulo: Associação Ontoarte, 2009a.

MENEGHETTI, A.. **Aprendiz Líder.** São Paulo: FOIL, 2009b.

MENEGHETTI, A.. **Nova Fronda virescit: em busca da alma.** Recanto Maestro: Ontopsicologica Editrice, 2010, vol. III.

MENEGHETTI, A.. **O projeto homem.** Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2011.

MENEGHETTI, A.. **Os jovens e a Ética Ôntica.** Recanto Maestro: Ontopsicológica Editora Universitária, 2013.

Organização Internacional do Trabalho. Escritório do Brasil. Normas, Convenção 138. <http://www.oit.org.br/sites/all/ipec/normas/conv138.php> Acesso em 10/07/2013.

PACHECO, A. S. V., NETO, L. M.. A contribuição do curso de administração da Universidade Federal de Santa Catarina para o desenvolvimento de competências empreendedoras. **Revista de Ciências da Administração.** V. 9, n. 17, jan./abr. de 2007, n. 17, p. 150 - 171.

PETRY, A.; AZEVEDO, E.; ROCKENBACH, G.; BARBIERI, J.; SCHAEFER, R. (5 org.). **A Formação Humanista de Jovens como garantia de Sustentabilidade, Identidade e Protagonismo Civil.** Recanto Maestro: Associação Brasileira de Ontopsicologia, 2011.

PREGADIER, A. P. M., BARBIERI, J. B. P. Residence de Autenticação: relação entre conceituação e exercício do autossustento em jovens. **Revista Saber Humano**, n. 1, fev/2011, p. 105-113.

ROCCO, V.. Auto-sustento: o primeiro dever de um jovem. **Revista Nova Ontopsicologia**. Revista semestral n. 1 – 2006, mai/2006, p. 8-15.

SANTOS, F. **Que desafios e oportunidades encontra o Jovem empreendedor brasileiro?** <http://www.empreendedoresuniversitarios.org/quis-desafios-e-oportunidades-encontra-o-jovem-empreendedor-brasileiro/> Acesso em 28/08/2013.

SILVA, E. L., MENEZES, E. M.. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 4. ed. rev. atual. Florianópolis: UFSC, 2005. <http://www.tecnologiadeprojetos.com.br/banco_objetos/%7B7AF9C03E-C286-470C-9C07-EA067CECB16D%7D_Metodologia%20da%20Pesquisa%20e%20da%20Disserta%C3%A7%C3%A3o%20%20UFSC%202005.pdf> Acesso em 18/04/2013.

SPANHOL, C. I. D'Agostini. Educar para autonomia e responsabilização. In: **Atos do Congresso Internacional de Responsabilidade e Reciprocidade: Valores sociais para uma economia sustentável, v.1, n. 1, 2012.** <http://reciprocidade.emnuvens.com.br/rr/article/view/46/44> Acesso em 08/08/2013.

VERGARA, S. C.. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1998.