

## Trajetória empresarial e intuição: O case do nascimento, desenvolvimento e evolução de uma indústria têxtil de tapeçaria

Leda BAGGIO  
Faculdade Antonio Meneghetti  
[originale@originalemaison.com.br](mailto:originale@originalemaison.com.br)

Soraia SCHUTEL  
Faculdade Antonio Meneghetti  
[soraiaschutel@libero.it](mailto:soraiaschutel@libero.it)

### Resumo

Estudo desenvolvido através de um *case* de sucesso trabalhado por meio da trajetória empresarial de evolução tanto da pessoa empreendedora quanto de seu *business*. A pesquisa, fundamentando-se na teoria e no método formalizado por Meneghetti (2010) para o desenvolvimento do líder, investiga os percursos pelos quais um líder foi se formando para chegar a intuir seu *core business* e transformá-lo em seu negócio principal. A pesquisa é de abordagem qualitativa e se deu por meio do estudo da história de vida de uma empreendedora. Deste *case* são analisados os elementos da experiência pessoal e empresarial a partir das premissas da formação do líder, elaborada por Meneghetti (2010). A pesquisa colheu as evidências das potencialidades inatas da empreendedora e como estas foram se desenvolvendo e qualificando ao longo de sua vida. Neste trabalho demonstra-se a aplicabilidade prática da psicologia do líder, quando o líder materializa seu *core business* através do processo de formação *lifelong learning* proposto por Meneghetti (2007), desenvolvendo o potencial de sua personalidade integral.

**Palavras-Chave:** psicologia do líder, intuição, *business*.

### Abstract

Study developed through a case of success working through the course of evolution of both the business person as its entrepreneurial business. The research, basing on the theory and method formalized by Meneghetti (2010) for the development of the leader, investigates the routes by which a leader was forming to get to intuit their core business and turn it into their core business. The research is a qualitative approach was through the study of the life story of an entrepreneur. In this case, we analyze the elements of personal experience and business from the premises of the training of leaders, drawn up by Meneghetti (2010). The survey gathered the evidence of the innate potential of entrepreneurship and how they were developing and qualifying throughout his life. This paper demonstrates the practical applicability of the psychology of the leader when the leader embodies their core business through the process of forming lifelong learning proposed by Meneghetti (2007), developing the potential of their whole personality.

**Key-words:** psychology of leader; intuition, business

## 1 Introdução

Os estudos para a abertura de um novo negócio são complexos, prevêm numericamente índices sobre tempo de retorno de investimento, lucro almejado e até mesmo rentabilidade prevista etc. Greatti (2003)<sup>83</sup> indica que os fatores determinantes para a trajetória de sucesso da abertura de uma empresa até a sua continuidade no mercado dependem de características empreendedoras e, sendo portanto, relacionadas com as características individuais dos empresários tendo como referência a ciência comportamental que indica fatores tais como os definidos por David McClelland que, segundo Greatti são: busca de oportunidades e iniciativas, persistência, correr riscos calculados, exigência de qualidade e eficiência, comprometimento, busca de informações, estabelecimento de metas, planejamento e monitoramento sistemático, persuasão e rede de contatos, independência e autoconfiança.

No que se refere aos indicadores de sucesso na abertura das empresas Brotto (2009)<sup>84</sup> em seu estudo recente utiliza indicadores de ordem exterior à pessoa do empreendedor para avaliar se ocorrerá sucesso das novas empresas. Em sua pesquisa construiu um modelo a partir da inteligência artificial, cujo modelo é alemão, o *Shell Spirit*, que é um programa por meio do qual se estabelecem correlações de variáveis e assim constitui-se um sistema probabilístico de sucesso na abertura das empresas. O sistema correlaciona: formação acadêmica, rede de contatos, disponibilidade financeira, conhecimento do setor, experiências anteriores, motivação, saúde, tempo disponível etc.

E, para Caldeira (2009), o povo brasileiro, desde sua origem, teve características empreendedoras, contudo, a história econômica não revelou tais características. Prates e Barros (1996), em seus estudos evidenciam que tais características são tanto positivas quanto negativas. Para eles, o estilo brasileiro de administrar é assim constituído: a) concentração do poder; b) personalismo; c) formalismo; d) postura de espectador; e) flexibilidade. Estes dois autores, contribuem na direção em que realizou-se esta pesquisa. Também Peixoto Filho (2009) conclui que “a literatura sobre empreendedorismo não deixa claro as etapas de um processo empreendedor” (p. 143). Por isso, o estudo de caso investigado contribui com as demais investigações no campo dos estudos do empreendedorismo visto que revela a trajetória da construção de um business que nasceu da intuição do líder. A novidade desta investigação centra-se no sujeito responsável pelo business, o líder. Portanto, este case, não excluindo os diversos percursos sociais ou externos ao sujeito, analisa o sujeito, seu universo interior, a psicologia do líder. Diante disso, pode-se perguntar: em que consiste tal psicologia

---

<sup>83</sup> Ver em GREATTI, L. **Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no Município de Maringá**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Londrina. 2003, 167 p. Disponível em <http://www.ppa.uem.br/defesas/pdf/dis028.pdf>. Acesso em 5 de maio de 2010.

<sup>84</sup> No que se refere aos indicadores de sucesso na abertura das empresas Brotto (2009) realizou recente pesquisa na qual construiu um modelo a partir da inteligência artificial, cujo modelo é alemão, o *Shell Spirit*, que é um programa por meio do qual se estabelecem correlações de variáveis e assim constitui-se um sistema probabilístico de sucesso na abertura das empresas. O sistema correlaciona: formação acadêmica, rede de contatos, disponibilidade financeira, conhecimento do setor, experiências anteriores, motivação, saúde, tempo disponível etc. Ver em BROTTTO, O. C. **Um sistema especialista probabilístico de avaliação de sucesso na abertura de novos negócios**. Dissertação de Mestrado. PPGP/UFSM, 2009. 138p. Acesso em 05 de maio 2010. Disponível em: [http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=2971](http://cascavel.cpd.ufsm.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=2971).

que dá as coordenadas da realização e do sucesso do business? Tal psicologia deriva de um processo de formação do líder a partir de sua específica forma de inteligência. Este case evidencia a partir da trajetória da formação da mente de uma mulher líder como constituir um business que tenha identidade com a personalidade daquele específico líder. Os objetivos deste trabalho são: 1) investigar a trajetória de vida de uma mulher que realiza o processo de formação seguindo os pressupostos da escola ontopsicológica (MENEGHETTI, 2007); 2) revelar como esse processo formativo contribui para a identificação e desenvolvimento individual do empreendimento conforme as características da empresária, ou seja, o seu core business.

A opção metodológica foi pela abordagem qualitativa do estudo de caso investigando a trajetória da empresária e da empresa por meio da história de vida (YIN, 2001). A coleta de dados foi por meio de entrevista e relatos informais realizados durante o estudo a fim de explicitar o nascimento de um negócio fundado sobre o core business do líder e da sua psicologia. O case que se estuda é relevante porque a trajetória empresarial investigada leva a compreender quais as premissas subjacentes a criação e ao desenvolvimento, da primeira indústria fundada no distrito de Recanto Maestro que é um Centro Internacional de Arte e Cultura Humanista localizado no interior do Rio Grande do Sul. Instalada no ano de 2007 e iniciando suas atividades com 3 funcionários no ano de 2008, no ano de 2010 possui em torno de 50 funcionários sendo que está apenas em fase embrionária.

A análise realizada evidencia a trajetória de sucesso tanto da pessoa do empreendedor quanto de seu empreendimento. Muitas pessoas possuem sucesso em seus negócios, contudo, o sucesso nesta investigação não diz respeito apenas ao âmbito financeiro, mas sobretudo, existencial. Por isso, trata-se de um estudo fundamentado na teoria da escola ontopsicológica, especialmente sobre a psicologia do líder e do business intuition (MENEGHETTI, 2007).

O estudo de caso aprofundou uma das empresárias investigadas em 2006<sup>85</sup> que, seguindo o projeto elementar de sua inteligência vital realizou a formação da sua personalidade conforme os pressupostos formalizados por Meneghetti (2007) da Psicologia do Líder quais sejam: 1) formação cultural (cultura geral e cultura específica e experiência nas relações diplomáticas); 2) transcendência dos estereótipos; 3) conhecimento ontopsicológico.

Para encontrar a correlação entre a trajetória de vida e formação cultural da empresária, transcendência dos estereótipos e conhecimento ontopsicológico, desenvolveu-se a partir da pesquisa empírica um quadro no qual foram descritos na primeira coluna o fato ou acontecimento e na segunda, as aprendizagens decorrentes sua vivência. Em seguida buscou-se marcar alguns aspectos da história de vida da empresária em outro quadro síntese o qual expõe elementos que indicam as aprendizagens que ocorreram e as repercussões que demonstram a aquisição de uma cultura geral, específica e relações diplomáticas. Não foram utilizados como indicadores todos os acontecimentos que compõe a trajetória, mas aqueles que a empresária identificava que demarcaram ou representavam as direções de suas escolhas. Tendo como referência esta organização dos dados da trajetória da empresária, retirou-se os elementos que compõe os dados empíricos, sendo estes articulados com os fundamentos teóricos deste trabalho desenvolvidos a seguir.

---

<sup>85</sup> Este trabalho se propôs dar continuidade a pesquisa “Da mulher família à mulher empresária” que investigou 30 mulheres brasileiras, das quais quinze que realizam psicoterapia individual de autenticação conforme o método de intervenção da escola ontopsicológica e, quinze que não realizam psicoterapia. Ver em: BAGGIO, L. M. Dalla Donna famiglia alla Donna impresaria. Tese de Especialização Profissional em Psicologia com abordagem em Ontopsicologia. Faculdade de Psicologia. Cátedra de Ontopsicologia. Universidade Estatal de São Petersburgo (RU), 2006.

## 2 A Formação do Líder e o *Core Business*

Para Meneghetti “o *core business* é definido por aquela série de produtos, segmentos de clientes e tecnologias com as quais se pode construir a maior vantagem competitiva, também em uma situação de mudança, como é aquela atual” (2003b, p. 172). *Core business* portanto, significa o negócio que é desenvolvido a partir da vocação do Em Si ôntico<sup>86</sup> daquele empreendedor. Cada Em Si ôntico possui um projeto que é aberto, mas que se especifica fenomenicamente na existência, e no âmbito empresarial o *core business* significa o *business* do Em Si ôntico. Com estes princípios passa-se a seguir a apresentar o case da empresária utilizando a perspectiva da psicologia do líder de Meneghetti (2007).

A trajetória de formação da empresária, para evidenciar o *core business* deu-se na medida em que a esta, antes mesmo de iniciar seu negócio, começou a fazer consultoria de autenticação e empresarial com o método ontopsicológico. Com esse método é possível individuar o potencial do líder no contexto circunstanciado – aqui, agora e assim – e, fazê-lo evoluir conforme as suas premissas de realização.

Quando encontro uma pessoa, sei avaliá-la fazendo o confronto com o seu Em Si ôntico. Não aplico os meus conhecimentos, ou o meu Em Si ôntico, não é necessário. Olho o seu projeto-base, isso é, aquilo que intenciona a sua evolução e o seu sucesso. Se aquele Eu, aquele sujeito é conforme o seu projeto elementar ôntico, inevitavelmente chega ao sucesso, tem o primado, o carisma e, de modo progressivo, tem o aumento de si mesmo (MENEGETTI, 2010, p. 239).

Segundo a empresária, seu *business* “*não iniciou conforme as teorias ou mercado habitualmente prevê, não foi o caso desta empresa*” (entrevista). Relata que quando fez a escolha da área de atuação levou em consideração que a empresa tinha que obedecer a preferência e a tendência mais acentuada da sua personalidade, conforme também evidenciado nos percursos de consultoria individuais. Estas aos poucos começaram a levar a empresária a tomada de consciência de que “*desde que iniciei as atividades no mercado de trabalho já na adolescência, preferia trabalhar com produtos que eram fabricadas com suas próprias mãos e, que tivessem qualidade superior porque acreditava ter a capacidade de oferecer produtos superiores aos disponíveis no mercado*” (entrevista). Neste trecho percebe-se que a empresária abriu seu negócio conforme seu *core business* isto é, ela “encontrou a própria estrada através da qual vender cultura social, o líder de *business* é também uma universidade, uma biblioteca, um mestre, uma palavra *vivente* de comunicação intelectual”. Quando descobre o que lhe agrada, “em todas as coisas que produz, deve ter o *primado hierárquico do próprio interesse*, entrando em uma espécie de *vocação pessoal* inspirador do bem que oferece” (MENEGETTI, 2007, p. 183).

### 2.1 Formação Cultural

Meneghetti (2007) compreende a formação cultural em três modos: cultura geral e específica e transcendência dos estereótipos. Sendo assim, na seqüência apresenta-se a compreensão de cada uma delas estabelecendo as relações com a trajetória de vida da empresária. O objetivo é explicitar por meio dessas formações como foi se delineando na trajetória a construção do seu negócio conforme o seu *core business*. Diz a empresária “*eu*

---

<sup>86</sup> Em Si ôntico conforme Meneghetti é a radicalidade da atividade psíquica, é o núcleo vital que possibilita o ser humano existir e distinguir-se. O autor o define como “princípio formal inteligente que faz autoctise histórica” (2008, p. 88). Assim, é um princípio vital que colhe o real por evidência, mas colhe segundo os critérios de identidade e utilitarismo funcional.

*tinha dentro de mim um desejo muito grande de buscar algo realmente superior a tudo o que já existia no mercado e essa era uma oportunidade para fazê-lo” (entrevista).*

### 2.2.1 Cultura Geral

Segundo Abbagnano cultura “é a formação do homem, sua melhoria e seu refinamento. E indica o produto dessa formação, ou seja, os conjuntos do modo de viver e de pensar cultivados, civilizados polidos, que também costumam ser indicados pelo nome de civilização” (ABBAGNANO, 1960, p. 225). Assim, cultura abrange um conjunto de conhecimentos, uma maneira de viver peculiar de cada povo de acordo com os seus valores, tradições, costumes. E, segundo Meneghetti (2007, p. 17) “cultura geral compreende conhecer sobre a cultura de seu país ou de seu ambiente. Um nível mínimo de cultura média de universidade é suficiente. Deve conhecer um pouco de tudo, arte, psicologia, música; para poder ser um bom operador no interior dos interesses humanos”.

### 2.2.2 Cultura específica

É na formação mais aprimorada que os traços do *core business* se delineiam com maior força de expressão. Para Meneghetti (2007) a cultura específica, diz respeito prioritariamente a todo o conhecimento adquirido e evoluído através do tempo e da experiência; da tecnologia aplicada e da evolução da própria pessoa sobre o seu produto e serviço no mercado. Em seu campo de trabalho, deve ser o primeiro e o mais informado a respeito de seu trabalho e de sua especialidade. Conforme o autor, o empresário quiser estar a frente e ter o primado de seu mercado deve conhecer nos mínimos detalhes cada etapa do processo inerente ao seu específico interesse e, buscar todas as novidades e possibilidades de seu setor. E isso possibilitará progredir economicamente, e ter a garantia do próprio setor, com uma inteligência aberta e livre para a criatividade (MENEGETTI, 2007).

Neste aspecto pode-se perceber na trajetória da empresária que a mesma expõe a cultura geral mas demonstra a aquisição do saber fazer específico sobre a arte da tapeçaria, constituída pelo conhecimento de detalhes que entram em cena para a produção das peças de tapete (como fios, fibras, couros bem como técnicas diferentes de produção e composição das peças, produção dos modelos enfim). Conforme os dados coletados na pesquisa de campo observa-se que nas mudanças da empresa as transformações nos produtos e a necessidade de reorganização nova dos negócios demonstraram, no case estudado, esta formação. Estes aspectos foram percebidos em situações tais como o aprimoramento de conhecimentos sobre fornecedores, clientes, colaboradores, produtos, mercado, organização contábil, administrativa e dos produtos de seu negócio.

Portanto, a cultura específica decorre da dedicação que a empresária fez de seu negócio, isso lhe favoreceu a aprendizagem do seu saber fazer específico. Estudando os produtos, o mercado, os clientes, os fornecedores, os parceiros, os colaboradores começa a ter uma atitude de refinar e aprimorar o serviço que presta.

A personalidade psicológica do líder é caracterizada por saber servir o íntimo da identidade dos seus clientes. O líder deve fornecer a própria mercadoria no modo como agrada aos seus melhores clientes. Deve procurá-los e deve estudar como o seu melhor cliente quer as coisas – com aquele perfume, com aquela palavra, com aquele gesto, com aquele sorriso, com aquela diferença. (MENEGETTI, 2003b, p. 132).

A empresária buscou assessorias especializadas com profissionais diversos tais como: área contábil financeira, jurídica ou administrativa, ou ainda de planejamento estratégico. Participou de cursos, eventos, palestras, amostras, eventos na área e assim foi se atualizando e



descobrimo as novidades, as tendências e ao mesmo tempo, construindo o diferencial dos seus produtos e serviços, constituindo seu estilo próprio.

Também destaca a empresária a convivência intensa com os diferentes arquitetos, todos eles com clientes muito exigentes e, isso provocou a necessária especialização dos serviços e produtos ofertados. Relatou *“com clientes com elevado bom gosto não poderia errar, por isso, as experiências com produtos e as incertezas deveriam ter já sido superadas, quando o cliente confronta com o serviço não espera que exista “o teste” do produto, mas o resultado conforme sua expectativa”* (entrevista). Essa exigência em “não poder errar” se colocava segundo a empresária, porque o mercado que exige qualidade superior pouco tolera um resultado não condizente com o refinamento e bom gosto que busca. E, se isso ocorresse, conforme ainda explica a empresária, perderia *“o pool de parcerias e relações com o arquiteto que é o profissional chave da rede dos relacionamentos e conquista de novos clientes neste ramo. É o arquiteto quem coloca os melhores clientes em contato com os empresários do ramo da decoração, como é o caso da tapeçaria, pois são estes que oferecem os melhores produtos e trazem os melhores clientes”* (entrevista).

A busca da alta performance de seus produtos fez com que no ano de 1999 participasse como expositora da Feira “Abitare il tempo” em Verona na Itália.



Foto 01: Tapete OntoArte

Fonte: Arquivo pessoal da empresária



Foto 02: Tapete OntoArte

Fonte: Arquivo pessoal da empresária

Trabalhar com a indústria têxtil foi uma consequência das pequenas aprendizagens realizadas no setor de trabalho com a tapeçaria. Existiu um percurso que foi se desenhando

enquanto realizava a busca pelo aprimoramento de seu produto. A arte do saber servir foi em pequenos detalhes sendo aprendida. “A excelência do líder está naquele que tem a prerrogativa superior de saber servir mais e melhor do que os outros. A sua grandeza é proporcional à realização de todo aquele vasto corpo no qual ele se insere.” (2001b, p. 98). Essa sua aquisição lhe dá a condição de construir todo o seu corpo operativo, construir seus colaboradores, parceiros e enfim operar de modo eficiente o seu *business*.

*Para comandar, é necessário antes saber servir. O líder tem a responsabilidade de fazer crescer quem o ama. Justamente porque o ama, não pode objetivá-lo a si; se lhe agrada e o reconhece, tem a responsabilidade de estimulá-lo ao crescimento de si mesmo. Deve ensinar-lhe todas as passagens, do escrever à máquina a fazer os telefonemas, ou a ter uma certa linguagem: deve educá-lo a como ser também líder na sociedade.* (o grifo é do autor). (1999b, p.152) (tradução nossa).

A cultura específica demonstra-se assim, o elemento mediador da eficiência qualitativa e aplicação de sua racionalidade ao seu escopo. O empenho do fazer bem a si, aprimorar sua técnica, depois dá a passagem para saber comandar, saber organizar e formar aqueles que vão ser os coordenados à sua inteligência criativa.

Pode-se perceber que, a cultura específica também implica a arte das relações. A cultura específica compreende as experiências em relações diplomáticas pois existe uma aprendizagem do líder durante o seu percurso sobre a proporção entre as coisas.

### 2.3 Experiências nas relações diplomáticas

Meneghetti (2007) entende que a diplomacia é uma arte, e deve ser gerida com inteligência mestra, isto é, capacidade de realizar o escopo necessário para o objetivo proposto. Fundamental elemento é concretizar a intencionalidade que realiza o sucesso de crescimento. Sucesso de crescimento significa que o resultado é acretivo para os muitos que participam das relações que compõem o escopo da ação.

*Qualquer coisa que se faça ou se venda, sempre se produz cultura, é sempre uma interação com a inteligência cultural do outro. Através do próprio produto ou serviço, o líder vende cultura, inteligência, espírito, produzindo *ser*. Eis porque o verdadeiro líder é uma *ponte*, um mediador também universal com a universal metafísica do ser: ele vende verdadeiramente satisfação, realização, um saber servir bem. Aqui começa o problema interior do líder: vende ignorância ou cultura?* (MENEGETTI, 2007, p. 182).

A lógica das relações diplomáticas implica em acréscimos, incrementos àqueles que fazem parte das relações para atingir o sucesso do negócio. Um grande operador social deve saber produzir pessoas funcionais ao seu escopo. Esta é uma capacidade de construção constante e contínua e, este é um problema que cada líder precisa resolver sozinho. Para ser um operador eficiente é necessário ser um artista no que concerne a diplomacia. Saber usar uma diplomacia estratégica, para vencer no contexto em que se atua é fundamental para um líder vencedor.

*Há uma arte em saber servir. Se quiserem encontrar o ponto da riqueza de alguém, verão que é sempre e somente identificável na própria pessoa, no modo pelo qual ela sabe fazer, ama o que vende, o que produz, o modo pelo qual faz tudo pela sua dignidade. Sendo um verdadeiro *líder*, sabe servir de modo superior. Ao final, então, o *líder* transcende o dinheiro, o trabalho “externo”, e qualifica constantemente a sua capacidade de servir melhor o outro. Quem sabe servir melhor o outro, de fato, é superior no jogo maravilhoso da vida universal.* ( MENEGETTI, 2009, p. 31).

O amor ao seu business emana carisma, credibilidade, bom gosto e informa aos colaboradores, compradores, fornecedores e parceiros este seu zelo em fazer bem o que faz, em servir da melhor forma possível todos que se relaciona. Também as relações diplomáticas são construídas pela sua capacidade de servir melhor o outro. Pode-se dizer então que, para desenvolver a arte da diplomacia é preciso “saber servir de modo superior”. Pois as relações diplomáticas se constituem em referência ao escopo da evolução qualificada da inteligência do líder em construção de seu *business*. “O líder ganha a sua pequena sociedade com dois aspectos: a) *valor do objeto* (o escopo que ele propõe, vende, oferta, ensina) e, b) a sua capacidade superior de *saber compreender e de saber servir*.” ( MENEGETTI, 2007, p. 191).

Existem variáveis que um líder durante a sua experiência de vida deve aprender, trata-se de um determinado modo, em determinado tempo com determinadas situações, com determinadas pessoas etc. A diplomacia é a arte das relações e proporções do seu *business* com clientes, fornecedores, mercados. É, a forma que a sua inteligência opera nas situações concretas do *business*.

### 3 Conhecimento Ontopsicológico

O conhecimento ontopsicológico diferencia-se por suas três descobertas exclusivas, que são campo semântico<sup>87</sup>, Em Si ôntico<sup>88</sup> e monitor de deflexão.<sup>89</sup> Essas descobertas permitem uma compreensão acerca da personalidade humana, nos seus aspectos conscientes e inconscientes.

O inconsciente é o quântico de vida e de inteligência por meio do qual nós existimos, mas não conhecemos, isto é, do qual não temos alguma reflexão consciente; é uma parte da vida e da inteligência do homem; uma parte divina,

---

<sup>87</sup> Como são conceitos chaves mas difíceis de exaurir neste trabalho, se faz uma definição e se remete ao aprofundamento nos livros específicos que tratam deste argumento. Sobre o campo semântico consultar também, do mesmo autor, o livro Manual de Ontopsicologia. Segundo Meneghetti “é a comunicação base que a vida usa no interior das próprias individualizações” (2001, p. 41), o ser vivente comunica, emana e recebe informações, e tais informações ocorrem independentemente da vontade, pois comunicamos a cada instante a nossa posição existencial, não como pensamos ou queremos, mas como somos e estamos no aqui e agora de nossa existência circunstanciada. Ver mais no livro MENEGETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. Recanto Maestro/RS: OntoEd, 2010.

<sup>88</sup> O Em Si ôntico é um projeto virtual e histórico, é a inteligência da vida que se presencia naquela individualização, naquele ser humano. Todo ser humano tem um em si ôntico que é parte transcendente mas que é histórico, e ele é o critério de sanidade e evolução de cada pessoa, por que ele, sendo inteligente, opera com os princípios de identidade e utilitarismo funcional. Portanto, identifica o que é útil e funcional para a sua evolução. Ver mais no livro MENEGETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. Recanto Maestro/RS: OntoEd, 2010.

<sup>89</sup> E, o monitor de deflexão, é um mecanismo ou programa adjunto ao aparelho psíquico humano, justamente antes da elaboração das informações pela consciência. A função do monitor de deflexão é alterar as informações das percepções e por isso, quando a consciência do indivíduo vai processar, a informação já foi modificada, e por isso, a razão não consegue entender o que acontece com o sujeito. Ver mais no livro MENEGETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. Recanto Maestro/RS: OntoEd, 2010.



contemporaneamente espiritual e animal, anjo e monstro. O inconsciente é intuição, percepção extra-sensorial, espiritual, lógica, intelectual; é o quântico de vida psíquico e somático que o indivíduo é, mas do qual não é consciente e que age, de qualquer modo, além da lógica da consciência. A essência do inconsciente corresponde ao Em Si do homem (MENEGHETTI, 2001, p. 84).

A compreensão da linguagem inconsciente é possível através da consultoria de autenticação. A consultoria de autenticação possibilita à pessoa reorganizar de modo progressivo o seu mundo interior a partir da vorialidade da ordem primeira que existe dentro de si, daquela inteligência vital que é o cerne da vida, do ser ou não ser de cada existente. “O inconsciente é intuição, percepção extra-sensorial, espiritualidade, lógica intelectual (idem)”. A aprendizagem implica em reeducar o eu lógico histórico, a considerar e a “ler” as informações do inconsciente.

Porém, a parte consciente é apenas 20% e a parte inconsciente, representa 80% (BERNABEI, 2010). “O inconsciente tem o seu alfabeto e segundo como o usa, forma imagens ou direção de sentido [...] Lendo os sinais do inconsciente, o sujeito individua o modo como está, mas para compreender deve ser sadio” (MENEGHETTI, 2010, p. 58-59). O inconsciente sempre informa, contudo, o ser humano não aprendeu a considerar e ler esta informação. Esta pode ser recuperada por meio do conhecimento da informação orgânica que diz respeito à linguagem não verbal e as informações recebidas por meio do campo semântico<sup>90</sup>. Também outro modo de recuperar a informação do inconsciente é por meio do sonho. A informação contida no sonho é um elaborado de dados do Em Si ôntico, essa é a informação que é direta emanção da sua pulsão e, sendo para Meneghetti (2010) sem os filtros do monitor de deflexão porque deriva diretamente do composto orgânico da pessoa.

O sonho é escrito pela integral natureza do sujeito, mesmo que seja inconsciente. Inconsciente é a parte de si mesmo que não se conhece, mas que existe, é ativa, e até mesmo, parece ser a parte mais forte de todo homem. É o grande mundo desconhecido que cada um é e não sabe, portanto é um desafio para a ciência. O próprio homem é muito maior do que aquilo que ele pensa, só que deve sabê-lo conscientizar e depois racionalizar. (MENEGHETTI, 2007, p. 27).

Para compreender e atuar a atitude correta é necessário o conhecimento do código onírico o qual foi desenvolvido por Meneghetti (2010). O autor recupera os antigos estudos desde o tempo gregos, egípcios, os conhecimentos bíblicos e as formulações da escolástica. Ao longo da história da humanidade, os sonhos eram informações muito importantes e consideradas.

Segundo a Foil, os antigos consideravam o sonho como a mensagem de uma divindade. Na religião grega eram chamados oneíam e figuravam entre as divindades inferiores: filhos da noite. Em Roma, os Somnis eram filhos do Sono e eram tantos que ninguém os contava-se ao moderno (MENEGHETTI, 2003, p. 176).

Para o líder, essa informação é fundamental porque com ela possui uma posição de compreensão da totalidade das informações do real, tem acesso ao dado do real e por isso, pode tomar não apenas decisões acertadas, mas progressivamente evoluir em seu *business*. Aprendendo a considerar o inconsciente, identificar, distinguir e escolher agir na direção

---

<sup>90</sup> O campo semântico é a “comunicação base que a vida usa no interior de suas individualizações” ou ainda “transdutor de informação sem deslocamento de energia” (MENEGHETTI, 2008, p. 41). Ver mais no livro MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. Recanto Maestro/RS: OntoEd, 2010.

daquelas informações que o conduzem à realizar seu potencial, aos poucos o líder realiza o processo de autenticação da sua consciência, reeduca seu modo de proceder em sentido cônico com sua identidade. Isto é, na consultoria é realizada a verificação se o proceder das escolhas da pessoa estão conforme a lógica intrínseca da vida, se existe reversibilidade entre o dado real e aquilo que o sujeito percebe dele. Assim, sua consciência pode escolher e agir de modo cada vez mais a incrementar a evolução de sua personalidade e, sendo o líder um ser social, impacta positivamente no contexto em que opera na sociedade.

O conhecimento em ontopsicologia adquire-se por meio do estudo e formação acadêmica, desenvolvendo e ampliando a racionalidade e, por meio do processo de autenticação e metanóia que é derivado da aplicação dos instrumentos de intervenção. Estes, dois modos constituem a formação *lifelong learning* que é a formação e atualização continuada e progressiva dos dados pela consciência a fim de que possa ser colhida a semovência do real. Deste modo, as informações coletadas com a empresária demonstram um longo processo formativo por meio dos instrumentos de intervenção<sup>91</sup> da metodologia ontopsicológica.

Com esse conhecimento, a ação da pessoa torna-se uma fundada sobre a intencionalidade ou a lógica do real como ele acontece sem a mediação das informações dos estereótipos e da *doxa* do composto sócio-histórico. A reimpostação de seus modelos mentais ou de sua consciência lhe permite atuar sua vida com precisão e com satisfação de existir. Para o indivíduo tornar-se autêntico deve refundar a consciência individual sobre a identidade de natureza; juntamente com o estudo racional contínuo de anos do conhecimento da ciência ontopsicológica. Revelou a empresária “*para mim, além de uma responsabilidade individual é uma escolha constante*” (entrevista).

Segundo Meneghetti (2010) é preciso ter uma cultura transcendente, pois todos os homens mais ricos a possuem. Cultura transcendente significa

[...] acrescentar aquele saber que te faz primeiro na mente da vida. A cultura do primado da mente é a alegria do rico, mas sobretudo, a garantia da funcionalidade racional do *business*. O empresário superior une o primado da mente em todos os seus aspectos sem ser religioso. Ele gosta de exercitar a sua inteligência como obra de arte (p. 121).

Conforme a entrevista, a empresária relata que “*aprendeu que cada ser humano possui o livre arbítrio, para ser, é preciso querer ser*”. Por isso, deve se colocar naquela intencionalidade que formaliza o seu querer na direção precisa, sem essa premissa não se realiza a intenção e, é necessário escolher o estilo de vida que lhe consente o sucesso.

O instrumento de intervenção utilizado na formação de líderes pela escola Ontopsicológica é o Residence. O objetivo deste instrumento é o de realizar uma imersão total de três a sete dias em um ambiente cujas proporções ressaltem a positividade da existência individual e, seu escopo último é a verificação existencial, para Meneghetti (2010) fazer um residence significa:

substancialmente *verificar se o próprio estado de ser e a própria produção de vida são ou não funcionais ao crescimento, ao bem estar e a satisfação de toda unidade de ação que se é*. Portanto, verifica-se se o próprio modelo de vida – além de sadio – está também em gestão eficiente de sucesso (o grifo é do autor) (p. 387).

---

<sup>91</sup> Os instrumentos de intervenção da escola ontopsicológica são: psicoterapia individual e de grupo, consultoria de autenticação, consultoria empresarial, imagogia, cinelogia, psicotea, melolística, melodance, hidromusica solar, residence, isomaster. Ver mais no livro MENEGHETTI, A. **Manual de Ontopsicologia**. Recanto Maestro/RS: OntoEd, 2010.

Deste modo, é um instrumento de grande valia para a formação de líderes pois auxilia a tomada de consciência na medida em que faz a verificação se o líder está sendo coerente em seu estilo de vida, pois sem coerência não consegue colher racionalmente a intuição a fim de fazer as escolhas focadas sobre o seu *core business*.

## Conclusão

Este estudo de caso analisou a trajetória de uma empresária que realizou um percurso empresarial focado em seu *core business* seguindo os pressupostos da formação contidos na psicologia do líder (MENEGHETTI, 2007). Para este autor, o *core business* do empresário deriva da própria vocação ôntica, a qual deve ser individuada, especificada e desenvolvida por meio de um processo de formação *lifelong learning*. Porém é preciso uma coerência de estilo de vida do líder, neste *case*, demonstrou-se que o percurso de formação focado no *core business*, por meio dos instrumentos da escola ontopsicológica a empresária revela ter reimpostado seus modelos mentais e comportamentais em relação às próprias potencialidades naturais.

O maior diferencial observado foi a mentalidade da empresária que estuda a teoria e método ontopsicológico, pois modificou com isso, a forma de se portar e de se responsabilizar frente a um problema, a uma dificuldade. Percebeu-se neste *case* a constante busca pelo aprimoramento pessoal, conforme seu potencial. Quando a pessoa está centrada em seu potencial, trabalha por prazer e em sintonia com a sua natureza. É livre e busca para trabalhar consigo pessoas que queiram crescer e que tenham ambição. Seu crescimento pode ser constatado também em seus colaboradores, pois a empresária instituiu uma política de formação que proporciona ensino superior aos seus colaboradores, sendo este também um diferencial seu. Retornando a gostar do estudo, fomenta aos colaboradores o acesso à educação superior, promovendo o acesso ao conhecimento diferenciado os qualifica ainda e por consequência qualifica seu *business*.

Por isso, para atingir o sucesso, os pequenos detalhes fazem a diferença; é um cuidado primoroso, artesanal, personalizado. Contudo, o potencial de inteligência humano é vital e fator determinante e necessário hoje para a continuidade e sucesso da empresa. É preciso uma pessoa com mentalidade global, porém agindo localmente e fazendo acontecer o melhor de si para satisfazer as necessidades e o desejo do seu cliente (MENEGHETTI, 2001, 2007, 2010).

Recuperar o projeto de personalidade e de capacidade natural do indivíduo foi o diferencial para esta empresária que com as poucas possibilidades que dispunha no momento do início de seu negócio, conseguiu se superar e chegar a uma nova estrada que está apenas no início, conforme relatou. E a estrada aberta possui novos desafios e novos crescimentos a serem atuados. Deste modo, a empresária relata que cada passo que se deu descobriu novas fronteiras a serem ultrapassadas, e este se tornou o motor constante do seu crescimento.

Entrar na lógica intrínseca das coisas, da vida e da realização implica na percepção de que o único limite é dado pelo próprio operador social. As possibilidades são infinitas, mas a cada nova passagem é preciso uma nova impostação de comportamento, de vontade, de coerência. “Partindo do princípio que existe capacidade superior para executar o escopo individuado, é necessário observar as três formas substanciais e existenciais da personalidade do líder” (MENEGHETTI, 2007, p. 17). Estas três formas são: 1) formação cultural (cultura geral e cultura específica e experiência nas relações diplomáticas); 2) transcendência dos estereótipos; 3) conhecimento ontopsicológico. O Eu Lógico Histórico deve ser um funcionário fiel Em Si ôntico que é bússola natural do humano. O crescimento é verificado pelos frutos, que a empresária colheu em pouco tempo.

A realização existe e é possível ao homem protagonista responsável, capaz de reportar a lógica do eu à lógica do Em Si ôntico. A conclusão a que se chega é que a intuição consente a direção, e o conhecimento e a preparação técnica dão instrumentos à intuição de realizar-se na história. O objetivo da viagem deve ser claro e não se pode descuidar do seu roteiro. Todo o restante (planejamento, planilhas, controles, custos) são ferramentas funcionais, mas não decisivas na tomada de decisão. Porém de nada adianta o conhecimento se este não for administrado por um gestor verdadeiramente humano e capaz da compreensão total da intuição. Portanto, existe um modo, uma forma *mentis*, uma psicologia que porta ao sucesso, a realização e a alegria de existir que o líder pode escolher.

A vida nos brinda com alegria e realização existencial; porém se constrói a cada escolha. “É necessário viver com admiração de si mesmo, porque o primeiro bem é si mesmo, o único fulcro onde a vida se repousa. Se a vida se repousa em um realizado, é justo que o realizado participe dessa realização” (MENEGETTI, 2003b, p.107). E ao construir a própria empresa e realizar a intuição na história, a satisfação e a plenitude existencial são vividas como norma cotidiana (MENEGETTI, 2001).

## Referências

- ABBAGNANO, N. Dicionário de Filosofia. São Paulo: Martins fontes, 2000.
- BAGGIO, M. L. Da mulher família à mulher empresária. Tese apresentada UESP. Especialização em Psicologia com Abordagem em Ontopsicologia, 2007. 110 p.
- BARROS, B. T. e PRATES, M. A. S. O estilo brasileiro de administrar. São Paulo: Atlas, 1996.
- BERNABEI, P. Up-Stream control. In: MENEGETTI, A. et. al. Psicologia Impresariale. Marudo/IT: FOIL, 2010.
- CALDEIRA, Jorge. História do Brasil com empreendedores. São Paulo: Mameluco, 2009.
- GREATTI, L. Perfis empreendedores: análise comparativa das trajetórias de sucesso e do fracasso empresarial no Município de Maringá. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Estadual de Londrina. 2003, 167 p. Disponível em <http://www.ppa.uem.br/defesas/pdf/dis028.pdf>. Acesso em 5 de maio de 2010.
- MENEGETTI, A. et al. Atti del congresso business intuition 2004. Terni: FOIL, 2007.
- MENEGETTI, A. Aprendiz líder. São Paulo: FOIL, 2009.
- MENEGETTI, A. Dicionário de Ontopsicologia. São Paulo: OntoEd, 2008.
- MENEGETTI, A. Isomaster: um ensaio sobre a infalibilidade econômica. Brasília: OntoEd, 2001.
- MENEGETTI, A. La psicologia del Líder. 3a. ed. Roma: Psicologica Editrice, 2007.
- MENEGETTI, A. Manual de ontopsicologia. Recanto Maestro/RS: OntoEd, 2010.
- MENEGETTI, A. Nova Fronda Virescit: em busca da alma. Vol. III. Recanto Maestro/RS: OntoEd, 2006.
- MENEGETTI, A. Psicologia da organização. São Paulo: FOIL, 2003b.
- MENEGETTI, A. Psicologia do Líder. Recanto Maestro/RS: OntoEd, 2007.
- MENEGETTI, A. Psicologia managerial. São Paulo: FOIL, 2003.
- PEIXOTO FILHO, H. P de Melo. O empreendedorismo como um processo: um estudo de casos múltiplos. Dissertação de Mestrado. Administração. PUC-SP, São Paulo, 2009.
- YIN, Robert K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2a. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.