



Revista de Administração Contemporânea

ISSN: 1415-6555

ISSN: 1982-7849

Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação
em Administração

Corrêa, Victor Silva; Vale, Glaucia Maria Vasconcellos;
Melo, Pedro Lucas de Resende; Cruz, Marina de Almeida
O “Problema da Imersão” nos Estudos do Empreendedorismo: Uma Proposição Teórica
Revista de Administração Contemporânea, vol. 24, núm. 3, 2020, Maio-Junho, pp. 232-244
Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração

DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2020190096>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84062698004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UAEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Artigo de Pesquisa

O “Problema da Imersão” nos Estudos do Empreendedorismo: Uma Proposição Teórica

“The Problem of Embeddedness” in Entrepreneurship Studies: A Theoretical Proposition



Victor Silva Corrêa¹
Gláucia Maria Vasconcellos Vale²
Pedro Lucas de Resende Melo¹
Marina de Almeida Cruz²

RESUMO

Objetivo: o artigo procura investigar o conceito de imersão e sua influência aos estudos do empreendedorismo. **Metodologia:** o trabalho, um ensaio teórico, apropria-se da literatura sobre *embeddedness* de Granovetter, e associa-a a proposições clássicas da sociologia econômica de Karl Polanyi. Reflexões relacionadas às estruturas de reciprocidade e redistribuição são, aí, enfatizadas. **Resultados:** evidências sugerem que o conceito de imersão de Granovetter acaba por não romper com a lógica utilitarista que caracteriza os estudos subsocializados dos quais critica. O mesmo ocorre quando o conceito é empregado por pesquisadores do empreendedorismo. Embora implícita à origem da associação entre “imersão e empreendedorismo” se encontre a noção do empreendedor enquanto criador de redes, isto é, como agente influenciado pelos recursos derivados das estruturas nas quais se encontram imersos, estudiosos da área acabam por endossar o pressuposto do ator interessado. **Conclusões:** o artigo chama a atenção dos pesquisadores do empreendedorismo para a repercussão, ainda pouco explorada, de outros tipos de imersão social (Reciprocidade e Redistribuição). Ao mesmo tempo, sugere por meio da “imersão total” a criação de novo modelo analítico, eventualmente capaz de ampliar as reflexões sobre as influências da imersão em diferentes estruturas à trajetória empreendedora. Finaliza com novas proposições, com destaque para abordagens e sugestões de investigações ainda hoje inexploradas.

Palavras-chave: imersão; empreendedorismo; reciprocidade; redistribuição; mercado.

Classificação JEL: L26, A2, L21.

¹ Universidade Paulista, Programa de Mestrado em Administração, São Paulo, SP, Brasil.

² Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Programa de Pós-graduação em Administração, Belo Horizonte, MG, Brasil.

ABSTRACT

Objective: the paper seeks to investigate the concept of embeddedness and its influence on entrepreneurship studies. **Method:** the paper is a theoretical essay. It appropriates Granovetter's embeddedness literature and associates it with classical propositions of Karl Polanyi's economic sociology. Reflections related to the structures of reciprocity and redistribution are emphasized. **Results:** evidence suggests that Granovetter's embeddedness concept ends up not breaking with the utilitarian logic that characterizes the sub-socialized studies in which it criticizes itself. The same is true when the concept is employed by entrepreneurship researchers. Although implicit in the origin of the association between “embeddedness and entrepreneurship” is the notion of the entrepreneur as a network creator, that is, as an agent influenced by the resources derived from the structures in which they are embedded, scholars of the area endorse the interested actor's assumption. **Conclusion:** the article draws the attention of entrepreneurship scholars to the still unexplored repercussions of other types of social embeddedness (Reciprocity and Redistribution). At the same time, it suggests through “total embeddedness” the creation of a new analytical model, eventually capable of broadening the reflections of scholars about the influences of embeddedness in different structures. The paper concludes with new propositions, highlighting approaches and suggestions for investigations that are still unexplored.

Keywords: embeddedness; entrepreneurship; reciprocity; redistribution; market.

Como citar: Corrêa, V. S., Vale, G. M. V., Melo, P. L. de R. & Cruz, M. de A. (2020). “The problem of embeddedness” in entrepreneurship studies: A theoretical proposition. *Revista de Administração Contemporânea*, 24(3), 232-244. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2020190096>

Editor-chefe: Wesley Mendes-Da-Silva (Fundação Getúlio Vargas, EAESP, Brasil)
Pareceristas: Liliane Guimarães (PUC Minas, Programa de Pós-graduação em Administração, Brasil)
Um dos indivíduos revisores optou por não ter sua identidade divulgada.

Recebido em: 02/03/2019
Última versão recebida em: 18/06/2019
Aceite em: 02/08/2019

de revisores convidados até a decisão:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1ª rodada	(X)		(X)	(X)					
2ª rodada		(X)							

INTRODUÇÃO

A literatura sobre economia neoclássica, expressa “na visão dos indivíduos como *Homo Economicus*” (Granovetter, 1990, p. 14), ganhou, sobretudo nas últimas décadas, particular destaque nos estudos da Administração. Com efeito, “os valores de mercado, [até então] utilizados para explicar e apoiar somente as transações classicamente econômicas, [passaram a partir do último quarto do século XX], a explicar a prestação de serviços da administração” (Migone, 2011, p. 355), de modo geral, e do empreendedorismo, aqui de interesse particular. Insere-se, na essência da literatura neoclássica, a existência de algumas concepções fundamentais.

Uma delas, aqui de interesse particular, relaciona-se à maximização utilitária da ação, conceito originalmente edificado por Adam Smith. Prevalece na literatura sobre o tema a noção de que as decisões dos atores econômicos seriam “baseadas no cálculo racional das ... escolhas possíveis” (Beckert, 2013, p. 219). Nesta vertente de raciocínio, os atores seriam interpretados como essencialmente egoístas, independentes, autossuficientes e autônomos. Isto é, tomariam decisões “de maneira isolada da de outros agentes” (Krippner, 2002, p. 776). Tal característica impactou, inclusive, estudos sobre empreendedorismo. Inseriu-se sob a literatura da área a ideia, advinda da economia, de que os empreendedores seriam autônomos e autossuficientes (Hmieleski, Carr, & Baron, 2015; Tok & Kaminski, 2018). Eles seriam capazes de alterar, até mesmo, “o próprio paradigma tecnológico ou produtivo existente” (Vale, Wilkinson, & Amâncio, 2008, p. 8).

Com efeito, salienta Colbari (2007) como os empreendedores são “portadores de qualidades e habilidades excepcionais” (p. 9); como eles possuem atributos capazes de diferenciá-los em relação aos demais (ver, por exemplo: Hmieleski et al., 2015; Tok & Kaminski, 2018). Nesta linha de pensamento, “o sucesso dos ... empreendimentos estaria fundamentalmente associado às características comportamentais do empreendedor” (Ostgaard & Birley, 1996, p. 37); o “desempenho de [suas] empresas [seria] reflexo direto de suas características e seus comportamentos” (Hmieleski et al., 2015, p. 292). A perspectiva que associa o empreendedor a um agente autônomo não é necessariamente recente. Remonta à Schumpeter (1982/1911), considerado o “teórico do empreendedorismo por excelência” (Martinelli, 2009, p. 210). Para o autor, o empreendedor é “um tipo especial, ... a força motriz de grande número de fenômenos significativos” (Schumpeter, 1982/1911, p. 58). Em sua visão, “o empreendedorismo é compreendido como resultado

da ação de agente único: o empreendedor” (Ferrary & Granovetter, 2009, p. 327).

A noção da ação econômica – dentre a qual se insere aquela realizada pelos empreendedores (Granovetter, 1992a) – como essencialmente derivada de agentes autônomos e autossuficientes, foi fortemente criticada por Granovetter (1985) em artigo hoje clássico, considerado o fundador da Nova Sociologia Econômica (Eisenberg, 2011; Graça, 2012). Segundo o autor, “qualquer descrição da interação humana que limite a explicação aos interesses individuais acaba por abstrair aspectos fundamentais da relação” (Granovetter, 2002, p. 36). Em outras palavras, para Granovetter (1985), os indivíduos não se comportariam como átomos abstraídos de dado contexto social, cuja ação seria sempre racionalmente motivada, instrumental e calculada. Ao invés disso, salienta o autor, “suas tentativas de ação intencional estariam” (Granovetter, 1992b, p. 32) “imersas em sólidos e contínuos sistemas de relações sociais” (Granovetter, 1985, p. 486). Ao sustentar isto, Granovetter acabou, por meio do *embeddedness*, criando um dos “mais influentes conceitos da ciência social ao longo das últimas décadas” (Lewis & Chamlee-Wright, 2008, p. 107).

Com efeito, sob “muitas maneiras, o trabalho de Granovetter criou uma mudança paradigmática e preencheu o buraco estrutural que existia entre a sociologia econômica e o campo da moderna pesquisa do empreendedorismo” (McKeever, Anderson, & Jack, 2014, p. 224). A partir dele, diferentes autores passaram “a questionar a visão generalizada [dos] empreendedores como atores econômicos isolados” (Hoang & Antoncic, 2003, p. 167); começaram a chamar a atenção para a necessidade de se incorporar à figura do empreendedor a noção, relacional, segundo a qual tais indivíduos se encontrariam imersos em estruturas socioeconômicas capazes de influenciá-los (Lajqi & Krasniqi, 2017; Shan, Smith, Smith, & Shaw, 2017; Song & Ju, 2016; Song, Min, Lee, & Seo, 2017; Stam, Arzlanian, & Elfring, 2014; Williams, Huggins, & Thompson, 2017, entre outros). Lajqi e Krasniqi (2017), por exemplo, enfatizam como os empreendedores só “podem ser compreendidos e interpretados se nós os posicionarmos dentro ... das redes sociais, e não somente como tomadores de decisão atomizados que maximizam suas próprias utilidades” (p. 387). Ferrary e Granovetter (2009) por sua vez, salientam como o “sucesso das empresas não é o resultado somente da qualidade de um empreendedor ..., mas, também, de sua imersão em complexas redes sociais” (p. 337). Finalmente, Williams, Huggins e Thompson (2017) argumentam como o empreendedorismo é “inerentemente um processo socializado baseado em redes sociais informais que fornecem recursos valiosos” (p. 719).

Note como tal argumento contrasta “a noção de que existe algum motivo puro e invariante dirigindo o comportamento humano” (Krippner & Alvarez, 2007, p. 227); contrapõe à “postura adotada pelos neoclássicos que compreendem o agir econômico como [resultado de] decisão atomizada fora de contexto social” (Costa & Souza, 2009, p. 9). Em outras palavras, “implicitamente ou explicitamente, os fornecedores da visão Granovetteriana de imersão rejeitam a existência do *Homo Economicus*” (Krippner & Alvarez, 2007, p. 227). Segundo autores desta linha de pensamento, o “agente com autointeresse que maximiza as decisões de uma maneira isolada da de outros agentes, é pouco mais que uma ficção” (Krippner & Alvarez, 2007, p. 227). Neste sentido, o “reconhecimento crescente dos empreendedores como atores socializados”, salientam McKeever, Anderson e Jack (2014), “é visto por muitos como ajuste corretivo baseado na crescente insatisfação com a ... a parcimônia dos modelos econômicos neoclássicos” (p. 222).

Mas, será que o conceito de imersão de Granovetter – compreendido como a “extensão na qual a ação econômica está conectada ou depende das ações ou instituições que não são econômicas em conteúdo, objetivos ou processos” (Granovetter, 2005, p. 35) –, de maneira geral, e os estudos sobre empreendedorismo baseados em uma perspectiva relacional daí derivada, e aqui de interesse particular, romperam com a lógica utilitarista que caracteriza os estudos subsocializados dos quais critica? Em outras palavras, será que os pesquisadores do empreendedorismo compreendem os empreendedores como agentes imersos em estruturas sociais a partir de dimensão que ultrapassa sua natureza atomizada, fundamentada nos princípios do autointeresse? Este artigo, de natureza essencialmente teórica, insere-se na essência destas reflexões (Sobre características e atributos para trabalhos de desenvolvimento teórico, recomenda-se: Fulmer, 2012; Gilson & Goldberg, 2015; Hillman, 2011; Meneghetti, 2011; Van de Ven, 1989; Whetten, 1989). Procura, de maneira inovadora aos estudos da área, investigar o conceito de imersão e sua influência sobre os trabalhos do empreendedorismo. Faz isto através da apropriação da literatura sobre *embeddedness* de Granovetter (1985), associada, ao mesmo tempo, a proposições clássicas da sociologia econômica de Karl Polanyi (2000, 2018). Reflexões relacionadas às estruturas de reciprocidade e redistribuição, ainda intocadas por pesquisadores da Administração no Brasil, são, aí, enfatizadas. Ao fazer isso, este artigo acaba por tecer importantes contribuições. Primeira, chama a atenção dos estudiosos da área para a repercussão, ainda pouco explorada, de outros tipos de imersão social (Reciprocidade e Redistribuição). Segunda, sugere a criação de novo modelo analítico,

eventualmente capaz de ampliar as reflexões dos estudiosos sobre as influências da imersão em diferentes estruturas à trajetória empreendedora. Além disso, elabora proposições aos estudiosos do empreendedorismo, com destaque para novas abordagens e sugestões de investigações, ainda hoje inexploradas.

Tais esforços não se demonstram em vão. Salienta Barber (1995) como “melhor entendimento do relacionamento entre trocas de mercado, de um lado, e trocas sociais, [aqui expressas no papel desempenhado pela imersão,] por outro, é essencial para clarificar ambos os conceitos” (p. 395). Este é o caso ainda hoje. De fato, mesmo atualmente, “as pesquisas ... sobre redes têm se concentrado fortemente sobre os laços de mercado e em menor grau sobre os laços referenciais” (Ahuja, Soda, & Zaheer, 2012, p. 443). Em levantamento por títulos (*embedde* and/or social structure* | imersão *and/or* Estrutura social) de artigos disponíveis no “Portal de Periódicos da Capes” e publicados nos últimos 5 anos, poucos trabalhos, todos internacionais (Jerolmack & Tavory, 2014; Julien, Favre, Chatellet, & Lazega, 2016; Ozdemir, Moran, Zhong, & Bliemel, 2014; Tok & Kaminski, 2018), procuraram, tal como aqui proposto, investigar o conceito de imersão e suas potenciais conexões com estudos econômicos. Ainda assim, voltam-se a contextos distintos do de empreendedorismo, aqui de interesse particular. Salientam McKeever et al. (2014) como o estudo sobre a “importância do contexto social [aos] empreendedores ... está apenas no começo” (p. 231).

Ao mesmo tempo, quando análises buscam associar as temáticas sobre *embeddedness* e empreendedorismo (ver, por exemplo: Jack & Anderson, 2002; Kenney & Goe, 2004, entre outras), fazem-nas de modo teórico-empírico, e em reflexões que desconsideram a relevância e o impacto das estruturas de reciprocidade e redistribuição (Polanyi, 2000, 2018), aqui enfatizadas. Com efeito, enquanto Jack e Anderson (2002) exploram “como os empreendedores usam a estrutura na criação e operação de seus negócios” (p. 467), Kenney e Goe (2004), por sua vez, buscam elucidar como as instituições nas quais professores universitários estão imersos “influenciam suas atividades empreendedoras” (p. 692). Além disso, estudos que associam *embeddedness* e empreendedorismo acabam muitas vezes por não refletir sobre o próprio conceito de imersão, tomando-o como estabelecido, e, com isso, adotando-o sob perspectiva eventualmente circunscrita, aqui também objeto de análise.

Derivaria desta reflexão uma segunda lacuna de pesquisa. Ela se relacionaria à própria noção de imersão tal como edificada por Granovetter (1985). Argumentam Krippner e Alvarez (2007) como

“resolução completa das ambiguidades associadas ao conceito ... permanece indefinida” (p. 227); como “o conceito continua fonte de enorme confusão” (McKeever et al., 2014, p. 222). Note como há, ainda hoje, diferentes “oportunidades para desvelar a própria noção de imersão social” (McKeever et al., 2014, p. 232). Finalmente, uma terceira lacuna se associaria, de modo geral, à própria abordagem da sociologia econômica. Alerta Swedberg (2007) como a área “não é muito inovadora e arrojada” (p. 1035); como ela “precisa de mais ideias” (Swedberg, 2007, p. 1035). Este artigo se insere justamente aí. Procura preencher partes destas diferentes lacunas.

O PROBLEMA DA IMERSÃO

Conquanto reflexões sobre sociologia econômica remontem a autores clássicos, tais como Weber, Thurnwald, Ruggie, entre outros que tentavam “enunciar os pressupostos ... de uma ciência social” (Raud-Mattedi, 2005, p. 127), foi somente a partir dos trabalhos de Granovetter (1985) que as críticas à desatenção dos economistas “ao papel das relações sociais” (Swedberg, 2004, p. 26) e o fim do “desdém recíproco que separavam economistas de sociólogos” (Peixoto & Marques, 2003, p. 201) ganharam destaque particular (Krippner & Alvarez, 2007). De fato, em artigo hoje clássico publicado em 1985 (Graça, 2012; Raud-Mattedi, 2005) e considerado um dos fundadores da Nova Sociologia Econômica (Beckert, 2009), um “dos textos sociológicos ... mais citados das últimas décadas” (Eisenberg, 2011, p. 61), o autor se apropriou do argumento de *embeddedness* originalmente criado por Polanyi (Kaup, 2015). Salienta-se que o termo *embeddedness* “não possui correlato em português” (Schneider & Escher, 2011, p. 196). Será, neste trabalho, compreendido pelas expressões análogas Imersão (Schneider & Escher, 2011), Enraizamento (Chien, Chen & Hsu, 2012) e Incrustação (Graça, 2012). Ao defender “o enraizamento social de toda ação econômica” (Beamish, 2007, p. 995), Granovetter acabou por reivindicar o “emprego da análise de redes em sociologia econômica, uma agenda que vem sendo sustentada por ele desde então” (Swedberg, 2004, p. 11).

A abordagem da incrustação de Granovetter se insere em meio à crítica do autor a duas correntes teóricas fundamentais (Granovetter, 1985). A primeira é derivada dos estudos de Wrong (1961) e se denomina supersocializada. Associa-se ao Fator Analítico da Visão, um dos legados de Talcott Parsons. Nesta abordagem, as instituições são compreendidas como “estruturas normativas” (Barber, 1998, p. 79); ela “retrata os atores como completamente socializados” aos ditames das

normas consensualmente desenvolvidas (Simsek, Lubatkin, & Floyd, 2003, p. 440). Segundo esta perspectiva, o comportamento dos indivíduos seria fundamentalmente “orientado por ‘valores supremos’” (Krippner, 2002, p. 789), isto é, “regido pelo contexto social” (Simsek et al., 2003, p. 440). Em outras palavras, a abordagem supersocializada se baseia na ideia de que “as ordens em uma hierarquia provocar[iam] obediência passiva ..., suprimindo todo conflito com seus próprios interesses” (Granovetter, 1985, p. 505). Nela, “pessoas [seriam] predominantemente sensíveis às opiniões de outras ... e, portanto, obedientes aos ditames das normas e valores consensualmente desenvolvidos e internalizados através da socialização” (Granovetter, 1992b, p. 28).

A segunda abordagem, por sua vez, denomina-se subsocializada. Relaciona-se aos estudos econômicos derivados das perspectivas clássica e neoclássica. Nesta vertente de raciocínio, os atores são compreendidos como *Homo economicus* (Barber, 1995), cujo comportamento deve se restringir às questões relacionadas somente ao preço. O objetivo, portanto, é o de “comprar barato e vender caro” (Barber, 1995, p. 398). Isto é, insere-se sobre a perspectiva subsocializada a noção de que a “ação racional ou instrumental”, fundamentada na “raiz de um ‘individualismo metodológico’” (Granovetter, 2002, p. 35), explicaria todas as atividades das pessoas. Neste contexto, “as relações pessoais são frias e atomísticas; se existem laços ou contratos entre as partes, [estes seriam] mais uma questão de autointeresse, um comportamento em busca do lucro que um compromisso voluntário ou um comportamento altruísta” (Krippner et al., 2004, p. 119). Note como à abordagem subsocializada os indivíduos seriam essencialmente impessoais, frios (Uzzi, 1997), egoístas, hiper-racionais, utilitaristas (Biggart & Beamish, 2003), independentes (Krippner et al., 2004), autointeressados (Coleman, 1988) e isolados (Krippner, 2002). Com efeito, “no modelo neoclássico, a eficiência e a maximização do lucro dependem, apenas, do comportamento de busca individual” (Uzzi, 1997, p. 50).

Segundo Granovetter (1985, 1992a), os atores econômicos, dentre os quais se inserem os empreendedores, não “aderem servilmente a um roteiro escrito para eles por uma interseção de categorias socioculturais”, nem, tampouco, comportam-se “ou decidem como átomos que se encontram fora de um contexto social” (Granovetter, 1992b, p. 32). De fato, “uma análise frutífera de qualquer ação humana”, enfatiza o autor, “requer de nós evitar a atomização presente nos extremos teóricos das visões sub e supersocializada” (Granovetter, 1992b, p. 32). O autor sugere uma “terceira proposta” (Raud-Mattedi, 2005, p. 65), uma espécie de “meio-termo entre as visões

sub e supersocializada” da ação (Granovetter, 1985, p. 509): a “de que os comportamentos e as instituições a serem analisados são tão compelidos pelas contínuas relações sociais que interpretá-los como elementos independentes representa grave mal-entendido” (Granovetter, 1985, p. 482). Isto é, o “comportamento [dos indivíduos] está profundamente imerso em redes de relações interpessoais” (Granovetter, 1985, p. 507).

Ao defender a ideia de que toda ação “está imersa em redes de relações pessoais ao invés de serem realizadas por atores atomizados” (Granovetter, 1992a, p. 4), Granovetter acabou edificando com a noção de *embeddedness* “um dos ‘mais influentes conceitos da ciência social’ (Lewis & Chamlee-Wright, 2008, p. 107); ele lançou “as bases para a institucionalização de nova abordagem para a sociologia econômica” (Ballarino & Regini, 2008, p. 351). Salienta Eisenberg (2011) como, nas últimas décadas, “o aumento no reconhecimento da sociologia econômica é impressionante” (p. 57); como a literatura sobre as “redes tem se tornado a mais avançada influência dentro” desta área (Beckert, 2009, p. 42). Atualmente, é possível perceber como a “imersão é ... muito usada mesmo além da sociologia econômica” (Barber, 1995, p. 387). O campo da administração é um deles. Com efeito, enfatiza Martes (2009) como o conceito de imersão pode ser “utilizado para se compreender inúmeros fenômenos contemporâneos ... nas áreas da Administração Pública e Privada” (p. 21).

Inserir-se-iam, aí, estudos sobre *startups* (Shirokova, Tsukanova, & Morris, 2018), internacionalização (Leppäaho, Chetty, & Dimitratos, 2018); sustentabilidade (De Clercq, Thongpapanl, & Voronov, 2018), inovação (Hermanson, McKelvey, & Zaring, 2018), responsabilidade social corporativa (Reimsbach, Braam, & Wang, 2018), desenvolvimento regional (Terstriep & Lüthje, 2018), entre outros. Um deles, aqui de interesse particular, relaciona-se ao fenômeno do empreendedorismo (ver, por exemplo: Greenberg, Farja, & Gimmon, 2018; Lajqi & Krasniqi, 2017; McKeever et al., 2014; Smith et al., 2017; Stam et al., 2014). De fato, sob “muitas maneiras, o trabalho de Granovetter criou uma mudança paradigmática e preencheu o buraco estrutural que existia entre a sociologia econômica e o campo da moderna pesquisa do empreendedorismo” (McKeever et al., 2014, p. 224). Atualmente, a “imersão social é extremamente útil ... ao estudo do” campo (McKeever et al., 2014, p. 223). Salientam McKeever et al. (2014) como é “um conceito firmemente estabelecido” (p. 231) no estudo da área.

Apesar disto, isto é, a despeito das enormes contribuições do conceito de imersão, Granovetter não ficou inerte à manifestação de diferentes críticas. Inseriram-se, aí: (a) falta de corpo teórico

unificado (Graça, 2012; Krippner & Alvarez, 2007; Swedberg, 2007). Com efeito, “a confusão teórica é uma queixa comum dos críticos contra o conceito de imersão” (Krippner & Alvarez, 2007, p. 220); (b) desconsideração da influência do Estado. A “abordagem ... de Granovetter não desenvolve uma análise ... do papel do Estado na economia” (Raud, 2007, p. 214); (c) imprecisão conceitual. De fato, argumentam McKeever et al. (2014) como o “conceito sofre de indefinição teórica” (p. 226); como ele “permanece, [ainda hoje,] fonte de enorme confusão” (McKeever et al., 2014, p. 222). Uma das críticas ao argumento da imersão, ainda emergente e aqui de interesse particular, relaciona-se à associação do conceito à noção de mercado.

Isto é, ao defender como “as relações sociais formam os resultados econômicos” (Krippner & Alvarez, 2007, p. 222), Granovetter acabou por deixar intacta a “noção de uma economia analiticamente autônoma” (Krippner & Alvarez, 2007, p. 231). Em outras palavras, ao insistir “sobre a natureza intrinsecamente relacional de toda ação social” (Krippner & Alvarez, 2007, p. 231), o autor, influenciado por um Individualismo Metodológico (Raud-Mattedi, 2005), por uma “lógica utilitária” também “presente nos estudos da Economia” (Carvalho, 2002, p. 2), acabou por “ressuscitar uma distinção entre mercado anônimo e economia social”, sugerindo a imersão do primeiro no último (Krippner & Alvarez, 2007, p. 231).

O “problema da imersão” é que, sob sua perspectiva, “as relações sociais afetam a economia a partir do exterior” (Krippner & Alvarez, 2007, p. 232); isto é, as “redes [acabam sendo] consideradas meios exogenamente-determinados pelos quais os indivíduos atendem aos benefícios privados baseados no princípio da maximização da utilidade” (Christoforou, 2011, p. 686). Note como, sob este ponto de vista, a abordagem da imersão não se distinguiria “radicalmente da lógica instrumental presente nos estudos da Economia Clássica” (Carvalho, 2002, p. 2); “não romperia fundamentalmente com o pressuposto do ator interessado da Ciência Econômica” (Raud-Mattedi, 2005, p. 74). Com efeito, ao explicar “os fenômenos sociais ... a partir da agregação das ações individuais” (Raud-Mattedi, 2005, p. 74), o autor acaba por manter a “hipótese da racionalidade; ... afirma que as explicações dos fenômenos sociais se fundamentam nas motivações e nos comportamentos dos indivíduos” (Raud-Mattedi, 2005, p. 62). Logo, “não é de se admirar que os economistas institucionais e os sociólogos da escola racional ansiosamente retomaram esta noção de imersão, uma vez que poderiam facilmente incorporá-la em um quadro de escolha racional” (Beckert, 2009, p. 43).

Tal é o evidenciado, também, nos estudos sobre empreendedorismo. Com efeito, enfatizam Stam, Arzlanian, e Elfring (2014) como os “empreendedores podem necessitar adaptar suas redes pessoais” (p. 153); como eles “alteram a estrutura [relacional] ... para seu próprio benefício” (Walker, Kogut, & Shan, 1997, p. 109). Ao buscar “deliberadamente criar estruturas sociais que os favoreçam de alguma maneira” (Ahuja et al., 2012, p. 438), note como os empreendedores podem ser interpretados como atores “capazes de escolher onde, em quais condições e em que medida estarão imersos” (Heidenreich, 2012, p. 573); como acabam por criar “estruturas de redes ... como resultado de ações egoístas ou ‘de auto busca’ por nós e suas conexões” (Ahuja et al., 2012, p. 438). Burt (2009), cuja temática do empreendedorismo se insere na essência de suas reflexões, por exemplo, salienta como os empreendedores “desempenham papel ativo na formação de seus relacionamentos” (p. 286). Visto que sabem “como estruturar uma rede para fornecer altas oportunidades, [eles] sabe[m] quem incluir”, salienta o autor (Burt, 2009, p. 286). Neste ponto de vista, na medida que os empreendedores “ponderam custos *versus* benefícios” (Jackson, 2007, p. 3) de se enraizarem, a abordagem estrutural das redes acabaria por não romper “com o pressuposto do ator interessado” (Raud-Mattedi, 2005, p. 74). Em outras palavras, uma vez que os “indivíduos [são] partes autointeressadas que formam e restringem conexões de modo a maximizar seus eventuais benefícios” (Jackson, 2007, p. 6), não é de se admirar que a noção de imersão “conduz a um erro analítico ... de ver o mercado e sua íntima companheira teórica, a escolha racional, como as únicas explicações do comportamento social” (Barber, 1995, p. 401); como o “conceito cultural central com o qual a imersão está inter-relacionada é o de ‘mercado’” (Barber, 1995, p. 388).

RECIPROCIDADE E REDISTRIBUIÇÃO: UMA POSSÍVEL SOLUÇÃO?

Embora a abordagem sobre imersão tenha ganhado particular destaque com o trabalho de Granovetter (1985), diferentes autores acabam por associar à Karl Polanyi a origem do argumento (Heidenreich, 2012; Machado, 2010; Tok & Kaminski, 2018). Enfatiza Machado (2010), por exemplo, “como Polanyi é quase consensualmente considerado o ‘pai’ do conceito de incrustação” (p. 71). O autor associou imersão à ideia de que a “economia e a sociedade [somente] podem ser analisadas através de uma abordagem holística” (Gemici, 2008, p. 7); através “do exame de como elas [estão imersas] nas relações sociais e nas instituições” (Gemici, 2008, p. 7). Segundo o autor, mesmo as trocas de mercado se encontram imersas em outros tipos de estruturas

econômicas, a exemplo da de reciprocidade e redistribuição, não exploradas por Granovetter quando de sua posterior apropriação. Com efeito, o autor “não apresenta nenhuma compreensão da importância de sistemas sociais maiores nos quais todas as economias estão localizadas” (Barber, 1995, p. 406); não “lida com os comportamentos de reciprocidade e de redistribuição que existem juntamente com os de mercado na sociedade moderna” (Barber, 1995, p. 406). Isto é, “o mercado não [seria] única forma de organizar as transações nas sociedades atuais” (Marques, 2003, p. 16). Outros “dois modos de regulação”, a reciprocidade e a redistribuição, continuariam “a coexistir” (Marques, 2003, p. 16). Com efeito, atualmente, até “assistimos a uma revitalização e recuperação destas modalidades” (Marques, 2003, p. 16).

Reciprocidade, salienta Munck (2015), envolve a “troca de equivalências” (p. 426); “denota movimentos entre pontos correlativos de agrupamentos simétricos” (Polanyi, 2018, p. 35). Em outras palavras, a reciprocidade ocorre quando “os valores relevantes e as normas, quer seja de toda a sociedade ou de parte dela, prescrevem que os indivíduos que têm obrigações recíprocas uns com os outros” (Barber, 1995, p. 396) – a exemplo do observado em diferentes agrupamentos, tais como a família, o clã, as relações de amizade, as comunidades, as associações, entre outras (Schneider & Escher, 2011) –, deem e recebam “um do outro bens materiais e imateriais apenas em virtude destes relacionamentos de status” (Barber, 1995, p. 396). Observe como neste tipo de estrutura, cujo funcionamento se baseia “através das redes” (Vinha, 2001, p. 214), a “dimensão cooperativa e o valor da confiança [passam a serem] reconhecidos como essenciais à [sua] continuidade, estabilidade e eficiência” (Vinha, 2001, p. 214). Nela, prevalece-se a ideia de que “o que se dá hoje é recompensado pelo que se toma amanhã” (Polanyi, 2000, p. 70). Diferentes autores vêm salientando como “as trocas sociais baseadas nas normas de reciprocidade ... podem facilitar as trocas econômicas” (Yoon & Hyun, 2010, p. 1215). Exemplos disso poderiam ser encontrados em diferentes situações. Inserir-se-iam, aí, quando um pai ajuda um filho a criar um novo empreendimento, quando um amigo auxilia no desenvolvimento da empresa, quando se auxilia um “parceiro que passa por algum tipo de necessidade” (Polanyi, 2018, p. 37), entre outras. Enfatiza Polanyi (2018) como “quanto mais próximos os membros de [dada] comunidade ..., mais geral será a tendência entre eles para desenvolver atitudes de reciprocidade” (p. 37).

Redistribuição, por sua vez, designaria “movimento de apropriação em direção a um centro e saindo dele de novo” (Polanyi, 2018, p. 35). Fundamentada na “presença de algumas

medidas de centralidade” (Krippner, 2002, p. 783), seria evidenciada nas ocasiões em que “as normas e os valores prescrevem que os membros de dada comunidade” (Barber, 1995, p. 397) – seja local, regional ou nacional –, devem fazer “contribuições de taxas ou bens ou serviços para alguma agência central” (Barber, 1995, p. 397), tais como governo ou instituições de caridade. Estas agências, por sua vez, teriam a “responsabilidade tanto de alocação dessas contribuições para alguma empresa comum da coletividade, como a defesa” de seus interesses fundamentais (Barber, 1995, p. 397). Neste tipo de estrutura, o importante “é a existência de um centro e o seu papel na coordenação do movimento dos meios para satisfazer os desejos” coletivos (Gemici, 2008, p. 18). Note como a redistribuição “tende a emaranhar o sistema econômico propriamente dito em relações sociais” (Polanyi, 2000, p. 72); como residiria à estrutura de redistribuição certa noção de “hierarquia e ... obediência a parâmetros ou estratégias definidos por [dada] instituição centralizadora” (Vinha, 2001, p. 214). Salienta Polanyi (2018) como a “redistribuição ... está apta a integrar grupos em todos os níveis e em todos os graus de permanência” (p. 38). Segundo o autor, a exemplo do que acontece com a reciprocidade, “quanto mais unida a unidade, mais variada serão as subdivisões dentro das quais a redistribuição pode atuar” (Polanyi, 2018, p. 38). Constituir-se-iam exemplos de redistribuição “os sistemas de tributação, [os] impostos e [a] taxação, organizados em diferentes instâncias administrativas dos Estados modernos” (Schneider & Escher, 2011, p. 192).

Embora Granovetter tenha adstrito à estrutura de mercado sua noção de imersão – com efeito, o “conceito cultural central com o qual a imersão está inter-relacionada é o de ‘mercado’” (Barber, 1995, p. 388), parece ter o autor projetado luzes, conquanto de maneira indireta – não explorada –, para a possibilidade de se incorporar à noção de imersão os argumentos de reciprocidade e redistribuição. De fato, enquanto Granovetter “concorda com os economistas ... que a transição para a modernidade” (Granovetter, 1992b, p. 28), isto é, a eclosão da economia de mercado, “não mudou muito o nível de enraizamento”, salienta o autor ao mesmo tempo como este “sempre foi e continua a ser substancial”: isto é, “menos abrangente nos períodos anteriores que o afirmado pela posição do forte enraizamento” (Granovetter, 1992b, p. 28), dentre a qual se inserem Polanyi e outros que sustentam a ideia do mercado como totalmente imerso em reciprocidade e redistribuição, “mas, mais abrangente no período posterior que suposto por eles ou por economistas” (Granovetter, 1992b, p. 28), que defendem a economia como inerte à influência de outras estruturas (reciprocidade e redistribuição) senão à do mercado.

Em outros termos, Granovetter divide a noção de imersão entre forte e fraco. Ao primeiro, associado à escola substantivista da antropologia (Granovetter, 1992b), inserir-se-iam autores que defendem a ideia da economia como totalmente imersa em estruturas de reciprocidade e redistribuição. Ao segundo, no qual ele mesmo se aloca, inserir-se-ia o argumento de que a influência da reciprocidade e da redistribuição seria menor que o sugerido por Polanyi às sociedades primitivas, mas maior às estruturas de mercado que o sugerido pelos economistas. Logo, se é mais abrangente que o suposto pelos economistas, conjunto de pesquisadores que desconsidera a influência das redes e das estruturas de reciprocidade e redistribuição, é possível afirmar que o próprio Granovetter parece sugerir, embora de maneira bastante tangencial – não explorada pelo autor –, a possibilidade de se evidenciar, à economia de mercado, a imersão em estruturas de reciprocidade e redistribuição. Tal fica ainda mais evidente quando o autor sustenta como, atualmente, vamos encontrar “papel surpreendentemente grande para as categorias supostamente arcaicas da etnia e do parentesco” (Granovetter, 2009, p. 269). Com efeito, “a ideia que estas são substituídas na economia do mundo moderno por instituições eficientes e impessoais é um vestígio de desejo do idealismo iluminista que em uma análise cuidadosa não se sustenta”, salienta o autor (Granovetter, 2009, p. 269).

PROPOSTA DE INTEGRAÇÃO: A IMERSÃO DA IMERSÃO NOS ESTUDOS DO EMPREENDEDORISMO

A reflexão sobre mercado, reciprocidade e redistribuição vem, nos últimos anos, à exceção daquela associada ao empreendedorismo, ganhando destaque em parte da literatura (ver, por exemplo: McKeever et al., 2014; Schneider & Escher, 2011; Swedberg, 2009; Tok & Kaminski, 2018). Diferentes autores vêm sugerindo a possibilidade, originalmente suscitada por Polanyi (2000, 2018), de se evidenciar à economia de mercado a imersão combinada nas duas outras estruturas sociais. De fato, “uma vez que elas ocorrem lado a lado em diferentes níveis e em setores de uma economia”, salienta Polanyi (2018), “pode ser impossível selecionar um deles como dominante” (p. 35). Em outras palavras, o sistema de mercado enquanto estrutura institucional esteve “presente em nenhum momento senão no nosso próprio, e, mesmo assim, ... somente parcialmente presente” (Gemici, 2008, p. 18). “Diversas formas ... [poderiam] estar manifestas ao lado” dele (Polanyi, 2018, p. 39). Segundo o autor, as formas de integração (mercado, reciprocidade e redistribuição) não representariam “estágios” de desenvolvimento. Nenhuma sequência [estaria, aí,] implícita” (Polanyi, 2018, p. 39). Tal seria o evidenciado ainda hoje. Com efeito, defendem Tok e Kaminski (2018), por exemplo, como os “mercados podem operar somente dentro

de certas restrições socioeconômicas [e] em conexão com outras duas formas de integração: redistribuição e reciprocidade” (p. 701); como estas “podem se manifestar em várias formas na contemporaneidade” (Tok & Kaminski, 2018, p. 701). É possível sugerir, a partir das reflexões apresentadas até o momento, a concepção de algumas proposições fundamentais. Inserem-se aí:

P1: Estruturas sociais de reciprocidade e redistribuição podem se manifestar em associação à estrutura de mercado, influenciando-a;

P2: Estruturas sociais de reciprocidade e redistribuição podem ter influência sobre empreendedores/empreendimentos;

P3: Empreendedores/empreendimentos podem se encontrar simultaneamente imersos às estruturas de mercado, de reciprocidade e de redistribuição;

P4: Imersão Social pode ser eventualmente derivada da combinação simultânea entre estruturas de mercado, reciprocidade e redistribuição.

Mais que isso, salientam diferentes autores como mercado, reciprocidade, e redistribuição podem ser empregados no nível micro, associado às interações pessoais (Polanyi, 2018). Com efeito, conquanto compreendidas como formas de integração, reciprocidade, redistribuição e mercado podem

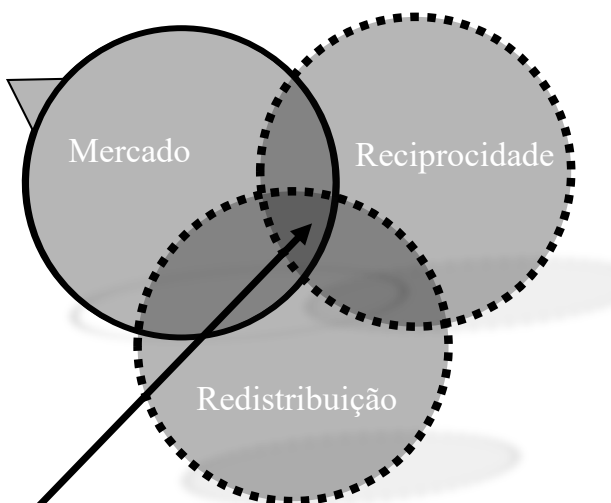
“frequentemente [serem] empregados para denotar, também, inter-relações pessoais” (Polanyi, 2018, p. 35), incluindo a dos empreendedores no âmbito micro. Reciprocidade, por exemplo, poderia ser evidenciada nas ocasiões em que a “mutualidade entre os indivíduos [se demonstra] frequente” (Polanyi, 2018, p. 35). Já redistribuição, por sua vez, poderia estar presente “onde a partilha entre os indivíduos fosse comum” (Polanyi, 2018, p. 35). Defende Polanyi (2018) como, “independente[mente] da maneira com a qual a economia como um todo está integrada”, a “redistribuição também pode ser aplicada ... [a] um grupo menor” (p. 38), a exemplo da família, grupos de pessoas, empresários entre outros. Emergiria, daí, a quinta proposição de pesquisa:

P5: Estruturas sociais de Reciprocidade e Redistribuição podem ser apropriadas ao estudo dos empreendedores/empreendimentos nos níveis micro e/ou meso.

A Figura 1, a seguir, condensa as reflexões destacadas, e apresenta o modelo de análise proposto. Expõe duas concepções teóricas distintas. A primeira, vigente, resume a maneira como os pesquisadores associam a concepção da imersão. A segunda, fundamentada em lacuna da literatura aqui enfatizada, propõe nova interpretação teórica. Sugere a possibilidade, ainda inexplorada por pesquisadores do empreendedorismo, de se compreender os empreendedores como simultaneamente imersos em diferentes estruturas sociais.

Interpretação Teórica Vigente (A)

Atores econômicos, dentre os quais se inserem empreendedores, encontram-se imersos em estruturas de mercado



Interpretação Teórica Proposta (B)

Atores econômicos, dentre os quais se inserem empreendedores, encontram-se imersos em estruturas de mercado, de reciprocidade e de redistribuição.

Figura 1. Modelo de análise teórico proposto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo, um ensaio teórico, buscou, de maneira inovadora nos estudos da área, investigar o conceito de imersão e sua influência sobre os trabalhos do empreendedorismo. Mais, procurou investigar a associação do argumento de imersão, e dos estudos sobre empreendedorismo baseados em uma perspectiva relacional dele derivado – e aqui de interesse particular –, à lógica utilitarista representativa da abordagem subsocializada. Entre os questionamentos que direcionaram a reflexão proposta, destacou-se: será que os pesquisadores do empreendedorismo compreendem os empreendedores como agentes imersos em estruturas de relacionamentos a partir de dimensão que ultrapassa sua natureza atomizada, fundamentada nos princípios do autointeresse? Diferentes conclusões de pesquisa advieram daí. Duas delas podem ser enfatizadas.

A primeira de que o conceito de imersão acaba por não romper com a própria lógica utilitarista que caracteriza os estudos subsocializados dos quais critica. Com efeito, o Problema da Imersão é que, sob ela, “as redes [acabam sendo] consideradas meios exogenamente-determinados pelos quais os indivíduos atendem aos benefícios privados baseados no princípio da maximização da utilidade” (Christoforou, 2011, p. 686). A segunda, diretamente relacionada à anterior, associa-se à própria repercussão do conceito de imersão ao estudo do empreendedorismo. Implícita à origem dos estudos que compreendem o empreendedor como criador de redes, isto é, como agente influenciado pelos recursos derivados das estruturas nas quais se encontram imersos, prevalece a ideia de que os empreendedores não seriam agentes isolados, atomizados, independentes e autointeressados (Lajqi & Krasniqi, 2017; Shepherd, 2015). Apesar disto, evidências fundamentadas na literatura sugerem a observação de que os estudos da área acabaram por também não romper com a lógica utilitarista que caracteriza a própria noção de imersão da qual derivou. Com efeito, ao inserirem sob o argumento de imersão a noção de que os empreendedores podem “criar estruturas sociais que os favoreçam de alguma maneira” (Ahuja et al., 2012, p. 438), ponderando os “custos *versus* benefícios” de se enraizarem (Jackson, 2007, p. 3), os pesquisadores da área acabaram por endossar o pressuposto do ator interessado; isto é, acabaram por fortalecer a lógica utilitarista que caracteriza justamente os estudos subsocializados dos quais critica. Neste sentido, salienta Beckert (2009), “não é de se admirar que os economistas ... da escola racional ansiosamente retomaram esta noção de imersão, uma vez que ... poderiam facilmente incorporá-la em um quadro de escolha racional” (p. 43).

Mais ainda, pesquisadores do empreendedorismo desconsideraram a análise das eventuais repercussões da imersão às estruturas de reciprocidade e redistribuição, aqui sugeridas. De fato, estudos sobre empreendedorismo a partir de perspectiva relacional poderiam e deveriam ampliar as reflexões, ainda inexploradas por autores da área, sobre como a imersão em estruturas de reciprocidade e redistribuição impactam a trajetória empreendedora, projetando luzes para a influência de suas diferentes repercussões. Ao fazer isto, pesquisadores acabariam, por meio do estudo do empreendedorismo, por também ajudar a preencher parte da lacuna de pesquisa associada à própria noção de imersão tal como proposta por Granovetter (1985). De fato, embora inexplorada em seus trabalhos, o próprio autor reconhece a possibilidade de, às economias de mercado, manifestarem-se evidências de imersão em estruturas de reciprocidade e redistribuição. Neste contexto, diferentes questionamentos poderiam ser enfatizados.

Como ocorre a imersão em estruturas de reciprocidade e redistribuição? Qual a repercussão destas estruturas sociais à trajetória e ao desenvolvimento de diferentes tipos empreendedores e empreendimentos (por exemplo, empreendedores/empreendedorismo: por necessidade x oportunidade; sob perspectiva da firma; de base tecnológica; feminino; religioso; em estágio inicial, entre outros)? Poderiam os empreendedores usufruírem de recursos imersos nas estruturas de reciprocidade e redistribuição, combinando benefícios que ultrapassariam uma dimensão essencialmente utilitarista? Qual seria a influência de uma espécie de Imersão Total, aqui denominada como o enraizamento dos empreendedores às três estruturas sociais? Qual a importância de cada tipo de estrutura ao desenvolvimento longitudinal dos empreendimentos individuais ou daqueles associados ao contexto organizacional (meso)? Ainda mais importantemente, como as estruturas sociais influenciam os diferentes empreendimentos no meso âmbito da firma, e, por sua vez, como estes respondem às influências de suas distintas manifestações?

Estes e outros questionamentos permanecem, ainda hoje, sem respostas. Novos estudos poderiam explorar a natureza destas reflexões, buscando, por meio de pesquisas teórico-empíricas, considerar o empreendedorismo para além de sua dimensão de mercado. Salientam Tok e Kaminski (2018), por exemplo, como a “interrelação entre as três formas de integração [(mercado, reciprocidade e redistribuição)] permanece ponto de debate atual” (p. 701). No campo do empreendedorismo, especificamente, tal interconexão se demonstra, ainda hoje, totalmente inexplorada. Neste sentido, observe como o campo se demonstra bastante fértil. Há, certamente, oportunidades para novas e instigantes descobertas.

Argumentam McKeever et al. (2014) como a compreensão da "importância do contexto social [aos] empreendedores [...] está apenas no começo" (p. 226). Este ensaio teórico, ao justamente salientar a natureza

relacional dos empreendedores, enfatizando sua dimensão para além daquela associada ao mercado, procura fornecer pequena contribuição nesta direção.

REFERÊNCIAS

- Ahuja, G., Soda, G., & Zaheer, A. (2012). The genesis and dynamics of organizational networks. *Organization Science*, 23(2), 434-448. <https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0695>
- Ballarino, G., & Regini, M. (2008). Convergent perspectives in economic sociology: An Italian view of contemporary developments in Western Europe and North America. *Socio-Economic Review*, 6(2), 337-363. <https://doi.org/10.1093/ser/mwm020>
- Barber, B. (1995). All economies are "embedded": The career of a concept, and beyond. *Social Research*, 62(2), 387-413. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/40971098>
- Barber, B. (1998). Parsons's second project: The social system. Sources, development and limitations. *The American Sociologist*, 29(2), 77-82. <https://dx.doi.org/10.1007/s12108-998-1030-y>
- Beamish, T. D. (2007). Economic sociology in the next decade and beyond. *American Behavioral Scientist*, 50(8), 993-1014. <https://doi.org/10.1177/0002764207299350>
- Beckert, J. (2009). The great transformation of embeddedness: Karl Polanyi and the new economic sociology. In C. Hann, & K. Hart (Hrsg.), *Market and society: The great transformation today* (pp. 38-55). New York: Cambridge University Press. Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2465810
- Beckert, J. (2013). Imagined futures: Fictional expectations in the economy. *Theory and Society*, 42(3), 219-240. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2464088>
- Biggart, N. W., & Beamish, T. D. (2003). The economic sociology of conventions: Habit, custom, practice, and routine in market order. *Annual Review of Sociology*, 29, 443-464. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100051>
- Burt, R. S. (2009). *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Carvalho, M. R. O. (2002, setembro). Redes sociais: Convergências e paradoxos na ação estratégica. Diálogos Possíveis. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Salvador, BA, Brasil, 6.
- Chien, S. H., Chen, Y. H., & Hsu, C. Y. (2012). Exploring the impact of trust and relational embeddedness in e-marketplaces: An empirical study in Taiwan. *Industrial Marketing Management*, 41(3), 460-468. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2011.05.001>
- Christoforou, A. (2011). Social capital: A manifestation of neo-classical prominence or a path to a more pluralistic economics? *Journal of Economic Issues*, 45(3), 685-702. <https://doi.org/10.2753/JEI0021-3624450309>
- Colbari, A. (2007). Educação corporativa e desenvolvimento profissional na dinâmica sócio-cultural das empresas. *Civitas. Revista de Ciências Sociais*, 7(1), 9-34. <http://dx.doi.org/10.15448/1984-7289.2007.1.2035>
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/2780243>
- Costa, A. M., & Souza, C. S. (2009, May). Racionalidade econômica e estrutura social: O embeddedness e o ethos do empresário capitalista. *Anais do Congresso Brasileiro de Sociologia da Sociedade Brasileira de Sociologia*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 14. Retrieved from http://www.sbsociologia.com.br/portal/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=3638&Itemid=171
- De Clercq, D., Thongpapanl, N., & Voronov, M. (2018). Sustainability in the face of institutional adversity: Market turbulence, network embeddedness, and innovative orientation. *Journal of Business Ethics*, 148(2), 437-455. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-3004-7>
- Eisenberg, C. (2011). Embedding markets in temporal structures: A challenge to economic sociology and history. *Historical Social Research*, 36(3), 55-78. <https://doi.org/10.12759/hsr.36.2011.3.55-78>
- Ferrary, M., & Granovetter, M. (2009). The role of venture capital firms in Silicon Valley's complex innovation network. *Economy and Society*, 38(2), 326-359. <https://doi.org/10.1080/03085140902786827>
- Fulmer, I. S. (2012). Editor's comments: The craft of writing theory articles —Variety and similarity in AMR. *Academy of Management Review*, 37(3), 327-331. <http://dx.doi.org/10.5465/amr.2012.0026>
- Gemici, K. (2008). Karl Polanyi and the antinomies of embeddedness. *Socio-Economic Review*, 6(1), 5-33. <https://doi.org/10.1093/ser/mwl034>
- Gilson, L. L., & Goldberg, C. B. (2015). Editors' comment: So, what is a conceptual paper? *Group & Organization Management*, 40(2), 127-130. <https://doi.org/10.1177/1059601115576425>
- Graça, J. C. (2012). Acerca da instabilidade da condição da sociologia econômica. *Análise Social*, 47(1), 4-27. Retrieved from <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1332346101B4nRF0fh4Rb24QU2.pdf>

- Granovetter, M. S. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Granovetter, M. S. (1990). The myth of social network analysis as a special method in the social sciences. *Connections*, 13(1-2), 13-16. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/02b4/a958eb7c86449b5429f49e380cd356c50add.pdf>
- Granovetter, M. S. (1992a). Economic institutions as social constructions: A framework for analysis. *Acta Sociologica*, 35(1), 3-11. <https://doi.org/10.1177/000169939203500101>
- Granovetter, M. S. (1992b). Problems of explanation in economic sociology. In N. Nohria & R. G. Eccles (Eds.), *Networks and organizations: Structure, form, and action* (pp. 25-56). Boston: Harvard Business School Press.
- Granovetter, M. (2002). A theoretical agenda for economic sociology. In M. F. Guillén, R. Collins, P. England, & M. Meyer (Eds.), *New economic sociology: The developments in an emerging field* (pp. 35-60). New York: Russell Sage Foundation. Retrieved from www.jstor.org/stable/10.7758/9781610442602
- Granovetter, M. (2005). The impact of social structure on economic outcomes. *Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 33-50. <https://doi.org/10.1257/0895330053147958>
- Granovetter, M. S. (2009). The economic sociology of firms and entrepreneurs. In R. Swedberg (Ed.), *Entrepreneurship: The social science view* (pp. 244-275). New York: Oxford University Press.
- Greenberg, Z., Farja, Y., & Gimmon, E. (2018). Embeddedness and growth of small businesses in rural regions. *Journal of Rural Studies*, 62, 174-182. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.07.016>
- Heidenreich, M. (2012). The social embeddedness of multinational companies: A literature review. *Socio-Economic Review*, 10(3), 549-579. <https://doi.org/10.1093/ser/mws010>
- Hermanson, I., McKelvey, M., & Zaring, O. (2018). The evolution and embeddedness of knowledge-intensive entrepreneurial firms in creative industries: Contrasting experienced and non-experienced entrepreneurs in the Swedish fashion industry. *European Planning Studies*, 26(12), 2387-2406. <https://doi.org/10.1080/09654313.2018.1535575>
- Hillman A. (2011). Editor's comments: What is the future of theory? *Academy of Management Review*, 36(4), 606-608. <https://doi.org/10.5465/amr.2011.0209>
- Hmieleski, K. M., Carr, J. C., & Baron, R. A. (2015). Integrating discovery and creation perspectives of entrepreneurial action: The relative roles of founding CEO human capital, social capital, and psychological capital in contexts of risk versus uncertainty. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(4), 289-312. <https://doi.org/10.1002/sej.1208>
- Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165-187. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00081-2](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00081-2)
- Jack, S. L., & Anderson, A. R. (2002). The effects of embeddedness upon the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 467-487. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00076-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00076-3)
- Jackson, M. O. (2007). Literature review: The study of social networks in economics. In J. E. Rauch (Ed.), *The missing links: Formation and decay of economic networks*. New York: Russel Sage Foundation.
- Jerolmack, C., & Tavory, I. (2014). Molds and totems: Non-humans and the constitution of the social self. *Sociological Theory*, 32(1), 64-77. <https://doi.org/10.1177%2F0735275114523604>
- Julien, B., Favre, G., Chatellet, J., & Lazega, E. (2016). Embeddedness as a multilevel problem: A case study in economic sociology. *Social Networks*, 44, 319-333. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2015.03.005>
- Kaup, B. Z. (2015). Markets, nature, and society: Embedding economic & environmental sociology. *Sociological Theory*, 33(3), 280-296. <https://doi.org/10.1177/0735275115599186>
- Kenney, M., & Goe, W. R. (2004). The role of social embeddedness in professorial entrepreneurship: A comparison of electrical engineering and computer science at UC Berkeley and Stanford. *Research Policy*, 33(5), 691-707. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2003.11.001>
- Krippner, G. R. (2002). The elusive market: Embeddedness and the paradigm of economic sociology. *Theory and Society*, 30(6), 775-810. <https://doi.org/10.1023/A:1013330324198>
- Krippner, G. R., & Alvarez, A. S. (2007). Embeddedness and the intellectual projects of economic sociology. *Annual Review of Sociology*, 33, 219-240. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.33.040406.131647>
- Krippner, G., Granovetter, M., Block, F., Biggart, N., Beamish, T., Hsing, Y., Hart, G., Arrighi, G., Mendell, M., Hall, J., Burawoy, M., Vogel, S., & O'Riain, S. (2004). Polanyi symposium: A conversation on embeddedness. *Socio-Economic Review*, 2(1), 109-135. <https://doi.org/10.1093/soceco/2.1.109>
- Lajqi, S., & Krasniqi, B. A. (2017). Entrepreneurial growth aspirations in challenging environment: The role of institutional quality, human and social capital. *Strategic Change*, 26(4), 385-401. <https://doi.org/10.1002/jsc.2139>
- Leppäaho, T., Chetty, S., & Dimitratos, P. (2018). Network embeddedness in the internationalization of biotechnology entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(5-6), 562-584. <https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1408697>
- Lewis, P., & Chamlee-Wright, E. (2008). Social embeddedness, social capital and the market process: An introduction to the special issue on Austrian economics, economic sociology and social capital. *Review of Austrian Economics*, 21, 107-18. Retrieved from <https://ssrn.com/abstract=2544225>

- Machado, N. M. C. (2010). Karl Polanyi e a Nova Sociologia Econômica: Notas sobre o conceito de (dis)embeddedness. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, (90), 71-94. <https://doi.org/10.4000/rccs.1771>
- Martes, A. C. B. (2009). Introdução: Redes e sociologia econômica. In A. C. B. Martes (Coord.), *Redes e sociologia econômica* (pp. 21-28). São Carlos: Edufscar.
- Martinelli, A. (2009). O contexto do empreendedorismo. In A. C. B. Martes (Org.), *Redes e sociologia econômica* (pp. 207-238). São Carlos: Edufscar.
- Marques, R. (2003). Os trilhos da nova sociologia econômica. In R. Marques, & J. Peixoto (Orgs.), *A nova sociologia econômica: Uma antologia* (pp. 1-67). Oeiras: Celta.
- McKeever, E., Anderson, A., & Jack, S. (2014). Social embeddedness in entrepreneurship research: The importance of context and community. In E. Chell & M. Karataş-Özkan (Eds.), *Handbook of research on small business and entrepreneurship* (pp. 222-236). <https://doi.org/10.4337/9781849809245.00022>
- Meneghetti, F. K. (2011). O que é um ensaio-teórico? *Revista de Administração Contemporânea*, 15(2), 320-332. <https://dx.doi.org/10.1590/S1415-65552011000200010>
- Migone, A. (2011). Embedded markets: A dialogue between FA Hayek and Karl Polanyi. *The Review of Austrian Economics*, 24(4), 355-381. <https://doi.org/10.1007/s11138-011-0148-2>
- Munck, R. (2015). Karl Polanyi for Latin America: Markets, society and development. *Canadian Journal of Development Studies/Revue Canadienne d'Études du Développement*, 36(4), 425-441. <https://doi.org/10.1080/02255189.2016.1095167>
- Ozdemir, S. Z., Moran, P., Zhong, X., & Blielmel, M. (2014). An analytical investigation of the entrepreneur's ability to acquire valued resources from others. *Academy of Management Proceedings*, 2014(1). <https://doi.org/10.5465/ambpp.2014.15188abstract>
- Ostgaard, T. A., & Birley, S. (1996). New venture growth and personal networks. *Journal of Business Research*, 36(1), 37-50. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(95\)00161-1](https://doi.org/10.1016/0148-2963(95)00161-1)
- Peixoto, J., & Marques, R. (2003). A sociologia econômica em Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (42), 201-216. Retrieved from http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0873-65292003000200009&lng=pt&nrm=i&tlng=pt
- Polanyi, K. (2000). *A grande transformação: As origens da nossa época*. Rio de Janeiro: Campus.
- Polanyi, K. (2018). The economy as instituted process. In M. Granovetter, & R. Swedberg (Eds.), *The sociology of economic life* (pp. 3-50). London: Routledge.
- Raud, C. (2007). Bourdieu e a nova sociologia econômica. *Tempo Social*, 19(2), 203-232. <https://doi.org/10.1590/S0103-20702007000200008>
- Raud-Mattedi, C. H. J. (2005). Análise crítica da sociologia econômica de Mark Granovetter: Os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. *Política & Sociedade*, 4(6), 59-82. <https://doi.org/10.5007/%25x>
- Reimsbach, D., Braam, G., & Wang, Z. (2018). Political embeddedness and the diffusion of corporate social responsibility practices in China: A trade-off between financial and CSR performance? *Journal of Cleaner Production*, 198, 1185-1197. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.116>
- Schneider, S., & Escher, F. (2011). A contribuição de Karl Polanyi para a sociologia do desenvolvimento rural. *Sociologias*, 13(27), pp. 180-219. <https://dx.doi.org/10.1590/S1517-45222011000200008>
- Schumpeter, J. A. (1982). *A teoria do desenvolvimento econômico: Uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural (Original work published 1911)
- Shan, P., Song, M., & Ju, X. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link? *Journal of Business Research*, 69(2), 683-690. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.08.032>
- Shepherd, R. W. (2015). *Theory of cost and production functions*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Shirokova, G., Tsukanova, T., & Morris, M. H. (2018). The moderating role of national culture in the relationship between university entrepreneurship offerings and student start-up activity: An embeddedness perspective. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 103-130. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12363>
- Simsek, Z., Lubatkin, M. H., & Floyd, S. W. (2003). Inter-firm networks and entrepreneurial behavior: A structural embeddedness perspective. *Journal of Management*, 29(3), 427-442. https://doi.org/10.1016%2FS0149-2063_03_00018-7
- Smith, C., Smith, J. B., & Shaw, E. (2017). Embracing digital networks: Entrepreneurs' social capital online. *Journal of Business Venturing*, 32(1), 18-34. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.10.003>
- Song, G., Min, S., Lee, S., & Seo, Y. (2017). The effects of network reliance on opportunity recognition: A moderated mediation model of knowledge acquisition and entrepreneurial orientation. *Technological Forecasting and Social Change*, 117, 98-107. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.01.004>
- Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152-173. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.002>
- Swedberg, R. (2004). Sociologia econômica: Hoje e amanhã. *Tempo Social*, 16(2), 7-34. <https://doi.org/10.1590/S0103-20702004000200001>
- Swedberg, R. (2007). Max Weber's interpretive economic sociology. *American Behavioral Scientist*, 50(8), 1035-1055. <https://doi.org/10.1177%2F0002764207299352>

- Swedberg, R. (2009). A sociologia econômica do capitalismo: Uma introdução e agenda de pesquisa. In A. C. B. Marques (Coord.), *Redes e sociologia econômica* (pp. 161-197). São Carlos: Edufscar.
- Terstriep, J., & Lüthje, C. (2018). Innovation, knowledge and relations-on the role of clusters for firms' innovativeness. *European Planning Studies*, 26(11), 2167-2199. <https://doi.org/10.1080/09654313.2018.1530152>
- Tok, M. E., & Kaminski, J. J. (2018). Islam, entrepreneurship, and embeddedness. *Thunderbird International Business Review*, 61(5), 697-705. Retrieved from <https://doi.org/10.1002/tie.21970>
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), 35-67. <https://doi.org/10.2307/2393808>
- Vale, G. M. V., Wilkinson, J., & Amâncio, R. (2008). Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. *RAE Eletrônica*, 7(1), pp. 1-17. <https://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482008000100008>
- Van de Ven, A. H. (1989). Nothing is quite so practical as a good theory. *Academy of Management Review*, 14(4), 486-489. <https://doi.org/10.5465/amr.1989.4308370>
- Vinha, V. (2001). Polanyi e a nova sociologia econômica: Uma aplicação contemporânea do conceito de enraizamento social. *Econômica*, 3(2), 207-230. Retrieved from http://www.ie.ufrj.br/intranet/ie/userintranet/hpp/arquivos/artigo_valeria_vinha_rev.economica.pdf
- Walker, G., Kogut, B., & Shan, W. (1997). Social capital, structural holes and the formation of an industry network. *Organization Science*, 8(2), 109-125. <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.8.2.109>
- Whetten, D. A. (1989). What constitutes a theoretical contribution? *Academy of Management Review*, 14(4), 490-495. <http://dx.doi.org/10.2307/258554>
- Williams, N., Huggins, R., & Thompson, P. (2017). Social capital and entrepreneurship: Does the relationship hold in deprived urban neighbourhoods? *Growth and Change*, 48(4), 719-743. <https://doi.org/10.1111/grow.12197>
- Wrong, D. (1961). The oversocialized conception of man in modern sociology. *American Sociological Review*, 26(2), 183-193. <https://doi.org/10.2307/2089854>
- Yoon, W., & Hyun, E. (2010). Economic, social and institutional conditions of network governance: Network governance in East Asia. *Management Decision*, 48(8), 1212-1229. <https://doi.org/10.1108/00251741011076753>

Autores

Victor Silva Corrêa*

Rua Dr. Bacelar, nº 1212, 4º andar, Vila Clementino, 04026-002, São Paulo, SP, Brasil.

E-mail: victorsilvacorrea@yahoo.com.br

<https://orcid.org/0000-0001-7412-2375>

Glaucia Maria Vasconcellos Vale

Av. Itaú, nº 525, Dom Cabral, 30535-012, Belo Horizonte, MG, Brasil.

E-mail: valeglauciamaria@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-9460-9455>

Pedro Lucas de Resende Melo

Rua Dr. Bacelar, nº 1212, 4º andar, Vila Clementino, 04026-002, São Paulo, SP, Brasil.

E-mail: resendemelo@usp.br

<https://orcid.org/0000-0002-5947-6279>

Marina de Almeida Cruz

Av. Itaú, nº 525, Dom Cabral, 30535-012, Belo Horizonte, MG, Brasil.

E-mail: marina.almeida.cruz@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7889-6503>

* Autor Correspondente

Método de Revisão por Pares

Este conteúdo foi avaliado utilizando o processo de revisão por pares duplo-cego (*double-blind peer-review*). A divulgação das informações dos pareceristas constantes na primeira página é feita somente após a conclusão do processo avaliativo, e com o consentimento voluntário dos respectivos pareceristas.

Contribuições dos Autores

1º autor: Pesquisador protagonista e idealizador do ensaio. Foi responsável principal pelo levantamento da literatura-base, pela redação original e pelas revisões inicial e final do artigo.

2ª autora: Pesquisadora responsável por apoiar na conceituação teórica, na produção original e nas revisões inicial e final do artigo. Apoiou ainda na inclusão de novos referenciais e na produção complementar das proposições teóricas edificadas.

3º autor: Pesquisador responsável por apoiar na concepção teórica e na produção das revisões inicial e final do artigo. Apoiou ainda na inclusão de novos referenciais.

4ª autora: Pesquisadora responsável por apoiar nas revisões inicial e final do ensaio, pela tradução e pela inclusão de novos referenciais.

Financiamento

Os autores informaram que não houve apoio financeiro para a pesquisa neste artigo.

Conflito de Interesses

Os autores informaram que não há conflito de interesses.

Direitos Autorais

A RAC detém os direitos autorais deste conteúdo.

Verificação de Plágio

A RAC mantém a prática de submeter todos os documentos aprovados para publicação à verificação de plágio, mediante o emprego de ferramentas específicas, e.g.: iThenticate.