



Organizações & Sociedade

ISSN: 1413-585X

revistaoes@ufba.br

Universidade Federal da Bahia
Brasil

Carvalho Benício de Mello, Sérgio; Tenório Cordeiro, Adriana
INVESTIGANDO NOVAS ARTICULAÇÕES E POSSIBILIDADES NO DISCURSO EMPREENDEDOR:
CONTEXTO, SUJEITO E AÇÃO
Organizações & Sociedade, vol. 17, núm. 53, abril-junio, 2010, pp. 279-295
Universidade Federal da Bahia
Salvador, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=400638321004>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

INVESTIGANDO NOVAS ARTICULAÇÕES E POSSIBILIDADES NO DISCURSO EMPREENDEDOR: CONTEXTO, SUJEITO E AÇÃO¹

Sérgio Carvalho Benício de Mello*
Adriana Tenório Cordeiro**

Resumo

Diante das contingências introduzidas pelas transformações do capitalismo avançado, uma análise crítica de elementos subjacentes ao discurso empreendedor pode contribuir para reavaliação teórico-epistemológica sobre o tema. Segundo um enfoque pós-estruturalista, observamos, na prática empreendedora de caráter social as possibilidades de uma lógica relacional diferenciada do caráter construtivo do sujeito empreendedor, destacando-se a identificação com valores de uma coletividade; um discurso que direciona o sentido da ação cooperativa. Um discurso alternativo no campo do empreendedorismo amplia o foco antes exclusivo de ação centrada na organização, para considerar a ação empreendedora como fruto crítico do sujeito empreendedor. Ainda, mecanismos de imbricamento permitem a ligação da estrutura e da agência empreendedora numa relação dinâmica, auxiliando o sujeito na identificação de recursos sociais para desembocar num empreendimento e potencializar a sua ação. O político enquanto categoria onto-epistemológica confere um novo olhar para o sujeito empreendedor - o sujeito enquanto ator político inserido num campo de articulações.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Sujeito empreendedor. Pós-estruturalismo. Discurso. Articulação.

Investigating New Articulations and Possibilities in Entrepreneurial Discourse: context, subject and action

Abstract

In the face of contingencies introduced by advanced capitalism, critical analysis of elements underlying the discursive structure of entrepreneurship can contribute to a theoretical-epistemological reevaluation of the theme. According to a post-structuralist approach, we observed in social entrepreneurship practice the possibilities of differentiated relational logics in the constructive character of the entrepreneur-subject, highlighting identification with values of collectivity, a discourse that guides the meaning of cooperative action. An alternative discourse in entrepreneurial field amplifies the exclusive focus of action centered on the organization to consider entrepreneurial action as a critical fruit of the entrepreneurial subject. Mechanisms of embeddedness allow the linkage of structure and entrepreneurial agency in a dynamic relationship, assisting the subject in the identification of social resources to carry out an enterprise and potentialize its action. The political as an onto-epistemological category confers a new view of the entrepreneur subject - as a political actor inserted in a field of articulation.

Keywords: Entrepreneurship. Entrepreneur subject. Post-structuralism. Discourse. Articulation.

¹ Sinceros agradecimentos aos membros do SERTA pela disposição e apoio neste trabalho. Agradecemos também à CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - que incentivou este trabalho por meio da concessão de Bolsa de estudos de Mestrado.

*PhD em Marketing pela City University London - Cass Business School. Professor Associado da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE. Endereço: UFPE - Deptº de Ciências Administrativas. Av. Profº Moraes Rego, 1235, sala D-30. Recife/PE. CEP: 50670-901. E-mail: sergio.mello@ufpe.br

**Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração da UFPE. Professora Assistente da Universidade de Pernambuco. E-mail: adrianatcordeiro@gmail.com

Os processos de transformação sintetizados numa “sociedade em rede” (CASTELLS, 1997) – marcada pela interação cada vez mais complexa e interdependente entre focos dispersos de produção, circulação e consumo – ultrapassam a esfera das relações técnicas de produção. O entrelaçamento entre os avanços tecnológicos e um capitalismo mais agressivo, disposto a forçar mudanças globais, e as consequências sobre os padrões de gestão e trabalho são refletidas em múltiplas esferas do cenário contemporâneo.

A lógica predominante do ajuste estrutural é marcada pela maior flexibilidade de gerenciamento, descentralização de empresas e sua organização em “redes”. Observamos, também, a individualização e diversificação cada vez maiores das relações de trabalho e a incorporação maciça das mulheres na força de trabalho remunerada, ainda em condições discriminatórias (CASTELLS, 1997). O aumento da concorrência econômica global na economia “sem peso”, ou economia do conhecimento, tem como vanguarda o mercado financeiro e sua alta rotatividade (HUTTON; GIDDENS, 2004). Porém, as mudanças ocorridas em outras esferas são tão drásticas quanto os processos de transformação tecnológica e econômica. As políticas neoliberais introduziram um novo tipo de relação entre Estado e sociedade civil e apresentaram uma definição distintiva da esfera pública e seus participantes (ALVAREZ; DAGNINO; ESCOBAR, 2000); a crescente sensibilidade para o tema da cultura é expressa em novas formas de identificação coletiva (HALL, 2003). Além disso, a maior parte dos riscos (e.g., ambientais) não vêm de dentro das fronteiras de um único estado-nação e não se pode reagir a eles com eficácia apenas em nível nacional (HUTTON; GIDDENS, 2004).

As mudanças são de tal nível que constituíram desafios significativos ao nosso entendimento do fenômeno empreendedor no mundo atual. Ao considerarmos esta rede de mudanças, entendemos que as transformações das condições objetivas da existência impuseram perspectivas diferentes sobre a cidade, as organizações, o trabalho, o gestor e os trabalhadores, o espaço social, cultural e político, denotando uma outra forma de leitura e compreensão do cenário que se transforma. Diante das contingências introduzidas pelas transformações do capitalismo avançado, compreendemos que uma análise de elementos subjacentes à estrutura discursiva do empreendedorismo, no cenário contemporâneo, pode contribuir para uma reavaliação teórico-epistemológica (necessária e relevante) sobre o tema.

A finalidade deste trabalho consiste em introduzir rupturas e novas conexões sobre o tema do empreendedorismo no cenário contemporâneo, que terão o valor de compreensão e criticidade. Uma das rupturas contempla uma outra maneira de configurar e pensar a realidade, colocando-nos em consonância com perspectivas que apontam para uma mudança de direção, uma transformação qualitativa do pensamento empreendedor. Laclau e Mouffe (1989) argumentam que, a partir do deslocamento da “classe social”, não a classe como simples função da organização econômica e dos processos de produção, mas a classe como a categoria “mestra” da forma como ela é descrita nas análises marxistas da estrutura social, não existiria mais uma única força, em cujas mãos estaria o projeto de emancipação social. Tomamos por base este “descentramento crítico” (LACLAU; MOUFFE, 1989) que abre caminho para uma nova lógica do social à medida que as práticas articulam e confrontam determinados discursos que constituem a realidade social. Neste sentido, situamos este estudo no âmbito da Teoria do Discurso (cf. LACLAU; MOUFFE, 1989), fruto da crescente ênfase pós-estruturalista no papel do significado de estruturas descentradas, e investigamos a estrutura discursiva como uma prática articulatória que constitui e (re)organiza relações sociais.

Rupturas e permanências, ressignificações de práticas e representações não significam respostas completas e definitivas sobre o tema aqui elaborado. Contudo, acreditamos poder contribuir para uma prática teoricamente-informada das re-articulações entre forças que constituem estruturas em cenários e conjunturas

específicos. Esta (re)discussão, teórico-epistemológica, para contemplar a prática, situa-se a partir de discursos concretos, articulados no campo empírico. Acessamos, pois, o caso do SERTA (Serviço de Tecnologia Alternativa), ONG fundada em 1989, cuja narrativa constituiu o *corpus* analítico deste trabalho.

O Empreendedorismo e uma Referência ao Cenário Contemporâneo

Empreendedorismo tem sido, não só nos tempos modernos, mas nas sociedades pré-modernas, associado a projetos individuais "aventureiros". Os autores clássicos da Economia e Administração (e.g., CANTILLON, 2001; SAY, 1964; SCHUMPETER, 1982) reconhecem o empreendedor como alguém "especial", capaz de quebrar a resistência à mudança que existe na sociedade, possuindo qualidades excepcionais de intelecto e vontade, e do sexo masculino. À medida que favorece essa visão do sujeito, a literatura concentra suas atenções no estudo de características psicológicas, habilidades e traços de personalidade (MCCLELLAND, 1971), isto é, aquelas particularidades necessárias para que o "empreendedor-herói" possa organizar o universo ao redor de si (OGBOR, 2000).

O pensamento sobre empreendedorismo registra três visões centrais sobre a expansão inicial do fenômeno – a escola dos economistas, a dos comportamentalistas e a dos precursores da teoria dos traços de personalidade. Existe certa concordância entre os pesquisadores de que os pioneiros no assunto teriam sido Cantillon (2001) e Say (1964). Para Cantillon (2001), o empreendedor era aquele que adquiria a matéria-prima por um determinado preço e revendia esta a um preço incerto. Ele entendia que, se o empreendedor obtivesse lucro além do esperado, isto ocorreria porque ele teria inovado (FILION, 1999). Desde o século XVIII, já se associava, pois, os empreendedores ao risco, à inovação e ao lucro, ou seja, eles eram vistos como pessoas que buscavam aproveitar novas oportunidades, vislumbrando o lucro e exercendo suas ações diante de certos riscos.

Na década de 1950, os americanos observaram o crescimento do império soviético, o que incentivou McClelland (1971) a buscar explicações a respeito da ascensão e declínio das civilizações. Os comportamentalistas foram, assim, incentivados a traçar um perfil da personalidade do empreendedor. Algumas problemáticas ligadas ao trabalho desenvolvido por McClelland (1971) consistem em, além de um foco restritivo sobre gerentes de grandes empresas, não interligar claramente a necessidade de auto-realização do sujeito com a decisão deste de iniciar um empreendimento e o sucesso dessa possível ligação (FILION, 1999).

A tentativa de identificar traços comuns aos empreendedores, sobretudo nas décadas de 70 e 80, caracterizou os esforços da teoria dos traços de personalidade, que destacou em suas pesquisas mais de vinte traços característicos dos empreendedores, entre eles a capacidade de superação de situações de fracasso, um espírito de obstinação aguçado, antecedentes familiares conflituosos e uma personalidade desviante (rebeldia inovadora). Até hoje não se estabeleceu um perfil psicológico científico do empreendedor, sendo que as contribuições dessa Escola se destacam por tentar oferecer linhas mestras para futuros empreendedores, auxiliando-os na busca por aperfeiçoar aspectos específicos para obterem sucesso (FILION, 1999). No entanto, dado o sucesso limitado dessa tentativa, o risco de criação de estereótipos e as dificuldades metodológicas inerentes à abordagem dos traços, uma orientação comportamental ou de processos tem recebido maior atenção recentemente.

Economistas associaram, mais tarde, e de modo mais contundente, o empreendedorismo à inovação, e procuraram estudar a influência do empreendedorismo no desenvolvimento econômico. Nesse sentido, destacamos a figura de Schumpeter (1883-1950), autor que enfatizou o papel da inovação no processo empreendedor e a figura central do empresário inovador (empreendedor) como fenômenos fundamentais do desenvolvimento econômico. A chave para a "destruição criativa", segundo ele, era empreendedorismo: as estruturas de

mercado eram destruídas pela entrada competitiva de novas combinações inovadoras que impulsionavam a evolução dinâmica da economia (SCHUMPETER, 1942; 1982).

O enfoque schumpeteriano destacou, inclusive, o crescimento econômico como meio para concretização da justiça social. O contexto que emoldura decisivamente tais questões é o pós-Segunda Guerra Mundial. A partir de 1948, quando as Nações Unidas criaram o Sistema Internacional de Cooperação ao Desenvolvimento, dando destaque às ações no Terceiro Mundo, o conceito de desenvolvimento esteve fortemente vinculado à idéia de crescimento econômico e o empreendedorismo apontado como fator principal para o desenvolvimento nacional (CORDEIRO, 2006).

Sobretudo a partir de 1989, observamos a tentativa, liderada pelos Estados Unidos, de construir uma "nova ordem mundial" marcada pela hegemonia do capital e do mercado. Por um lado, a ascensão do neoliberalismo no plano nacional, a partir de 1990, com a eleição de Fernando Collor para a Presidência da República, representou a substituição da agenda constitucional reformista pela agenda da "inserção competitiva". Por outro lado, no plano internacional, a mobilidade adquirida pelo capital com a globalização financeira e a reestruturação produtiva implicaram uma perda substancial da capacidade regulatória dos Estados nacionais sobre os fluxos econômicos que atravessam suas fronteiras, e, por conseguinte, maior dificuldade em *planejar* o desenvolvimento (CORDEIRO, 2006).

Na razão inversa do declínio do planejamento econômico e regional, o aumento da competição entre estados e municípios pela atração de investimentos, negócios e empresas introduziu novos termos e prioridades na pauta da ação pública (COMPANS, 2005). O Estado do bem-estar social (*Welfare State*) perdeu progressivamente o poder de absorver e integrar as reivindicações sociais e os crescentes deslocamentos àquele espaço de representação.

Além disso, destacamos que a revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação tem remodelado a base material da sociedade rumo à adoção de nova relação entre economia, estado e sociedade, visando uma interdependência global cada vez maior, e inserida num processo de profunda reestruturação do capitalismo (CASTELLS, 1997). A globalização encontra-se associada ao surgimento de novos mercados financeiros desregulamentados; ao capital global e aos fluxos de moedas grandes o suficiente para desestabilizar as economias médias; às formas transnacionais de produção e consumo; ao crescimento exponencial de novas indústrias culturais impulsionado pelas tecnologias de informação; bem como ao aparecimento da "economia do conhecimento" (HALL, 2003; HUTTON; GIDDENS, 2004). A seguir, visitamos a literatura em empreendedorismo para avaliar os sentidos predominantes sobre o tema.

Permanências: notas sobre o imaginário empreendedor e questões de sentido

Se observarmos os últimos quinze anos, percebemos um crescente e significativo interesse pelo tema do empreendedorismo. Verifica-se um foco maior de atenção sobre o empreendedorismo enquanto um fenômeno que modifica as condições correntes do mercado a partir da introdução de algo novo e diferente, em resposta a necessidades percebidas (PAIVA; CORDEIRO, 2002). No Brasil, a preocupação com a criação de empresas que consigam subsistir e reduzir o alto índice de falência de novos negócios pode ser uma das razões pelas quais o tema tenha assumido essa abrangência crescente no âmbito do governo, das entidades de classe, de instituições de apoio e da própria academia (DRUCKER, 1987; FILION, 1999).

Além disso, diante da realidade por que passa o mercado de trabalho com o fenômeno do "fim do emprego", o empreendedorismo tende a ser procurado enquanto nova forma de "tecnologia gerencial" para prover alternativas de empregabilidade (PAIVA; BARBOSA, 2001). Os pequenos empreendimentos, por sua vez, tendem a ser vistos como elementos fundamentais na execução de uma

multiplicidade de novos serviços e oportunidade para a diversificação de opções no mercado (PAIVA; CORDEIRO, 2002).

Mintzberg *et al.* (2000) ressaltam que, em situações de crise, a organização tende a adotar uma “configuração empreendedora”, na medida em que necessitaria de um líder forte que impusesse sua visão integrada e seu controle personalizado para colaborar na salvação da empresa, na tentativa de efetuar uma reviravolta estratégica. A criação de estratégia seria responsabilidade dos executivos principais, e o processo altamente intuitivo, com frequência, orientado para a procura agressiva de oportunidades (MINTZBERG *et al.*, 2000).

Para Lumpkin e Dess (1996), o aspecto essencial do empreendedorismo seria “criação de negócio”, o ato de formar novos negócios. Segundo os autores, uma interrogante sobre a discussão da ação empreendedora reside no questionamento da real contribuição do estudo da “orientação empreendedora” do executivo para explicar os empreendimentos que conseguem sobreviver e crescer, embora encarando os cenários hostis e competitivos do mercado.

Ao analisar definições de empreendedorismo defendidas por vários autores (e.g., SCHUMPETER, 1982; HOSELITZ, 1952; COLE, 1959; GARTNER, 1985), Dollinger (1995) conceitua a prática de empreender como o ato de criação de uma organização econômica inovadora (ou redes de organizações) para o propósito de obter lucratividade ou crescimento sob condições de risco e incerteza. De modo geral, a literatura tende a aceitar o empreendedorismo enquanto o fenômeno da geração de negócio em si, relacionado tanto com criação de uma empresa, quanto com a expansão de alguma já existente. Neste sentido, tanto no ato da criação de negócios como nas empresas já existentes, o empreendedorismo voltado para a busca e exploração de oportunidades tenderia a acelerar a expansão dos empreendimentos, o progresso tecnológico e a geração de riqueza (DEGEN, 1989; SINGH *et al.*, 1999; MEYER e ALLEN, 2000).

O empreendedorismo, também, é considerado por vários teóricos que o aplicam ao domínio de pequenos negócios e à geração de novos empreendimentos via entrada em mercados não explorados (BIRCH, 1979). Longenecker *et al.* (1995) concebe a ação empreendedora tanto como aquela relacionada a uma pessoa que inicia um negócio, como aquela que o opera e desenvolve. Nesta linha de estudos, que tem se destacado ao longo da última década, a ação representa o processo empreendedor, isto é, como o empreendedor, a partir da identificação de uma oportunidade no ambiente de negócios, desenvolve e gere as ações necessárias para concretizar sua idéia (DANJOU, 2002). Recentemente, existe também uma ênfase no empreendedorismo corporativo como um meio de crescimento e renovação para grandes empresas (GUTH; GINSBERG, 1990). A seguir, acessamos a literatura em empreendedorismo segundo um enfoque crítico.

Revisitando Criticamente o Discurso Empreendedor

Conforme temos discutido, na literatura sobre empreendedorismo há confusão e pluralismo sobre definições acerca do fenômeno empreendedor, mas, fica evidente como o sentido do termo, em geral, é concebido sob o escopo do indivíduo, por ser, na maioria das vezes, associado com a criação de uma idéia revolucionária (KILBY, 1971); e há uma idéia geral de que os empreendedores desempenhariam uma função social de identificar oportunidades e convertê-las em valores econômicos (CHURCHILL; MUZYKA, 1996). Desde a reflexão sobre o pensamento econômico que acompanhou o desenvolvimento das ciências humanas no século XIX, conhecida como o *laissez-faire* ou liberalismo econômico, protagoniza-se a ação da economia como refletida pelas forças livres do mercado e da concorrência. Surgiria, pois, dessa competição, a ascensão sócio-econômica dos “empreendedores”, indivíduos que impulsionariam a máquina capitalista ao prover novos bens de consumo e inovadores métodos de produção e transporte (SCHUMPETER, 1982; DRUCKER, 1987).

O fato "paradoxal" no desenvolvimento desse sistema está na constatação de que a formação da sociedade deixa transparecer a existência de pontos de estrangulamento, a exemplo da propagação das desigualdades econômicas entre grupos sociais, a decorrente instabilidade instaurada entre os menos favorecidos e a competitividade associada à desigualdade econômica e verticalização das relações sociais que gera um quadro de dessocialização nos indivíduos (BURITY, 2000).

Na tentativa de reavaliar os sentidos atribuídos à prática empreendedora, podemos considerar de que forma as concepções ideológicas dominantes do termo têm penetrado e, provavelmente, contaminado o discurso em empreendedorismo e os efeitos que essa tendência tem tido na prática empreendedora. Se pode haver algum consenso na área de estudo do empreendedorismo, a contribuição de Schumpeter tem sido amplamente reconhecida como uma das mais influentes. No trabalho de Schumpeter (1942; 1982), o empreendedor é abordado por uma perspectiva funcionalista, enquanto indivíduo que exerce a função de reformular ou revolucionar o sistema produtivo, e que continua sendo empreendedor durante o tempo em que exerce essa função (CORDEIRO, 2006).

A ideologia moderna evidenciada no enfoque schumpeteriano, a qual destaca o crescimento econômico como meio para concretização da justiça social (SCHUMPETER, 1982), tem penetrado o discurso teórico do empreendedorismo. Ao procurar evidenciar a respeito de qual imagem está sendo promovida pelo atual discurso empreendedor, Ogbor (2000) investiga como e por que a representação da estrutura de poder dominante na sociedade ocidental contemporânea é perpetuada em tal discurso, sugerindo que existem muitas indicações da reificação de mitos ideológicos na prática empreendedora.

Ogbor (2000) segue uma abordagem desconstrucionista (ver DERRIDA, 1972) para o discurso schumpeteriano, e considera que a ideologia dominante desempenha papel importante no grau com que uma teoria é aceita ou rejeitada à medida que a ciência procede, tipicamente, de maneira a preservar as confirmações do paradigma dominante. O autor percebe de que forma os textos criam mitos a respeito da figura do empreendedor, como, por exemplo, o arquétipo do herói masculino branco. Assim, quando o empreendedorismo é definido de forma restrita, não é apenas estudado, mas, também, praticado dentro das fronteiras conceituais construídas (OGBOR, 2000), e o sistema de conhecimentos e crenças que se cria por meio dos discursos em empreendedorismo legitima e institucionaliza não somente a pesquisa do fenômeno, bem como sua prática (GARTNER, 1993).

Os pressupostos teóricos schumpeterianos são construídos a partir do individualismo metodológico, sendo sua unidade de análise o indivíduo. Essa abordagem teórica não valoriza o comportamento de grupos, organizações e instituições sociais como parte da realidade (RIBEIRO; MEZZOMO, 1999). Tanto para pesquisadores como para praticantes, a exploração individual guiada pela curiosidade e força de vontade parece ser bem mais compreensível que a inter-relação social que constitui o empreendedorismo enquanto um fenômeno coletivo.

Ogbor (2000) evidencia que, para a ideologia dominante, os traços e crenças associados ao empreendedorismo não são apenas dados determinados psicológica, mas, também, culturalmente e de forma étnico-racial, numa crítica à concepção de Weber de que os empreendedores poderiam apenas emergir em sociedades cuja cultura derivasse da visão judaico-cristã. A maior parte da pesquisa existente tem tratado a participação de minorias na prática empreendedora como sendo disfuncionais ao desenvolvimento teórico, e se concentrado em como as experiências de grupos não-dominantes poderiam se tornar mais "razoáveis" para se adequarem ao paradigma dominante.

Nas construções teóricas, verificamos uma tendência em se usar o homem como padrão de comparação. Machado (1999) revela que a mulher empreendedora teria um estilo gerencial próprio, caracterizado por um comportamento estratégico inovativo e cooperativo, objetivos claros e grande ênfase na qualidade. A autora assinala que a figura da mulher imprime à gestão empreendedora traços peculiares que contribuem nos âmbitos da subjetividade, da identidade gerencial e da tomada de decisão, cujo estilo é mais democrático.

Destacamos, porém, que estilos de gestão considerados “femininos” se encontram presentes, também, em homens empreendedores e *vice-versa*. Assim, a condição de homem ou mulher explica pouco a prática empreendedora, sendo necessário aprumar o foco em direção à questão de *gênero*.

Além disso, a investigação do empreendedorismo não precisa estar restrita aos fenômenos do mercado (e.g., BRUYAT; JULIEN, 2000) ou a um enfoque econômico reducionista, uma vez que incorremos no risco de privilegiar tão somente um tipo de olhar e, desta forma, apenas considerar “por extensão” as organizações sociais, cooperativas atuantes, organizações públicas e outras instâncias onde a prática empreendedora pode se configurar de maneira efetiva (CORDEIRO, 2006).

Johannisson (1998) destaca a necessidade crescente de acadêmicos por meio de um olhar crítico, de questionar a ânsia dos leigos por modelar o empreendedorismo em “carne e osso”, particularmente o herói solitário guiado e “energizado” por sua grande força de vontade. O autor destaca os trabalhos de Gartner *et al.* (1992), os quais apresentam o empreendedorismo como um processo de “*enactment*” (atuação), primariamente, um fenômeno social, interativo e coletivo. Enquanto a maior parte do debate referente à “essência” do empreendedorismo tem trazido à tona visões centradas no indivíduo (ou no individual), corroboramos com Gartner *et al.* (1992) e Johannisson (1998) ao compreendermos o empreendedorismo como fenômeno genericamente coletivo, à medida que o mesmo não seria “mero reflexo” de evidências pessoais.

Após termos destacado várias problemáticas no enfoque teórico predominante do empreendedorismo, e apontado alternativas teóricas na literatura referentes a tais aspectos, a seguir, buscamos acessar tais elementos num campo empírico alternativo como forma de compreender melhor esse “confronto de vozes” na *práxis* empreendedora.

Rupturas e Resignificações: acessando um campo empírico alternativo

A conjuntura específica na qual fazemos uma rediscussão do tema do empreendedorismo, considera a emergência de atores coletivos heterogêneos, cuja face pública aparece mais ou menos unificada e possui porta-vozes e representantes, mas que correspondem antes a redes ou articulações de atores de diferentes tamanhos e formatos, figuras de um campo de articulações sociais (BURITY, 2000). Nesse campo de articulações, buscamos na narrativa do SERTA (Serviço de Tecnologia Alternativa), organização não-governamental fundada em 1989, a base empírica para identificarmos rupturas e ressignificações no discurso empreendedor, por meio de uma perspectiva pós-estruturalista ligada à Teoria do Discurso. No período de agosto a novembro de 2005, realizamos um estudo sobre a prática que envolve a transformação da resistência local em sujeitos de mudança no meio rural. Investigamos este campo por meio de entrevistas em profundidade com atores-chave, observação de reuniões internas e com parceiros locais, bem como levantamento de documentos (ver CORDEIRO, 2006).

O *corpus* analítico oriundo deste estudo de caso (cf. STAKE, 1994) configura apenas um desfecho transitório para efetuar uma “totalização” argumentativa que, uma vez examinada, enriqueça e aprofunde a continuidade da discussão em futuras investigações. Não pretendemos desconhecer a heterogeneidade, nem tampouco nos referir a de apenas “um lugar”, mas sim de uma conjuntura específica cujos fatos, narrativas e metáforas constituem fértil objeto de estudo para contemplar nossas indagações. Os 13 (treze) extratos do *corpus* apresentados são trechos das diversas fontes de dados (entrevistas, observação e levantamento documental) que foram agrupados e codificados para fins deste trabalho; eles se encontram enumerados de [1] a [13]. As fontes acessadas referem-se ao período de julho de 2001 a novembro de 2005. Os nomes de entrevistados foram modificados como forma de preservar sua identidade.

Doravante, conduziremos nossa reflexão situando-a a partir de discursos concretos presentes na conjuntura específica de análise que temos delineado. Consideramos, para fins analíticos, conforme Danjou (2002), o empreendedorismo sob três ângulos – contexto, sujeito e ação –, uma reflexão a partir desses três focos teóricos, ainda que tais aspectos se encontrem necessariamente entrelaçados.

Contexto

Busquemos na década de 80, marcada por avanços democráticos no que se refere à Constituição Federal de 1988, compreender como este período cultivou a esperança de que os anos 90 trariam a consolidação das conquistas consagradas na redação da nossa nova Carta Magna, no que diz respeito a uma gestão democrática. O que se verificou, contudo, em muitas localidades, foi a busca cada vez mais desenfreada pela competitividade internacional, que se sobrepôs ao pacto político condensado nas assertivas legais do período pós-Constituinte (COMPANS, 2005).

Burity (2000) descreve o deslocamento (cf. LACLAU, 1993) da identidade pública ou política de “cidadão” para uma situação de crescente autonomização das distintas esferas sociais entre si, o que implicou no questionamento da centralidade do Estado como referencial para o conceito de cidadania. Além disso, a reivindicação dos “direitos de cidadania”, para um espectro cada vez mais vasto de espaços e situações sociais, econômicas, políticas e culturais, acarreta em uma reabsorção pela sociedade civil de funções ou práticas de representação e provisão social classicamente atribuídas ao Estado (BURITY, 2000). Há uma disseminação do conceito de “cidadania”, sendo que um dos aspectos produtivos das lutas sociais em torno desse conceito, hoje, decorre de sua disseminação, de sua capacidade de assumir conotações distintas, de ser hegemonizado por diferentes sujeitos políticos e sociais (CORDEIRO, 2006).

Neste contexto, ao mesmo tempo em que perde suas conotações mais tradicionais, de posse de direitos civis e políticos ou de participação na comunidade política, fortemente referenciadas no Estado, o conceito de “cidadania” adquire relevância em espaços institucionais hierárquicos e fechados, antes contrários à lógica da participação, da igualdade e da afirmação de direitos (BURITY, 2000). A questão da articulação de demandas coletivas na arena social é contemplada a partir de um paradigma dominante que enaltece o sujeito-consumidor em detrimento do sujeito-cidadão, e atribui a articulação entre programas de desenvolvimento e políticas sociais ao chamado “empreendedorismo social”.

O discurso dominante em empreendedorismo, ao adotar a missão de gerar e manter valor social, e não “apenas” valor privado, busca incorporar nova reivindicação a um espaço mítico de representação, sendo que o enfoque ideológico permanece igual à medida que o sentido de desenvolvimento como sinônimo de crescimento econômico não é contestado nesta estrutura discursiva. Devemos buscar compreender, a seguir, como o sujeito-empresendedor desenvolve a ação necessária à contestação e modificação de tal estrutura.

Sujeito(s)

Antes de adotarmos a ação como foco analítico em nossa reflexão, consideremos, conforme Collins e Porras (1995), que exista uma visão empreendedora do negócio. Para os autores, o componente dessa visão seria a missão, um objetivo geral que serviria como ponto focal para o esforço empreendedor. Tal missão seria precedida por uma proposta, isto é, a razão e o próprio sentido para que a ação empreendedora exista; e tal proposta seria construída com base nas crenças e valores da organização. Observemos a fala de um dos líderes do SERTA, no trecho, a seguir:

[...] O que guia fundamentalmente (o SERTA) é um conjunto de princípios filosóficos, de crenças, que nós alimentamos e transformamos numa vida cotidiana.

[...] Nós acreditamos, temos um grande ato de fé na capacidade das pessoas. A nossa fé, a nossa profissão de fé é na pessoa [1].

Os valores expressos no plano de uma individualidade são parte, porém, não determinante, do processo de ativação da ação coletiva (MUTZENBERG, 2002); nesse caso, uma profunda crença no potencial humano. Esclarecemos que, apesar dessa individualidade poder expressar tal valor humanista de maneira mais contundente, o mesmo não é oriundo (apenas) desta individualidade, mas sim de sua identificação com forças coletivas em instâncias plurais (e.g., sua participação nas comunidades eclesiais de base, nos movimentos de luta pela terra, no religioso como expressão de fé etc.). Assim, ainda que seja confundida, na mitificação da individualidade que ressalta o aspecto heróico individual do líder (ver trecho, a seguir, de uma das líderes do SERTA), a ação empreendedora é concretizada pelo sujeito-empreendedor:

Em toda a equipe, há um elemento de decisão muito forte que é João Gabriel. Ele tem um critério técnico, mas ele tem a dimensão humana muito forte. Então, ele tende a fazer uma decisão política que compense *sempre* as pessoas, não as pessoas assim individualmente, mas que nunca perca a dimensão do bem estar da equipe, da integração da equipe; então, sempre que a gente sente que está tomando uma decisão que é conflituosa, *sempre* a última palavra é de João Gabriel. [...] A política interna que ele orquestra é decisiva, nas grandes decisões nossas, nos grandes encaminhamentos que temos tido, nos grandes conflitos [...] ele é uma liderança extremamente carismática... [2].

Neste sentido, duas críticas ao arcabouço de Collins e Porras (1995) parecem pertinentes aqui. Primeiramente, contrariando o foco exclusivo sobre a organização, consideramos que a ação empreendedora seja fruto crítico do sujeito-empreendedor (porém não exclusivo do sujeito individual ou “líder”, conforme temos discutido), caso contrário, estaríamos tratando de uma ação de negócios qualquer (cf. LEÃO; CORDEIRO; MELLO, 2004). Além disso, o arcabouço de Collins e Porras (1995) apresenta um nível de pragmatismo exagerado ao tratar crenças e valores sob um olhar funcionalista da organização e como princípios motivacionais do negócio, restringindo-se a uma visão de negócios em detrimento da visão de mundo do sujeito-empreendedor (LEÃO; CORDEIRO; MELLO, 2004). Observemos:

[...] A nossa missão a gente vê desta forma, de construir referenciais que possam inspirar políticas [...]. A minha visão do futuro do SERTA é que o SERTA deixe de ser uma instituição, praticamente já não é mais, já não funciona como uma instituição, ele funciona quase como um movimento com algumas características, algumas idéias, algumas propostas, e as pessoas se inspiram, o prefeito se inspira, o secretário se inspira, o próprio povo se inspira, e a gente mantém uma equipe pequena, como um laboratório, como um sustentáculo, como guardiã dessa construção que foi feita. E os grupos que se articulam conosco, que foram criados com nosso apoio, que eles possam se institucionalizar [...] então, o SERTA vai ser um referencial com uma equipe mais enxuta, mas ao mesmo tempo vai ser um espírito. Vai ser uma idéia que vai estar presente nessas instituições que tiveram o apoio inicial [3].

Então este espírito vai fazer a integração...

Exatamente. São os valores, os princípios, e a metodologia. São o tripé da nossa ONG [3].

No trecho acima, observamos que a metodologia de “formação” (materializada na PEADS – Proposta Educacional de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável, metodologia educacional crítica, elaborada por líderes do SERTA e empreendida no âmbito da zona rural) faz parte de uma missão que rompe os limites institucionais à medida que vislumbra a consolidação – sob um paradigma sócio-político, em detrimento do funcionalista – de um movimento que implica transcender a própria instituição em seus limites funcionais, para legitimar conceitos, princípios e valores numa estrutura mais ampla, ou seja, sua materialização no cotidiano.

Assim, ao consolidar o sujeito enquanto centro da ação empreendedora, Leão, Cordeiro e Mello (2004) deslocam a prioridade concedida à estrutura organizacional, ênfase dos paradigmas funcionalistas nesse campo de estudo, mas criam a necessidade de superarmos um foco privilegiado sobre o sujeito enquanto "centro" da ação.

Granovetter (1985), ao considerar a natureza, profundidade e extensão dos laços do sujeito com o ambiente, sugere que mecanismos de "imbricamento" do sujeito permitiriam a ligação da estrutura e da agência numa relação dinâmica. Esse imbricamento seria relevante à ação empreendedora à medida que auxiliaria o sujeito na identificação de recursos sociais para desembocar num empreendimento (JACK; ANDERSON, 2003). Para compreendermos o empreendedorismo sob outros enfoques, é necessário, pois, nos afastarmos da noção do indivíduo isolado e olharmos para o processo empreendedor. Jack e Anderson (2002) descrevem o imbricamento como o mecanismo pelo qual o empreendedor se torna parte da estrutura local, o que permite a este acessar e utilizar recursos e potencializar a sua ação à medida que se torna menos dependente de recursos e condições externas, conforme percebemos no trecho, a seguir (de um dos líderes SERTA):

É por aí essa autoria, essa questão endógena do desenvolvimento [...] quando a gente fala em recurso a gente se esforça para que se entenda que o recurso não é financeiro só. O costume quando se fala de qualquer necessidade, a primeira coisa que o gestor olha é perguntar quanto custa em moeda, e quando ele se fixa no recurso em moeda, ele perde a capacidade de ver os recursos de gente, das pessoas, perde a capacidade de ver os recursos da natureza, o solo que tem na natureza, na vegetação [...], a riqueza da cultura, a riqueza da subjetividade, tudo isso são recursos que precisam ser descobertos no desenvolvimento [4].

Quem é o sujeito-agente desse desenvolvimento?

São as pessoas interessadas do lugar, em primeiro lugar, são as pessoas, a gente trabalha muito essa questão endógena do desenvolvimento. São as pessoas do lugar que tem que se descobrir e tem que se voltar pra si próprio, (...) e a partir daí ela ver do que é capaz, do que ela tem de limites e de possibilidades e não se reter só a fragilidades, às carências e à falta pra vir de fora [4].

(O SERTA) não é uma agência de promoção do desenvolvimento. [...] Não estamos fazendo isso. A gente está formando três atores, fundamentalmente: produtores rurais, jovens e professoras da rede pública; então, são os três atores privilegiados da nossa ação e intervenção [5].

Uma discussão da condição de "agente" (ver trecho [5]) precisa ser feita a partir de posicionamentos subjetivos distintos. Temos um sujeito coletivo (i.e., SERTA) que assume o papel de formação do agente, o *agente de desenvolvimento local*, isto é, as pessoas interessadas do lugar, sendo esta uma agência individual (especificamente, produtores rurais, jovens e professoras) que assumiria o papel de articular uma proposta para o local, a do desenvolvimento (ver trecho [6]). Em contrapartida, o sujeito coletivo não deixa de ser agente, mas uma agência coletiva, à medida que ocasiona mudanças de acordo com conceitos, princípios e valores legitimados em uma subjetividade coletiva (SEN, 1999).

Johannisson (1998), ao sustentar uma percepção do empreendedorismo como fenômeno genericamente coletivo, considera que a ação empreendedora deve ser acompanhada pelo compromisso assumido com outros agentes, sendo que as diferenças entre o que é real, no sentido de ser objetivo, e não real, "dissolvem-se", assim como as fronteiras entre o empreendimento e seu contexto, e entre a ação individual e a coletiva. O autor sugere, ainda, que "idealmente" o empreendedorismo coletivo reflete uma "auto-organização", em outras palavras, um tipo de governança desprovido de qualquer centro explícito permanente de influência. Consideremos, pois, a fala do líder da Ecoorgânica, uma das organizações (cooperativa de produção) criada a partir do SERTA:

[...] o que a gente tá sempre tentando construir mais é esse entrosamento da Ecoorgânica com o SERTA, pra que isso permaneça, porque isso aqui é filho do SERTA; então, a gente quer cada vez mais que isso se consolide. O cordão umbilical institucional pode estar desligado, essa parte financeira, de administração, mas em termos da educação, da coisa mais intangível, tem que tá muito unida [6].

Observamos que a fundação da Ecoorgânica, no rompimento de vínculos funcionais diretos, institucionais, contempla a manutenção de um vínculo intangível com o SERTA, no que se refere aos princípios e valores articulados na PEADS, enquanto proposta educacional. Este conjunto ideacional, ou ideológico, passa a ser articulado em mais um espaço de ação:

No campo do desenvolvimento, do DLIS (desenvolvimento local integrado e sustentável), eu acho que ele (o SERTA) tá muito forte porque tem a Ecoorgânica que é uma ambiência já instalada em relação ao DLIS e aos produtos orgânicos, e há estímulo para a organização dos trabalhadores. [...]; de articulação econômica e também política [7].

A noção de “coletivo”, como pautado numa imagem de ajuda mútua e solidariedade, aponta para a interação direta entre os membros do coletivo (JOHANNISSON, 1998), destacando-se os motivos para a troca como cruciais no processo de empreender, por exemplo, o comprometimento social e/ou a identificação com valores específicos. Esta lógica relacional confronta pressupostos vigentes na teoria administrativa, a qual enfatiza, por exemplo, a rivalidade concorrencial em disputas pela manutenção ou ampliação de fatias do mercado, num jogo de ação-reação entre competidores (e.g., PORTER, 1999). Observemos:

Quando a gente diz que nós não somos exploradores, nós somos cooperadores, então, o que a gente tem que fazer com a natureza, em comum com as pessoas, não é explorá-la, não é competir. Não é a lógica desse mercado capitalista... neoliberal, que tem que dizer que a gente tem que eliminar os outros pra que a gente possa se sentir, sair-se bem na economia. (...) As pessoas podem pensar a sua qualidade de vida sem ter que ser subjugando ou explorando seres ou a natureza [8].

Quando acessamos a literatura em Administração, provavelmente, a cooperativa enquanto estrutura organizacional, que oferece formas de gestão democrática e participação conjunta nos resultados do negócio, tende a ser o fenômeno organizacional mais visivelmente coletivo no que se refere à noção de troca destacada por Johannisson (1998). Por outro lado, uma lógica *relacional* cooperativa pode servir a um *ethos* de satisfação de interesses particulares, adotando-se uma postura cooperativa para este fim, um procedimento falsamente sociável com aqueles que possam ser úteis para concretizar tais interesses. Observemos:

O que é cooperação?

Olhe, veja bem. A gente aqui não diz que a gente tem “cooperativado”, aqui a gente não diz isso. É uma expressão que a gente não gosta de usar. A gente gosta de usar que aqui a gente é “cooperante”... Porque a idéia de “cooperativado” é a idéia de alguém que está recebendo a ajuda, né? “Cooperante” ele recebe e dá. [...]. Então, pra gente é isso: é você ter parte, ser parte e fazer parte. E isso pra gente também é um processo de crescimento, dentro desse espírito de cooperar – ter, ser e fazer [9].

No trecho acima, uma lógica relacional cooperativa expande limites funcionalistas da estrutura organizacional (“ter” parte), para englobar a ação concreta (“fazer” parte) e, sobretudo, a dimensão existencial (“ser” parte) do sujeito, dimensão que envolve a identificação com uma coletividade, valores cooperativos, um discurso que direciona o sentido da ação cooperativa. A seguir, aprofundaremos considerações (algumas já foram feitas nesta seção) sobre a ação empreendedora.

Ação

Focalizemos, agora, no âmbito da ação, a questão da articulação de demandas coletivas na arena social. A literatura em empreendedorismo costuma tatear a questão a partir de um olhar baseado no paradigma funcionalista dominante (e.g., THOMPSON; ALVY; LEES, 2000; PRABHU, 1999; GÓMEZ, 1999; DEES, 1998) e na insistência sobre a dicotomia “empreendedores sociais” *versus* “empreendedores de negócios”. Os chamados “empreendedores sociais” (DEES, 1998) exerceriam o papel de agentes de mudança no setor social ao adotarem a missão de gerar e manter valor social, e não “apenas” valor privado. Seu perfil enfatiza:

reconhecer e buscar implacavelmente novas oportunidades para servir a tal missão; engajar-se num processo de inovação, adaptação e aprendizado contínuo; agir arrojadamente sem se limitar pelos recursos disponíveis; e exibir um elevado senso de transparência para com seus parceiros e público pelos resultados gerados” (DEES, 1998, p.4).

Neste sentido, a articulação de demandas coletivas seria contemplada por um “empreendedorismo social”. Mesmo quando o discurso dominante em empreendedorismo incorpora novas reivindicações (e.g., uma prática de caráter “socialmente responsável”) a seu universo simbólico, esse empreendedorismo adota estratégias “terapêuticas” no ímpeto de realizar a fagocitose (MELLO, 2006) das novas demandas, de forma que sejam percebidas como “meios válidos” do discurso hegemônico para reforçar seus valores e ideais.

Os agentes de mudança apontados pela literatura convencional são percebidos como os “reformadores” e “revolucionários” descritos por Schumpeter (1982), sendo que agora com uma missão social, isto é, realizarem mudanças significativas na forma como as coisas são feitas no setor social (i.e., educação, saúde, desenvolvimento econômico, meio ambiente, arte e cultura etc.). Contudo, o componente ideológico base permanece o mesmo à medida que não contempla a mudança enquanto projeto político. Observemos este conflito no âmbito organizacional da cooperativa Ecoorgânica:

[...] Então daqui a pouco vão dizer “olhe, então é melhor a cooperativa não procurar esse tipo de produtor, mas só procurar produtor médio pra cima”. Aí a cooperativa perdeu sua dimensão por completo! Porque a cooperativa tem a missão de ajudar esse daqui! (o mais fraco). Daqui a pouco a cooperativa vai ser uma empresa grande, vai crescer, porque só tem grande lá dentro, e esse aqui (o mais fraco) continua fora do processo [10].

O próprio termo “empreendedorismo social”, em voga no hemisfério Norte, tem seu uso contemporâneo interligando a moralidade e objetivo de benefício público a características comumente atribuídas a empreendedores do setor privado: visão de um novo valor-agregado, *insight* contextual, atenção às oportunidades, assunção de riscos, auto-confiança, auto-motivação, determinação e viabilidade, e foco sobre o econômico (BOSCHEE, 1998; DEES, 1998). Neste sentido, o que direcionaria a missão econômica do empreendedor social seria a criação de um excedente, ao invés do lucro como forma de assegurar a viabilidade no trato de problemas sociais. O “empreendedorismo social” concebe a criação de estruturas sócio-econômicas, relações, instituições, organizações e práticas que produzam e sustentem benefícios sociais (FOWLER, 2000).

Para Prabhu (1999), os “empreendedores sociais” têm a missão de realizar mudança social e desenvolvimento diante de um público-alvo, e considera que, apesar dos dois tipos de organizações – sociais e de negócios – possuírem diferenças significativas em termos de ideologia, missão, visão, funcionamento e resultados, o criador de organizações sociais empreendedoras poderia apresentar muitas das características e comportamentos do líder econômico empreendedor clássico, no processo de criação e gestão de sua organização (p.141). Da mesma forma que Prabhu (1999), Gómez (1999) reconhece – porém, sem aprofundar – que o empreendedor privado pode apresentar uma dimensão política na ação

empreendedora para a mudança social, evidenciada nos processos de mobilização comunitária, como, por exemplo, manter os dirigentes-chave no empreendimento, declarar ausência de influência partidária, bem como possuir uma rede de apoio sólida e *stakeholders* claramente identificados.

A modalidade do “empreendedorismo social” predominante na literatura não capta a natureza das origens do imperativo de desenvolvimento no sentido de inovar a forma como a sociedade civil trabalha para solucionar problemas sociais. Por outro lado, inovadores podem orientar suas ações a partir de valores cooperativos, de colaboração e ajuda mútua ao lançar um olhar sobre a natureza estrutural das questões sociais, identificando o potencial para novos tipos de respostas cidadãs, sem negligenciar a cultura (FOWLER, 2000).

[...] a gente trabalhava num projeto, mas é evidente que não queríamos ficar no projeto, porque, se ficássemos no projeto, o limite era muito grande, a contribuição seria muito pequena [...] Então, o que foi o Campo da Sementeira, o que foi o projeto de Agentes de Desenvolvimento Local? Uma experiência localizada que teve um financiamento específico da Aliança com o Adolescente e que criou um modelo, criou um referencial, né? O que seria a política? A política seria os gestores públicos, as instituições, os empresários, os movimentos sociais, que ao verem e observarem essa experiência poderiam inspirar-se nela para qualificar melhor a sua ação, sua intervenção. [...]. Este referencial, mais cedo ou mais tarde, alguns municípios, algumas instituições começam a adotar como estratégia política de ação e intervenção [11].

Neste sentido, a inovação cívica cria algo diferente na maneira como os cidadãos compreendem e se posicionam diante de questões sociais, sendo caracterizada por um novo conjunto de instituições ou padrões de relações sociais. O foco reside no engajamento popular, em que se dá a inspiração e mobilização de recursos:

[...] E se você tem outra concepção de recurso, você também tem outra concepção de diagnóstico. Você chega numa comunidade, vai analisar aquela comunidade e parte pra analisar as carências, é como se você tivesse dizendo que essa comunidade é dependente. (...) Se você se aproxima dessa comunidade para, a partir daí, ver o que ela tem de potencial, então a força dela, a capacidade dela é o que vai gerir o desenvolvimento. Ela vai precisar de um apoio, mas a condição é dela [12].

Ao fazer uma leitura comparativa sobre o “empreendedorismo social” e a inovação cívica, Fowler (2000) toma como objeto de investigação a ação das ONGs motivadas pelo desenvolvimento enquanto projeto político. O autor afirma que, sendo ativista ou pragmático, as raízes das iniciativas dessas ONGs brotaram dos grupos civis e de suas preocupações, como, por exemplo, as intenções críticas de mobilização civil centradas na necessidade de “empoderamento” (FOWLER, 2000). A base ideológica das ONGs residiu, sobretudo, na alimentação da perspectiva de empoderamento crescente dos setores marginalizados e numa atuação no cotidiano mais imediato, para transformar condições de sobrevivência e relações de poder no espaço comunitário. Observemos:

[...] as pessoas do lugar e da comunidade a se empoderarem, a se apropriarem desse conhecimento, a se apropriarem da responsabilidade pelo desenvolvimento, a se apropriarem da idéia de que elas são pessoas, são pessoas... sujeitos de direito, e se eles são capazes de acreditar na sua palavra, se eles se entendem como autores da mudança, da construção do desenvolvimento nas suas comunidades... [13].

Consideramos esta reflexão no sentido de sugerir a ampliação do foco de estudo do empreendedorismo para além do paradigma funcionalista, que privilegia um olhar economicista e individual(ista) do tema. A ampliação desse escopo pode trilhar o caminho de alternativas teórico-epistemológicas que contemplem o sujeito-empreendedor enquanto agência política coletiva que articula discursos alternativos à lógica estrutural dominante.

Neste trabalho, buscamos fazer uma referência ao contexto contemporâneo, que se coloca como condição para o deslocamento (cf. LACLAU, 1993) de diversos sentidos presentes na estrutura discursiva do empreendedorismo. Buscamos evidenciar como a reativação da contingência de sentidos fixados numa cadeia teórico-discursiva abre possibilidades para novos discursos no campo do empreendedorismo.

Consideramos um contexto em que o dismantelamento das ditaduras nos países subdesenvolvidos, propiciando o surgimento de novos sujeitos políticos, a quebra do bloco socialista, a discussão referente ao papel do Estado, diante das novas territorialidades definidas pelos mercados, a revolução das comunicações transformando a informação em um bem de primeira grandeza e, mais recentemente, a globalização como um processo inexorável foram aspectos que incidiram sobre a matriz do Sistema Internacional de Cooperação ao Desenvolvimento e constituíram-se nas grandes questões que insuflaram o debate sobre o resgate de uma dimensão social para o desenvolvimento. Em contrapartida, a noção de desenvolvimento esteve intrinsecamente vinculada à idéia de crescimento econômico dos países e o empreendedorismo destacado como condição principal para o desenvolvimento.

Contudo, diante de uma perda substancial da capacidade regulatória dos Estados nacionais e sua conseqüente dificuldade em planejar o desenvolvimento, a articulação de demandas coletivas na arena social passa a ser englobada por um paradigma dominante que enaltece o sujeito-consumidor em detrimento do sujeito-cidadão, e atribui a articulação de programas de desenvolvimento a um "empreendedorismo social". O discurso dominante em empreendedorismo incorpora, assim, uma nova reivindicação, de caráter social, a seu espaço representativo, e mantém seu foco ideológico à medida que não contesta o sentido do "desenvolvimento" como sinônimo de "crescimento econômico".

O crescente e significativo interesse pelo Empreendedorismo, nos últimos quinze anos reflete, assim, a ênfase sobre o papel exercido pelo sujeito empreendedor enquanto fenômeno fundamental do desenvolvimento, destacando, ainda, o crescimento econômico como meio para concretização da justiça social. A narrativa contra-hegemônica que investigamos indaga os sentidos da lógica estrutural dominante do empreendedorismo, e evidencia que esta lógica reflete uma "resposta" a anseios pelo ideal de "inserção competitiva". O sujeito, embebido pelo desejo de participar de um projeto global de inserção competitiva, ingressa numa disputa que exige, para o ponto de "chegada-fim" (as grandes empresas aplicam essa visão de mundo de empreendedorismo com sucesso), uma lógica relacional imediatista e predatória.

Por outro lado, o discurso hegemônico deixa de dar conta da multiplicidade de demandas oriundas da lógica social plural contemporânea, e do modo como desestabiliza sentidos aparentemente estáveis. Um discurso alternativo no campo do empreendedorismo contraria o foco exclusivo de ação centrada na organização, que trata crenças e valores sob um olhar funcionalista e se restringe a uma visão de negócios, para considerar a ação empreendedora como fruto crítico do sujeito empreendedor.

O "político", enquanto categoria onto-epistemológica, confere um novo olhar para o sujeito-empreendedor – o sujeito enquanto ator político inserido num campo de articulações. Na conjuntura específica que investigamos, o sujeito posiciona-se a partir da categoria "articulação", segundo um espaço representativo alternativo à lógica estrutural dominante, para constituir referenciais que inspirem políticas e rompa os limites da organização, à medida que se engaje na construção de tal espaço e de um movimento que transcenda a própria organização em seus limites funcionais, cuja inscrição ideológica legitime o repertório alternativo de conceitos, princípios e valores na estrutura discursiva.

Este trabalho, ao afastar-se da noção do indivíduo isolado – para olhar o processo empreendedor – evidenciou, também, que mecanismos de imbricamento permitem a ligação da estrutura e da agência empreendedora numa relação dinâmica, auxiliando o sujeito na identificação de recursos sociais para desembocar um empreendimento e potencializar a sua ação. Além disso, a percepção do empreendedorismo como fenômeno genericamente coletivo considera a ação acompanhada pelo compromisso assumido com outros agentes num processo de reconstrução social. Segundo uma lógica relacional diferenciada, a noção de “coletivo” como pautado numa imagem de ajuda mútua e solidariedade aponta para a interação direta entre os membros do coletivo, destacando-se a identificação com os valores de uma coletividade, um discurso que direciona o sentido da ação cooperativa.

Referências

- ALVAREZ, S. E.; DAGNINO, E.; ESCOBAR, A. (Orgs.). *Cultura e política nos movimentos sociais latino-americanos: novas leituras*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2000.
- BIRCH, D. *The job generation process*. MIT program on neighborhood and regional change. Cambridge, MA: MIT Press, 1979.
- BOSCHEE, J. *Merging mission and money: a board member's guide to social entrepreneurship*. Washington, D.C.: National Center for Nonprofit Boards, 1998.
- BRUYAT, C.; JULIEN, P. Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, n. 6, p. 165-180, 2000.
- BURITY, J. A. *Identidade e múltiplo pertencimento nas práticas associativas locais*. Relatório de pesquisa. Recife, Fundação Joaquim Nabuco, mimeo, 2000.
- CANTILLON, R. *Essay on the nature of commerce in general*. New Brunswick: Transaction Publishers, 2001. (Original de 1755).
- CASTELLS, M. *A sociedade em rede*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1997.
- CHURCHILL, N.; MUZYKA, D. Defining and conceptualizing entrepreneurship: a process approach. In: HILLS, G. E.; LaFORGE, W.; PARKER, B. J. (Eds.). *Research at marketing/entrepreneurship interface*. Chicago: University of Illinois at Chicago, 1996. p. 11-23.
- COLE, A. H. *Business in its social setting*. Cambridge, Harvard University Press, 1959.
- COLLINS, J.; PORRAS, J. L. *Feitas para durar: práticas bem sucedidas de empresas visionárias*. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1995.
- COMPANS, R. *Empreendedorismo urbano: entre o discurso e a prática*. São Paulo: editora UNESP, 2005.
- CORDEIRO, A. T. *Perspectivas pós-estruturalistas na resignificação de uma estrutura em crise: [re]discutindo concepções, relações e práticas no campo do Empreendedorismo*. Dissertação (Mestrado em Administração) – Ciências Administrativas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2006.
- DANJOU, I. L'entrepreneuriat: un champ fertile à la recherche de son unité. *Revue Française de Gestion*, v. 28, n. 138, p. 109-125, 2002.
- DEES, G. J. *O significado de empreendedorismo social*. Universidade de Stanford (Stanford University), 1998. Disponível em: <<http://www.gsb.stanford.edu/services/news/DeesSocentrepPaper.html>> Acesso em 14 jan. 2004.
- DEGEN, R. J. *O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial*. São Paulo: McGraw-Hill. 1989.
- DERRIDA, J. *Positions*. Chicago: Chicago University Press, 1972.
- DOLLINGER, M. J. *Entrepreneurship: strategies and resources*. Burr Ridge, Illinois: Auston Press, Irwin. 1995.

DRUCKER, P. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. São Paulo: Pioneira, 1987.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, 1999.

FOWLER, A. NGOs as a moment in history: beyond aid to social entrepreneurship or civic innovation? *Third World Quarterly*, v.21, n. 4, p. 637-654, 2000.

GARTNER, W. B. A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), p. 696-706, 1985.

_____. BIRD, B. J.; STARR, J. A. Acting as if: differentiating entrepreneurial from organizational behaviour. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Spring, p. 3-31, 1992.

_____. Words lead to deeds: towards an organizational emergence vocabulary. *Journal of Business Venturing*, 8, p. 231-9, 1993.

GÓMEZ, H. Entrepreneurs for social change. In: BALAS Annual Conference. *Anais...* New Orleans, 1999.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, p. 481-510, 1985.

GUTH, W. D.; GINSBERG, A. Guest editor's introduction: corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal* [Special issue], 11, p. 5-15. 1990.

HALL, S. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte/Brasília, UFMG/Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HOSELITZ, B. F. Entrepreneurship and economic growth. *American Journal of Economic Sociology*, p. 97-106, 1952.

HUTTON, W.; GIDDENS, A. *No limite da racionalidade: convivendo com o capitalismo global*. Trad. Maria Beatriz de Medina. Rio de Janeiro: Record, 2004.

JACK, S. L.; ANDERSON, A. R. The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, v. 17, n. 5, p. 467-487, 2003.

JOHANNISSON, B., Entrepreneurship as a collective phenomenon. In: *Research on Entrepreneurship (RENT) XII*, Lyon, França, nov., p. 1-41, 1998.

KILBY, P. Hunting the heffalump. In: KILBY, P. (Ed.), *Entrepreneurship and economic development*. New York: Free Press, 1971. p. 1-40.

LACLAU, E.; MOUFFE, C. *Hegemony & socialist strategy*. Towards a radical democratic politics. 2ª ed. Londres, Verso, 1989.

_____. *Nuevas reflexiones sobre la revolución de nuestro tiempo*. Buenos Aires: Nueva Visión, 1993.

LEÃO, A. L. M. De; CORDEIRO, A. T.; MELLO, S. C. B. de. O sujeito como centro da ação empreendedora: concepção e verificação empírica de um arcabouço conceitual analítico. In: XXVIII EnANPAD. *Anais...* Curitiba-PR, 2004.

LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY. *Administração de pequenas empresas: ênfase na gerência empresarial*. São Paulo: Makron Books, 1995.

LUMPKIN, G. T.; DESS, G. G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*, v. 21, n. 1, p. 135-172, 1996.

MACHADO, H. Tendências do comportamento gerencial da mulher empreendedora. In: XXIII EnANPAD. *Anais...* Foz do Iguaçu-PR, 1999.

- McCLELLAND, D. C. Entrepreneurship and achievement motivation: approaches to the science of socio-economic development. In: LENGYEL, P. (Ed.) Paris, UNESCO, 1971.
- MELLO, S. C. B. de. O que é o conhecimento em marketing no Brasil, afinal? *Revista de Administração Contemporânea*, v.10, n.2, p.203-212, jan./mar., 2006.
- MEYER, E. C.; ALLEN, K. R. *Entrepreneurship and small business management*. 2ª ed. Glencoe/McGraw-Hill, 2000.
- MINTZBERG, H.; AHLSTRAND, B.; LAMPEL, J. *Safári de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto alegre: Bookman, 2000.
- MUTZENBERG, R. *Ações coletivas, movimentos sociais: aderências, conflitos e antagonismo social*. Tese (Doutorado em Sociologia) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2002.
- OGBOR, J. O. Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies. *Journal of Management Studies*, 37:5, p. 605-635, jul., 2000.
- PAIVA Jr., F. G.; BARBOSA, F. Redes organizacionais no sistema de clusters: reflexões sobre sua posição estratégica na busca de oportunidades pelas pequenas e médias empresas. In: XXV EnANPAD. *Anais...* Campinas-SP, 2001.
- _____.; CORDEIRO, A. T. Empreendedorismo e espírito empreendedor: uma análise da evolução dos estudos na produção acadêmica brasileira. In: XXVI EnANPAD. *Anais...* Salvador-BA, 2002.
- PORTER, M. *Competição: estratégias competitivas essenciais*. Rio de Janeiro:Campus, 1999.
- PRABHU, G. N. Social entrepreneurial leadership. *Career Development International*, Bradford, v. 4, n.3, p.140-145, 1999.
- RIBEIRO, M. T. F.; MEZZOMO, C. P. L. O sistema agroindustrial das olerícolas congeladas: determinantes de sua dinâmica e arranjo organizacional. In: BALAS Annual Conference. *Anais...* New Orleans, 1999. p. 221-232.
- SAY, J. B. *Treatise on political economy: on the production, distribution and consumption of wealth*. New York: Kelley, 1964 (1ª ed., 1827).
- SCHUMPETER, J. A. *Capitalism, socialism, and democracy*. New York: Harper & Brothers, 1942. (Original de 1934).
- _____. *Teoria do desenvolvimento econômico*. Reimpressão. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- SEN, A. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- SINGH, R. P.; HILLS, G. E.; LUMPKIN, G. T. New venture ideas and entrepreneurial opportunities: understanding the process of opportunity recognition. Disponível em: <http://www.sbaer.uca.edu/Docs/proceedingsIII/99usa657.htm>. 1999.
- STAKE, R. Case studies. In: DENZIN, N.; LINCOLN, Y. *Handbook of Qualitative Research*. Sage: London, 1994. p. 236-247.
- THOMPSON, J.; ALVY, G.; LEES, A.: Social entrepreneurship – a new look at the people and the potential. *Management Decision*, v. 38, n. 5, p. 328-338, 2000.

Artigo recebido em 16/11/2008.

Artigo aprovado, na sua versão final, em 05/04/2010.