

EMPREENDEDORISMO – UM CONCEITO IMPRECISO

ENTREPRENEURSHIP - AN INACCURATE CONCEPT

EMPRENDIMIENTO- UN CONCEPTO INEXACTO

Recebido em: 15 de Maio de 2020

Aprovado em: 15 de Julho de 2020

Avaliado pelo sistema double blind review

Editoria Científica: Camila Furlan da Costa e Igor Baptista de Oliveira
Medeiros

Patrícia Tometich [_ptometich@gmail.com-](mailto:ptometich@gmail.com) Universidade Federal Fluminense

RESUMO

O propósito deste ensaio é discutir as definições de empreendedorismo, ilustrando que as suas diferenças, quando não consideradas e sem o cuidado de aprofundamento teórico, prejudicam a construção do conhecimento nas pesquisas acadêmicas, impedindo que se estabeleça uma teoria sólida nesse tema. Em um esforço de síntese, são apresentadas diferentes visões sobre o que é ser empreendedor e como esta “função” se relaciona com a economia e o desenvolvimento social. Considera-se o contexto do neoliberalismo, reconhecendo que o ideário neoliberal prescreve a forma empresa como solução para a organização dos negócios, das pessoas, da vida. Ao final, deixa-se a reflexão acerca do reflexo dessa imprecisão conceitual nas pesquisas para o ensino superior.

Palavras-chave: Empreendedorismo; teoria; neoliberalismo.

ABSTRACT

The purpose of this essay is to discuss the definitions of entrepreneurship, illustrating that their differences, when not considered and without careful theoretical deepening, hamper the construction of knowledge in academic research, preventing the establishment of a solid theory on this topic. In a synthesis effort, different views are presented about what it is to be an entrepreneur and how this “function” is related to economy and social development. The context of neoliberalism is considered, recognizing that the neoliberal ideology prescribes the company form as a solution for the organization of business, of people, of life. At the end, we leave the reflection about the reflection of this conceptual imprecision in research for higher education.

Key words: Entrepreneurship; theory; neoliberalism.

RESUMEN

El propósito de este ensayo es discutir las definiciones de emprendimiento, ilustrando que sus diferencias, cuando no se consideran y sin una profunda profundización teórica, obstaculizan la construcción del conocimiento en la investigación académica, evitando el establecimiento de una teoría sólida sobre este tema. En un esfuerzo de síntesis, se presentan diferentes puntos de vista sobre lo que es ser emprendedor y cómo esta "función" está relacionada con la economía y lo desarrollo social. Se considera el contexto del neoliberalismo, reconociendo que la ideología neoliberal prescribe la forma de la empresa como una solución para la organización de los negocios, las personas y la vida. Al final, dejamos la reflexión sobre el reflejo de esta imprecisión conceptual en la investigación para la educación superior.

Palabras clave: Emprendimiento; teoria; neoliberalismo.

1 INTRODUÇÃO

Presente no imaginário coletivo da sociedade moderna como algo desejável e até essencial para o desenvolvimento social, o empreendedorismo é um conceito impreciso. Neste ensaio, discuto as definições de empreendedorismo com o objetivo de ilustrar que as suas diferenças resultam no que Davidsson (2004) chama de "perda de tempo" em pesquisas acadêmicas. A falta de precisão conceitual nas pesquisas leva a distorções que não permitem o estabelecimento de uma teoria sólida nesse tema. Muito se escreve, muito se fala, e pouco se sabe a respeito de empreendedorismo epistemologicamente.

Entendo que a reflexão aqui realizada é relevante para o campo dos Estudos Organizacionais, pois a prescrição do empreendedorismo como solução para questões sociais se relaciona com a disseminação de uma forma específica de organização – a empresa – em detrimento de outras formas possíveis. Assim, antes da discussão conceitual, é importante lembrar que as pesquisas se relacionam ao contexto histórico e, na passagem da sociedade moderna para a contemporânea, presenciamos o predomínio e a expansão de ideias neoliberais que, pela concepção que adotam das relações de mercado, (re)constroem a configuração dos laços sociais.

Reconheço sua importância, mas não vou discutir neste ensaio as diferenças na forma como o neoliberalismo foi instalado em cada um dos países. Lembro, porém, que há princípios gerais mantidos nos diferentes contextos que constituem um guia de suas práticas fundamentais (PUELLO-SOCARRÁS, 2013). Na perspectiva neoliberal, o bem-estar humano será alcançado quando as liberdades e as capacidades empreendedoras individuais forem apoiadas por uma estrutura institucional que garanta os direitos à propriedade privada, aos livres mercados e ao livre comércio. O Estado fica com a responsabilidade de criar e preservar uma

estrutura institucional apropriada às práticas dessa “liberdade” de mercado (HARVEY, 2014).

O neoliberalismo, para Dardot e Laval (2016), é uma racionalidade que tende a organizar e estruturar as políticas e as ações sociais. A característica principal de tal racionalidade é a generalização da concorrência como norma de conduta e a empresa como modelo de subjetivação. O neoliberalismo transformou-se na “nova razão do mundo” por seu alcance global e seu caráter totalizante, abrangendo todo e qualquer domínio da vida social (DARDOT; LAVAL, 2016).

Por conseguinte, o neoliberalismo carrega, em sua retórica, a ideia de empresa como organização fundamental para o desenvolvimento da sociedade. Para Foucault (2008), a sociedade constituída pelo neoliberalismo é indexada na multiplicação das organizações do tipo empresa, na competição entre elas, e Foucault reforça que esta multiplicidade deve se dar por meio de pequenas empresas:

trata-se de generalizar, difundindo-as e multiplicando-as na medida do possível, as formas “empresa” que não devem, justamente, ser concentradas na forma nem das grandes empresas de escala nacional ou internacional, nem tampouco das grandes empresas do tipo do Estado. É essa multiplicação da forma “empresa” no interior do corpo social que constitui, a meu ver, o escopo da política neoliberal. Trata-se de fazer do mercado, da concorrência e, por conseguinte, da empresa o que poderíamos chamar de poder enformador da sociedade” (FOUCAULT, 2008a, p. 203).

Considerando os estudos de Foucault e sua aplicação ao campo organizacional, Barrat (2008) entende que a forma de governo neoliberal tem na empresa o modelo preferido como forma de organização. Isso faz com que diversas agências governamentais tenham o objetivo de cultivar nos sujeitos produtivos os atributos do ser empreendedor.

Ocorre que o conceito de empreendedorismo não é tratado sempre da mesma forma, e as compreensões sobre o que significa ser empreendedor guardam diferenças importantes entre si. Assim, esse ensaio tem por objetivo discutir as definições de empreendedorismo, ilustrando que as suas diferenças, quando não consideradas e sem o cuidado de aprofundamento teórico, prejudicam a construção do conhecimento nas pesquisas acadêmicas, impedindo que se estabeleça uma teoria sólida nesse tema. Em um esforço de síntese, são apresentadas diferentes visões sobre o que é ser empreendedor e como esta “função” se relaciona com a economia e o desenvolvimento social.

O empreendedor que se insere na ideia de Foucault citada acima tem uma relação com o mercado que não converge com as ideias de Schumpeter (1982), o autor mais citado nos estudos sobre empreendedorismo. Passo, então, a discutir estas diferentes compreensões acerca do que é empreendedorismo.

Resgate histórico do empreendedorismo: da gênese do conceito às distintas interpretações econômicas

As primeiras referências ao empreendedorismo são atribuídas a Richard Cantillon, fisiocrata franco-irlandês do século XVII, no texto *“Essai sur la nature du commerce em general”*. Excetuando a nobreza e os proprietários de terra, Cantillon (1950) dividiu a sociedade em duas classes – empresários e trabalhadores – e enfatizou a incerteza enfrentada pelo empresário, que dispense recursos sem ter a possibilidade de realizar previsões quanto a preços e demanda, por exemplo.

Cantillon (1950) reconhecia a qualidade de empresário também na atividade comercial, por envolver os riscos de se ter que comprar dos produtores pagando um preço fixo, sem a certeza da venda posterior. Portanto, na gênese do conceito, o empreendedorismo foi fortemente relacionado com a incerteza: os trabalhadores recebiam salário para garantir a sua sobrevivência, enquanto os empresários “podem ser considerados como vivendo em um caminho incerto” (CANTILLON, 1950, p. 43).

Em contrapartida, o economista Jean-Baptiste Say estudou o empreendedorismo no século XVIII, e descreveu o empreendedor como um agente econômico racional e dinâmico, atuando em um universo de certezas, buscando alcançar o equilíbrio financeiro de sua empresa e maximizar o lucro e as vendas, esforçando-se para adaptar a sua produção às necessidades crescentes (COSTA, 2010). A demanda crescente que Say considera em sua análise do empreendedor parece ter dado ao estudioso a impressão de que, ao contrário do que postulava Cantillon, a atividade empreendedora não envolveria riscos.

Apesar de ser um conceito originário da economia, não há muitas análises sobre o empreendedorismo na literatura da área, e para Swedberg (2000), esse fato se deve à dificuldade de os economistas encaixarem o empreendedorismo em seus modelos econômicos, sendo que os poucos que o fizeram “tiveram que inventar uma maneira de enquadrar o empreendedorismo em um modelo convencional ou desenvolver um modelo alternativo para a forma como a economia funciona” (SWEDBERG, 2000, p. 11).

Nesse contexto, como mencionado anteriormente, Schumpeter é a referência mais citada nos estudos sobre empreendedorismo. O austríaco Joseph Alois Schumpeter formou-se em Direito na Universidade de Viena em 1906, época em que universidades imperiais ofertavam cursos e complementares de economia e ciência política. Sendo um aluno dedicado, Schumpeter dedicou-se ao estudo da economia e publicou sua Teoria do Desenvolvimento Econômico ainda na juventude, antes de completar 30 anos, em 1911. Nessa obra temos as primeiras ideias do autor sobre empreendedorismo, em abordagem original e multidisciplinar, considerando, além da teoria econômica, a história da economia, a psicologia e a sociologia. Suas ideias sobre o empreendedor modificam-se no decorrer de sua obra, tendo construído uma história do empreendedorismo na teoria econômica (SWEDBERG, 2000).

De maneira diversa do que é aplicado nas escolas de negócios contemporâneas, Schumpeter jamais produziu cartilhas para direcionar o comportamento empreendedor (SWEDBERG, 2000). Schumpeter (1982) enfatiza o caráter de tensão que pode resultar da atividade empreendedora, no sentido de produzir o novo e ter que lidar com o desconhecido; por isso, seria incoerente que o autor elaborasse algum guia de comportamento. No entanto, seu nome vem sendo citado

dentro de uma indústria de livros e cursos para empreendedores. Schumpeter não desenvolveu uma teoria específica sobre empreendedorismo, mas seu olhar para as questões econômicas valoriza a ação do empresário na movimentação do mercado, promovendo a desestabilização do “fluxo circular” (SCHUMPETER, 1982).

Ao analisar a atividade do empresário, Schumpeter (1982) considerou o uso da técnica e da expertise aliado à intuição e à estratégia como aspectos distintivos do empreendedor, analisando tal atividade como uma “função” que requer capacidades não corriqueiras. A identificação de oportunidades e a descoberta de novidades capazes de gerar vantagens econômicas seria, para o autor, uma parte dessa função e, para o alcance das vantagens seria necessário um comportamento incomum. Dentro desta lógica, não é possível determinar um comportamento adequado, pois não são situações conhecidas, mas incógnitas que não podem ser facilmente afrontadas.

Estas ideias são apresentadas na obra “Teoria do Desenvolvimento Econômico”, cuja primeira edição foi publicada em 1911. Na segunda edição, respondendo à crítica de que havia exagero em sua apresentação do empreendedor como um tipo especial de pessoa, Schumpeter explica que: “o tipo de conduta em questão não apenas difere do outro em seu objetivo, sendo-lhe peculiar a “inovação”ⁱⁱ, mas também por pressupor aptidões que diferem em tipo, e não apenas em grau, daquelas do mero comportamento econômico racional” (SCHUMPETER, 1982, p. 58).

Portanto, o empreendedor precisa estar disposto a criar não apenas produtos ou formas mais lucrativas de produzir ou comercializar, mas novas formas de ação. Sobre os aspectos distintivos da função empreendedora, Schumpeter (1982) destaca o conhecimento, a psique, e o meio ambiente social. O conhecimento não é algo “dado”, ele está em construção, uma vez que a função empreendedora lida com a criação. Dessa forma, a psique do “homem de negócios” lida com a tensão de forças contrárias, considerando que existe a tendência de o pensamento voltar a uma trilha habitual. Para criar, é necessário que se mantenha a força de vontade, pois mesmo que se faça uso da experiência prévia e de regras de conduta já conhecidas, na criação de novidades elas podem não ser aplicáveis. Por último, na função de empreendedor, o indivíduo vai enfrentar resistência social. Aquele que deseja realizar algo de novo enfrenta uma sociedade que está confortável em manter a “ordem natural” das coisas, e é preciso ter capacidade para lidar com esse conflito, já que a proposta do novo pode gerar tamanha resistência que leve ao ostracismo (SCHUMPETER, 1982).

Foi no segundo capítulo da obra Teoria do Desenvolvimento Econômico que a atividade do empreendedor passou a ser relacionada com a ideia de inovação. Aqui é importante destacar, para Schumpeter, a diferenciação entre invenção e inovação, pois as invenções não teriam *a priori* valor econômico, e assim não causariam efeito algum no fluxo circular da economia:

Enquanto não forem levadas à prática, as invenções são economicamente irrelevantes. E levar a efeito qualquer melhoramento é uma tarefa inteiramente diferente da sua invenção, e uma tarefa, ademais, que requer tipos de aptidão inteiramente diferentes. Embora os empresários possam naturalmente ser inventores exatamente como podem ser capitalistas, não

são inventores pela natureza de sua função, mas por coincidência e vice-versa. Além disso, as inovações, cuja realização é função dos empresários, não precisam necessariamente ser invenções. Não é aconselhável, portanto, e pode ser completamente enganador, enfatizar o elemento invenção como fazem tantos autores (SCHUMPETER, 1982, p. 62).

Considerando esta distinção feita por Schumpeter entre criador e empresário, podemos avançar para a sua mudança de olhar a respeito da atividade do empresário. Isso o leva, na obra *Capitalismo, Socialismo e Democracia*, a falar em “obsoletismo da função do empresário” (SCHUMPETER, 1961).

Assim, Schumpeter (1961) usa o termo empreendedor para definir o agente responsável pelo arranjo de novas combinações que seriam revolucionárias na produção de bens e serviços, promovendo a “destruição criadora”. No entanto, em vez de personalizar a responsabilidade de criação/destruição em um indivíduo, o autor a localiza dentro da empresa capitalista: “O impulso fundamental que põe e mantém em funcionamento a máquina capitalista procede de novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados e das novas formas de organização industrial criada pela empresa capitalista” (SCHUMPETER, 1961, p. 105).

Schumpeter (1961) reconhece uma complexidade tamanha na atividade de realizar as novas combinações e arranjos, que estas já não são suportadas por um indivíduo, o “empresário empreendedor”, mas necessitam de uma organização formalizada, específica – a forma empresa de organizar. O autor destaca que o lançamento de empreendimentos novos é de extrema dificuldade e se constitui em atividade econômica distinta, fora da rotina compreendida por todos, e enfrentando resistência social variada. Schumpeter (1961) considera a atuação de grupos de especialistas que, com o desenvolvimento tecnológico, podem levar o progresso econômico a se tornar despersonalizado e automatizado.

Os economistas da chamada escola austríaca discordaram das ideias de Schumpeter. Uma diferença fundamental entre o empreendedorismo schumpeteriano e o da corrente austríaca é a visão sobre a ação do empreendedor no desenvolvimento econômico: na visão schumpeteriana, ela promove o desequilíbrio (rompe o fluxo circular) e, na austríaca, atua no equilíbrio do mercado (CHEAH, 1990).

Na escola austríaca, as principais críticas à visão de Schumpeter sobre a ação do empresário no desenvolvimento econômico são encontradas em Hayek (1945) e Kirzner (1986) que declaradamente inspira-se em Mises (2010). Kirzner (1986) afirmou, em “Competição e Atividade Empresarial”, que a teoria dominante na economia “construiu uma imagem mental do mercado que deixou virtualmente de lado uma série de elementos que são de importância crucial para uma plena compreensão do seu funcionamento” (KIRZNER, 1986, p. 3). Para ele, o “verdadeiro” papel do empresário na economia de mercado e na competição era negligenciado, qual seja, a promoção do equilíbrio. Na mesma linha de Hayek (1945), que trata o conhecimento como disperso, Kirzner faz uma ligação entre o conhecimento e a atividade do empresário, no sentido de criticar as ideias de Schumpeter. Na visão de Kirzner, o lucro da atividade empreendedora viria da identificação de um desequilíbrio no mercado, vendo nele uma oportunidade e

criando meios para aproveitá-la (CHEAH, 1990). Ao aproveitar a oportunidade, o empreendedor estaria, nessa perspectiva, devolvendo o equilíbrio ao mercado.

Hayek (1945) considera o conhecimento como uma questão central não apenas para a economia, mas para as ciências sociais; todavia, ele não se refere ao conhecimento científico. Para o autor, o conhecimento importante é o que se pode aplicar diretamente no mercado, em dadas circunstâncias temporais e locais. “O conhecimento que se refere não ao porquê, mas ao quanto, o conhecimento que um indivíduo pode adquirir de sua prática, e cujo valor só ele pode utilizar de maneira proveitosa para vencer os outros na competição” (DARDOT; LAVAL; 2016, p. 143).

Dessa forma, enquanto Schumpeter (1982) descreveu a atividade do empresário relacionada com a inovação que provoca tensão e desequilíbrio nos mercados, Kirzner (1986) se concentrou na identificação de oportunidades, como a percepção da possibilidade de lucrar comprando um determinado produto por um baixo custo e vendendo-o por um preço superior. Também Ludwig Von Mises, inspiração declarada de Kirzner, tinha essa percepção: “Para Von Mises, o empreendedor é o homem que age para melhorar sua sorte, utilizando as diferenças de preço entre os fatores de produção e os produtos. O espírito que ele desenvolve é o da especulação, que mistura risco e previsão” (DARDOT; LAVAL, 2016, p. 146).

Kirzner (1986) e Mises (2010) afirmavam que o aspecto “economizador” não é o que mais importa nas decisões dos empresários. Para Mises (2010, p. 35), a ação humana envolve propósito, “é a significativa resposta do ego aos estímulos e às condições de seu meio ambiente; é o ajustamento consciente ao estado do universo que lhe determina a vida”. Mises (2010) entendia que os economistas não poderiam censurar seus semelhantes nem julgar os valores alheios, decidindo arbitrariamente o que deve ser produzido. Reconhecendo a imperfeição humana, o autor sustentou que as fraquezas dos homens interferem nas instituições em geral, contaminando também a economia de mercado (MISES, 2010).

Kirzner (1986) explica a diferença entre o *homo economicus* e o homem compreendido por Mises, que além da perseguição eficiente aos fins é também dotado da propensão e do estado de alerta necessários para identificar por quais fins lutar e quais meios estão disponíveis. A ação humana abrange o comportamento que busca a eficiência (economizador), mas vai além ao incorporar um elemento que, por definição, está ausente na economização. “O comportamento economizador – ou, mais exatamente, a sua análise – esquia-se necessariamente da tarefa de identificar fins e meios” (KIRZNER, 1986, p. 26).

Partindo dessa visão, Kirzner (1986, p. 29) identifica que na atividade empresarial os tomadores de decisões estão “engajados na ação humana misesiana”. Para Kirzner (1986), o aspecto central da atividade empresarial é possuir “visão” e estar em estado de alerta. O conhecimento fica subordinado à visão – o empresário não tem que saber, pode contratar quem saiba: “No fim das contas, o tipo de “conhecimento” exigido para a atividade empresarial é mais o “saber onde procurar conhecimento”, que o próprio conhecimento do mercado” (KIRZNER, 1986, p. 49).

Ademais, uma distinção importante que aparece em Mises (2010) é a relação entre risco e lucro. Mises (2010) entendia que nenhum empreendedor colocaria sua

segurança material em risco, a não ser pela absoluta convicção de que seus planos são consistentes. Assim, ele se afasta das ideias de Cantillon (1950) sobre a predisposição ao risco, aproximando-se do pensamento de Jean Baptiste Say. Além disso, ao contrário do que argumentava Schumpeter (1982), para Mises, a inovação não direcionaria o desenvolvimento econômico. O desenvolvimento dependeria do exercício da capacidade de antecipar acontecimentos incertos. Ainda que Mises (2010) reconhecesse o valor dos serviços prestados por economistas com a reunião e interpretação de dados disponíveis, ele considerava que “as previsões econômicas não podem fazer desaparecer a incerteza do futuro e nem destituir a atividade empresarial de seu caráter especulativo” (MISES, 2010, p. 986). Mises também reconhecia que empreendedores poderiam ganhar ou perder, sendo um dos poucos teóricos do empreendedorismo que valorizou o papel dos “erros” (SWEDBERG, 2000). Cabe ainda mencionar que, fora da literatura que aborda o neoliberalismo, é raro encontrar referências à perspectiva de empreendedor defendida por Mises, Hayek e Kirzner. Há textos que buscam trabalhar a dimensão história do empreendedorismo – como o de Costa, Barros e Carvalho (2011) – mas deixam de citar as ideias de Mises e seus seguidores.

Outro aspecto a ser destacado na visão dos seguidores de Mises é certa passividade em relação ao mercado. Pela perspectiva desses autores, o empreendedor se limita a perceber e aproveitar oportunidades, ou seja, ele não age para criar um mercado ou modificar um mercado. A inovação, tão importante na perspectiva Schumpeteriana, dá lugar a outras formas de maximizar os lucros, voltando para a ideia da economia clássica em que o mercado tende ao equilíbrio. Para Schumpeter (1982), um empresário que se dedica a organizar as rotinas é um mero gerente. Se considerarmos a constante análise de mercado como rotina em um mundo de competição, poderíamos refletir se Mises e seus seguidores não estariam descrevendo gerentes em vez de empreendedores.

As apropriações contemporâneas do empreendedorismo: tentativas de definição

Pela ausência de discussões teóricas, nas últimas décadas, surgem outras interpretações sobre o empreendedorismo, que não recebe atenção dos economistas, mas sim de outras disciplinas interessadas por negócios. Em sua maioria, as pesquisas trazem preocupações essencialmente práticas, sem aprofundamento ou esforços de elaboração de um corpo teórico. Davidsson (2004) analisa a variedade de visões e de definições que se encontra nos estudos sobre empreendedorismo, percebendo que ela torna difícil a tarefa de definir, precisamente, o que é empreendedorismo.

Para Drucker (2005), Schumpeter teria sido o único dos economistas modernos a abordar o impacto do empreendedor sobre a economia, e os demais economistas não teriam qualquer explicação direta para a emergência do empreendedorismo no final do século XIX e no século XX. Drucker (2005) entende que nos Estados Unidos foi uma tecnologia específica que viabilizou a economia empreendedora – a “Administração” em suas “novas aplicações”: capaz de desenvolver e criar “novos empreendimentos, comerciais ou não, enquanto que a

maior parte das pessoas até agora tem considerado a Administração aplicável apenas a empresas existentes” (DRUCKER, 2005, p. 20).

A formulação de Drucker (2005) exposta acima nos mostra que a Administração (o autor usa o termo iniciando com letra maiúscula) é um instrumento de disseminação do tipo de organização entendido como empresa, nos moldes do que os economistas denominam de a firma. Ele faz uma ligação entre empreendedorismo e inovação, dizendo que nem todos os negócios são empreendedores – para sê-lo, é preciso criar algo, mudar ou transformar valores (DRUCKER, 2005). Para o autor, o que define o empreendedor é que ele “sempre está buscando a mudança, reage a ela, e a explora como sendo uma oportunidade” (DRUCKER, 2005, p. 36).

Diante da imprecisão conceitual e das diferentes visões sobre o empreendedor e o empreendedorismo, alguns estudiosos elaboraram definições próprias para pesquisar sobre empreendedorismo, como Hisrich, Peters e Shepherd (2010), os quais definem o empreendedor como alguém que toma iniciativa para organizar recursos de maneiras inovadoras, tendo inclinação a agir na incerteza (ou risco). Os autores argumentam que esta definição é abrangente, pois, ainda que para um economista, um psicólogo ou um homem de negócios existam diferentes visões sobre o que é ser empreendedor, existe acordo no que se refere à iniciativa, à organização e reorganização de mecanismos econômicos e sociais de forma inovadora e a aceitação do potencial de fracasso – risco/incerteza.

Podemos questionar esse “acordo” mencionado por Hisrich, Peters e Shepherd (2010) ao lembrar que Mises (2010) não concorda com a predisposição aos riscos, o que elimina também a busca por inovação. Da mesma forma, Kirzner (1986) percebe a visão e a identificação de oportunidades, e não a criação e o enfrentamento de riscos. Nenhum problema com a adoção do pensamento de um autor da economia, que no caso seria Schumpeter, mas seria necessário esclarecer que há diferentes visões na economia, justificando o motivo da adoção de uma em detrimento das outras.

Outros estudiosos do empreendedorismo, como Bygrave e Zacharakis (2008) partem do pensamento de Schumpeter, argumentando, porém, que poucas vezes se via a possibilidade de promoção da “destruição criadora”. Assim, justificam a elaboração de uma definição que compreendem ser mais abrangente: “nosso empreendedor é a pessoa que percebe uma oportunidade e cria uma organização para persegui-la” (BYGRAVE; ZACHARAKIS, 2008, p. 2). Considerando a exposição das construções de Schumpeter (1982; 1961); de Hayek (1945); de Kirzner (1986) e de Von Mises (2010) podemos refletir se Bygrave e Zacharakis (2008) buscaram uma conciliação das diferentes concepções acerca do empreendedorismo. Ao afirmar que o empreendedor percebe a oportunidade e cria uma organização que possibilite o seu aproveitamento com ganhos econômicos, os autores não mencionam a inovação, mas se aproximam da visão de necessidade de criar uma organização para gerar negócios (SCHUMPETER, 1961) ao mesmo tempo, trazem a ideia de identificar oportunidades, presente nos trabalhos de Hayek, Mises e Kirzner.

Em uma perspectiva semelhante à de Bygrave e Zacharakis (2008), Swedberg (2000) considera que uma teoria do empreendedorismo não poderia ser

baseada em noções preconcebidas por teóricos da área da economia, ao contrário, deve estar fundamentada na real atividade do empresário.

Já Davidsson (2005), que critica a multiplicidade de definições e abordagens sobre empreendedorismo, “confessa” ter cometido deslizes – pela pressão do tempo e por estar diante de relações empíricas que o intrigavam. Ele diz ter negligenciado a parte conceitual em algumas das suas pesquisas, o que, segundo o autor, é uma grande perda, pois “são as interpretações teóricas que revelam as implicações dos resultados empíricos” (DAVIDSSON, 2005, p. 43). Este autor defende, ainda, que a teoria não é descolada da prática, não é algo intangível, e que todos nós usamos teoria o tempo todo. Por compreender que a teoria é fundamental no processo de pesquisa – tanto no desenho do projeto como na interpretação dos resultados, Davidsson (2005) comenta a necessidade da construção de uma teoria específica sobre o empreendedorismo. Ao examinar as pesquisas sobre tema, o autor constatou que parte dos interesses dos pesquisadores não são tópicos da teoria (ao menos nas Ciências Sociais), o que levaria à “perda de tempo” com pesquisas sem a fundamentação adequada. O autor conclui que, sendo um campo de pesquisa relativamente novo e periférico de disciplinas já estabelecidas, os pesquisadores do empreendedorismo devem fazer uso das teorias desenvolvidas dentro da psicologia, da sociologia, da economia e de várias outras disciplinas ligadas ao ramo dos negócios. Para Davidsson (2005), ainda que questionados quanto à aplicabilidade de tais teorias, para que seja possível rejeitá-las é necessário, primeiramente, conhecê-las. Parece, assim, que não há contribuições teóricas recentes para o estudo do empreendedorismo no campo da economia. Inclusive, como afirma Davidsson (2005), há “perda de tempo” com pesquisas sem a adequada fundamentação teórica.

Na segunda metade da década de 1980, o foco no indivíduo deu origem a desdobramentos e surgiram outros conceitos, como o intraempreendedorismo e o empreendedorismo corporativo, que dizem respeito a iniciativas de indivíduos que assumem liderança para criação de novos processos, bens ou serviços dentro das organizações para as quais trabalham (TOMEI; RUSSO; ANTONACCIO, 2008).

Para Filion (2004), empreendedor é a pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões criando um negócio ou organização, e o intraempreendedor é a pessoa que realiza a atividade empreendedora dentro de uma organização. Também Filion (2004) entende que intraempreendedor e empreendedor corporativo são sinônimos. Nesta perspectiva, é possível compreender o empreendedorismo a serviço de uma organização empresarial. Segundo Filion (2004), há diferentes níveis de intraempreendedorismo; é importante selecionar pessoas que apresentem características empreendedoras e, também, estabelecer o que o autor chama de “contrato psicológico” com os empregados. Em tal contrato, é estabelecido “o espaço de si para cada parte” e é definido “o nível de erro aceitável para ambos os lados” (FILION, 2004, p. 75). O autor afirma que o comportamento intraempreendedor pode ser incentivado e inclusive sugere algumas formas de promover o intraempreendedorismo.

Empreendedorismo: um conceito em disputa

De acordo com Venkataraman (1997), nos anos 1990, aumentou o interesse das escolas de negócios pelo tema do empreendedorismo, fato que o autor afirma estar relacionado com a procura dos estudantes por cursos sobre empreendedorismo. Para o autor, o fato de os estudantes estarem percebendo utilidade nesse conhecimento tanto pode ser por interesse genuíno como por insegurança quanto a carreiras em grandes corporações. O campo da administração estaria, na concepção de Venkataraman (1997), disputando espaço para encontrar legitimidade na pesquisa e no ensino do empreendedorismo. Para o autor, muitas definições de empreendedorismo foram elaboradas sem o predomínio de nenhuma delas, e embora a maior parte das pessoas concorde que é importante pesquisar sobre empreendedorismo muitas duvidam da legitimidade intelectual do tema. A dificuldade de legitimar as pesquisas é atribuída ao foco nas características individuais do empreendedor, sendo “um erro definir o campo pela definição de empreendedor” (VENKATARAMAN, 1997, p. 120).

Já vimos que Economia e Administração frequentemente consideram o indivíduo e suas ações para compreender o empreendedorismo. Na perspectiva da Psicologia ocorre o mesmo. Richard Swedberg (2000) chamou atenção para as análises de empreendedorismo das ciências sociais “não econômicas” – sociologia, psicologia, antropologia e história da economia. Para o autor, a ideia mais brilhante acerca do empreendedorismo é encontrada no trabalho de Max Weber. No entanto, Swedberg (2000) considera equivocada a identificação da teoria do carisma com o empreendedorismo, pois Weber esclarece que a racionalização do mundo a partir do século XIX limitou o espaço do carisma na sociedade moderna. Swedberg (2000) entende que, para Weber, o empreendedor somente é encontrado na economia das trocas e que a sua compreensão não pode ser focada na ação individual, localizando a definição de empreendedorismo de Weber em um texto originalmente publicado em 1898: “Empreendedorismo significa assumir e organizar parte da economia, em que as necessidades das pessoas são satisfeitas através da troca, para obter lucro e para o próprio risco econômico” (SWEDBERG, 2000, p. 26, tradução minha).

Weber identifica em “Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo” uma mudança de atitude da religião protestante em relação ao lucro e ao trabalho, o que facilitou a mudança de atitude com relação ao empreendedor. Assim, pode-se colocar o empreendedorismo em perspectiva e sair da visão centrada no indivíduo (SWEDBERG, 2000). A forma empresa, como a organização empreendedora/inovadora pode ser admirada e justificada quando o lucro passa a ser socialmente reconhecido como algo legítimo.

Em 1999, duas renomadas instituições internacionais de ensino e pesquisa, Babson College e London Business School, deram início a um movimento denominado Global Entrepreneurship Monitor (GEM), do qual o Brasil participa desde o ano 2000. Este movimento monitora o empreendedorismo ao redor do mundo, buscando compreender os motivos pelos quais alguns países são mais “empreendedores” que outros. A definição de empreendedorismo do GEM é também focada no indivíduo empreendedor: “Entende-se como empreendedorismo qualquer tentativa de criação de um novo empreendimento, como por exemplo:

uma atividade autônoma, uma nova empresa ou a expansão de um empreendimento existente” (ANDREASSI et al., 2012, p. 19). Ainda, o GEM compreende o empreendedorismo como um processo que envolve características do indivíduo; postura da sociedade e ambiente institucional (ANDREASSI et al., 2012).

Observando as definições do GEM é possível perceber o quanto o conceito de empreendedorismo se afasta das reflexões de Schumpeter (1982; 1961) para enquadrar como empreendedor qualquer pessoa que faça a tentativa de criar um negócio, ou mesmo que tenha a iniciativa de modificar ou expandir um negócio existente. Mais do que isso, apesar da referência à sociedade e ao ambiente institucional (que são fatores que na perspectiva do GEM podem contribuir para a atividade empreendedora), o foco da conceituação de empreendedor é no indivíduo, em suas características e em seu comportamento.

O GEM procura medir condições nacionais que julga serem capazes de estimular, favorecer (ou dificultar) o processo empreendedor como: apoio financeiro; políticas e programas governamentais; educação e capacitação; pesquisa e desenvolvimento; infraestrutura comercial e profissional; acesso ao mercado; abertura e barreiras para entrada no mercado; acesso à infraestrutura física; normas culturais; proteção aos direitos de propriedade intelectual (TOMEI; RUSSO; ANTONACCIO, 2008). Considerando que a forma empresa de organização pressupõe o mercado e o Estado (SOLÉ, 2003), a análise das condições nacionais pelo GEM pode ser percebida como um veículo do aprisionamento da ideia de organização ao tipo Empresa: comparemos os países e vejamos como devemos nos organizar para que o desenvolvimento econômico – atrelado ao empreendedorismo – floresça. É clara também a relação com a expansão do ideário neoliberal, lembrando que nele o Estado deve garantir propriedade privada e liberdade de ação no mercado (HARVEY, 2014).

De fato, pela influência do neoliberalismo nas últimas décadas, observamos que há muitos desdobramentos do conceito de empreendedorismo – institucional, social, sustentável, cultural, criativo, entre outros. Ao tratar do empreendedorismo na indústria criativa, Howkins (2013) anuncia a necessidade de pessoas “*just-in-time*”. Este autor descreve dez princípios de administração que, segundo ele, afetam o processo criativo: pessoas criativas (devem administrar seus valores intelectuais); a função de pensador (usar e administrar o raciocínio); o empreendedor criativo (que trabalha por conta própria ou em pequenos grupos); o trabalho na era pós-emprego fixo (*freelancers*, independentes); a pessoa *just-in-time* (trabalha em vários projetos ao mesmo tempo, pode vender seus serviços em qualquer lugar); a empresa temporária (voltada para um projeto específico, o trabalho encarado como “coisas a serem feitas”); o escritório para estabelecimento de contatos e o *Cluster* Empresarial (local para encontrar parceiros, realizar reuniões, exercer o processo criativo e que pode funcionar bem em *clusters*); trabalho em equipe (com liderança e união do grupo); finanças (considerando autoconfiança para começar, administração e relacionamentos para crescer; risco e necessidade constante de criar); e acordos e sucessos (envolvem valores imateriais).

Howkins (2013) descreve as regras para o sucesso dos empreendedores criativos: invente-se para ser único; entenda sobre direitos autorais e propriedade intelectual para ser dono das suas ideias; saiba quando é preciso trabalhar sozinho e quando deve formar uma equipe; estude, aprenda constantemente, tome emprestado, reinvente e recicle; saiba explorar a condição de celebridade; saiba quando é preciso quebrar as regras. Os “princípios da administração criativa” são também chamados pelo autor de alavancas (HOWKINS, 2013), e procuram chamar atenção para as diferenças entre uma administração de negócios tradicionais e a de negócios criativos. São prescrições que naturalizam o trabalho flexível e (ainda que se fale em trabalho em equipe) reforçam o individualismo e a administração de si mesmoⁱⁱⁱ. Tais prescrições têm decorrências que são observáveis empiricamente, como no estudo de Loacker (2013) que percebe a necessidade de adesão dos atores europeus da cena criativa ao “comportamento empreendedor”. Também Ellmeier (2013) identifica a flexibilização das relações de trabalho no campo da arte e da cultura na União Europeia, destacando a sua naturalização pela via do incentivo ao empreendedorismo que o neoliberalismo carrega em seu ideário.

No cenário de expansão global das ideias neoliberais, que provocam mudanças importantes nas relações de trabalho, surge uma discussão no estudo do empreendedorismo – é preciso diferenciar empreendedorismo por oportunidade de empreendedorismo por necessidade. Empreendedores por oportunidade seriam aqueles que percebem o que falta no mercado e antecipam as novas tendências como negócios a serem explorados, já os empreendedores por necessidade têm por objetivo superar um momento difícil pelo qual estão passando (BRITO; WEVER, 2004). Para Dornelas (2005), o empreendedor por oportunidade é um visionário, tem planejamento prévio do negócio, seu objetivo é o crescimento, a geração de lucros e a criação de empresas, e, ainda, ele possui relação próxima com o desenvolvimento econômico local, regional e nacional. Já o empreendedor por necessidade é aquele que inicia o seu negócio por falta de opção, quando desempregado e sem alternativas de trabalho; na maioria das vezes criando negócios informais e sem planejamento prévio. Os empreendimentos por necessidade não geram desenvolvimento econômico, fracassam e agravam as estatísticas de mortalidade nos negócios e esse é o tipo de empreendimento comum em países subdesenvolvidos (DORNELAS, 2005).

Todavia, contrariando as afirmações de Dornelas, o último relatório do movimento GEM - 2018/2019 Global Report - destaca ter encontrado evidências de que em países de economia menos desenvolvida a maior parte dos empreendedores vem sendo motivada pela oportunidade (BOSMA; KELLEY, 2018). Por outro lado, há pesquisadores que questionam os dados do GEM por considerar que a forma como são levantados^{iv} é preocupante, já que os respondentes podem ter diferentes interpretações da questão ou mesmo responder com base no desempenho de seus negócios, e não em planos pré-concebidos (FAIRLIE; FOSSEN, 2018).

Pesquisas em economias avançadas também encontraram empreendedorismo por necessidade, como as realizadas por Cheung (2014) nos Estados Unidos e por Williams e Williams (2014) na Inglaterra. É comum que os pesquisadores associem o aumento do empreendedorismo por necessidade aos

períodos de crise do capital (FAIRLIE; FOSSEN, 2018), porém, discute-se a necessidade de considerar uma dicotomia nas duas motivações para o empreendedorismo, já que as motivações dos indivíduos são mutáveis e é possível que um empreendedor seja motivado tanto pela necessidade quanto pela oportunidade (WILLIAMS; WILLIAMS, 2014). Uma extensa pesquisa realizada em uma região carente de uma cidade inglesa em 2008 (459 empreendedores entrevistados pessoalmente, com 18 entrevistas detalhadas de acompanhamento) concluiu que classificar as motivações dos indivíduos empreendedores entre por necessidade ou oportunidade seria uma simplificação excessiva das lógicas dos entrevistados que, na vida prática, são uma mistura das duas motivações, além de ser comum o deslocamento de uma orientação que começa pela necessidade e chega na oportunidade (WILLIAMS; WILLIAMS, 2014).

As implicações da disseminação do empreendedorismo no mundo do trabalho

Neste ensaio, não pretendo defender uma ou outra abordagem, minha intenção ao trazer esta discussão acerca do empreendedorismo é evidenciar a falta de precisão conceitual nos estudos sobre empreendedorismo. Ao início deste ensaio, acompanhamos a noção de empreendedor concebida por Schumpeter (1982) – que seria de um empreendedor por oportunidade. Vimos, no decorrer do texto, que o empreendedor dos austríacos (Hayek, Kirzner e Von Mises) é alguém que percebe oportunidades no mercado. Ora, ele seria, também, um empreendedor por oportunidade. Assim, parece que duas diferentes perspectivas sobre empreendedorismo encontram uma espécie de conciliação quando se decide classificar os empreendedores por intenções que eles expressem em determinados momentos, ao responder uma pesquisa. Esta “conciliação” promovida por tais pesquisas acontece pela imprecisão conceitual acerca do que é empreendedorismo.

Seja em maior ou menor percentual, o GEM vem registrando a existência de empreendedores por necessidade, ano a ano. Esta necessidade expressa a dependência de tais empreendedores com relação aos contratantes. A forma de questionar os empreendedores acerca da motivação para a criação de seus negócios pode ser criticada pelo aspecto da compreensão que cada um deles tem sobre o que é oportunidade, mas o fato de que há respondentes que declaram ter criado um negócio por não encontrar outras opções de trabalho tem sua gênese no contexto neoliberal: está relacionada à desregulamentação das relações de trabalho, presente no receituário das práticas neoliberais.

O aspecto importante na construção deste ensaio é evidenciar que há diferentes concepções na literatura sobre empreendedorismo, com divergências a respeito do enfrentamento de riscos, da produção de inovações, da identificação de oportunidades nos mercados etc. Os novos neoliberais valorizam os referentes da síntese austroamericana, compreendendo o empreendedorismo como princípio antropológico do ser humano (PUELLO-SOCARRAS, 2008; 2013). Se todo homem é, por natureza, empreendedor, todo o trabalhador assim o será, e esta construção ideológica é disseminada na apresentação do empreendedorismo como solução para o desenvolvimento pessoal. Trago como ilustração o último relatório GEM e a

pesquisa de Dias e Wetzell (2010) sobre o enfoque dado ao empreendedorismo pela revista Exame:

Enquanto visões populares de empreendedorismo frequentemente focam nas *start ups* independentes, o GEM chama a atenção para a estabilidade e o valor contínuo, bem como para os desafios dos negócios maduros, e para a **necessidade de empreendedorismo de todos os tipos, como negócios familiares, empregados empreendedores, empreendedores individuais e trabalhadores de espetáculos** (BOSMA; KELLEY, 2018, p. 18, tradução minha, grifo meu).

as narrativas usam o termo em análise [empreendedorismo] de forma elástica, adaptável ao propósito de cada matéria; todavia tendem a convergir no sentido de valorização do “empoderamento” individual e do **empresariamento geral, este como condição imperativa para a adequação aos novos tempos** (DIAS; WETZEL, 2010, p. 97, grifo meu).

São necessários empreendedores de “todos os tipos” e o empreendedorismo é necessário para adequar-se aos “novos tempos”. Seja nas publicações de pesquisas conduzidas por universidades, como o GEM, ou na mídia de negócios, como a Exame, o empreendedorismo é tratado como uma necessidade. A adequação aos “novos tempos” expressa as mais recentes modificações no mundo do trabalho: os tempos do trabalho flexível promovidos pelo contexto neoliberal.

O empreendedorismo nesse contexto é “uma estratégia na qual é transferida para o trabalhador a atribuição de gerar postos de trabalho, de modo a garantir “ordem e progresso” capitalistas; é um artilheiro engendrado pelo capital e viabilizado pelo Estado, para confundir a oposição de classes sociais” (TAVARES, 2017, p. 110). Tal estratégia pretende combater o desemprego sem gerar emprego, pois o empreendedor é o responsável por “se vender”. Assim, promove-se a naturalização do empreendedor, garantindo a adesão a formas de trabalho que antes não eram valorizadas (LEITE; MELO, 2008).

A novidade da chamada crise da sociedade salarial está na supressão do assalariamento como forma de inclusão social, de melhoria das condições de vida e trabalho, enfim de previsão de futuro para os trabalhadores. Temos de volta o darwinismo social do mercado: os mais fortes subsistem, os demais que busquem a empregabilidade, em outras palavras, ‘se virem’ (LIMA, 2007, p. 50-51).

Dizer “se virem” poderia significar “sejam empreendedores”, criem suas oportunidades, busquem conhecimento e desenvolvam capacidades valorizadas pelo mercado, e façam isto por seus próprios meios. O empreendedorismo que é incentivado no contexto neoliberal é uma forma de gerar mais-valia sem deixar visível a caracterização do trabalho como assalariado, e para tanto “o Estado cria as condições legais para que se faça da força de trabalho uma empresa” (TAVARES, 2017). A força de trabalho, no entanto, continua sendo força de trabalho, e aquele que a detém, mesmo que pareça ser o resiliente proprietário de um empreendimento, ainda que seja percebido como “livre”, depende da venda de seu trabalho, ou mesmo do produto de seu trabalho, para garantir a sua sobrevivência. Nesse contexto, esses pequenos proprietários de negócios se submetem a jornadas

de trabalho longas e intensas, acreditando estar assim agindo para satisfazer a si próprios.

A construção da ideia de empreendedorismo como saída individual ou pessoal para os tempos de crise não se instala da noite para o dia, é um processo longo, contínuo e em curso. A falta de precisão conceitual que busquei denunciar neste ensaio contribui para a ilusão dos atores sociais que podem não mais se reconhecer como classe trabalhadora pelo fato de estarem lutando por encontrar trabalho, por buscar oportunidades de ação que lhes garanta a sobrevivência. De qualquer forma, o que tem ocorrido se afasta completamente das ideias defendidas por Schumpeter (1982; 1961) e também são discutíveis as suas afinidades com a proposta dos austríacos de ter “visão” e manter-se em alerta para aproveitar oportunidades. A própria dicotomia criada para diferenciar o empreendedorismo por “necessidade” ou por “oportunidade” ilustra esse afastamento. Afinal, podemos considerar filosoficamente que, se todo mundo é empreendedor, então, ninguém o é.

O propósito deste ensaio foi discutir as definições de empreendedorismo, ilustrando que as suas diferenças, quando não consideradas ou não aprofundadas teoricamente, prejudicam a construção do conhecimento nas pesquisas acadêmicas, impedindo que se estabeleça uma teoria sólida nesse tema. Em um esforço de síntese, apresentei diferentes visões sobre o que é ser empreendedor e como esta “função” se relaciona com a economia, com a sociedade e com os negócios. Foi possível perceber que o ideário neoliberal prescreve a forma empresa como solução para a organização dos negócios, das pessoas, da vida. Se as pesquisas acadêmicas enfrentam a dificuldade de conceituar e abordar o empreendedorismo, o que se pode esperar do ensino superior? Venkataraman (1997) relatou o crescimento da procura por cursos relacionados a empreendedorismo nas escolas de negócios a partir da década de 1990. Termino, assim, por deixar como questionamentos para os colegas acadêmicos e pesquisadores da temática: teriam as universidades e centros de ensino superior respondido a tal interesse? Como as instituições de ensino superior têm participado na disseminação da ideia de empreendedorismo como saída para lidar com o desenvolvimento econômico e os problemas sociais?

REFERÊNCIAS

- BARRAT, Edward. The later Foucault in organization and management studies. **Human Relations**, v. 61, n. 4, 2008.
- BENDASSOLI, Pedro F; BORGES-ANDRADE, Jairo Eduardo; GONDIM, Sonia Maria Guedes. Self-Control, Self-Management and Entrepreneurship in Brazilian Creative Industries. **Paideia**, v. 26, n. 63, p. 25-33, 2016.
- BOSMA, Niels; KELLEY, Donna. GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR 2018/2019. Global Report. Chile: Gráfica Andes, 2018. Disponível em <<https://www.gemconsortium.org/report>> Acesso em 15 dez. 2018.
- BRITO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros II: a experiência e as lições de quem faz acontecer**. São Paulo: Negócio Editora, 2004.
- CASTRO, Carla Appollinario de. **Crítica à razão empreendedora: a função ideológica do empreendedorismo no capitalismo contemporâneo**. 2013 f. Tese (Doutorado em Ciências Jurídicas e Sociais). Programa de Pós Graduação em Sociologia e Direito, Universidade Federal Fluminense, 2013.
- CHEA, Hock-Beng. Schumpeterian and Austrian Entrepreneurship: Unity within duality. **Journal of Business Venturing**, v. 5, n. 6, p. 341-347, 1990.
- COASE, R. The nature of the firm. **Economica**, v.16, n. 4, p. 386-405, 1937.
- DAVIDSSON, P. **Researching entrepreneurship**. NJ: Springer, 2004.
- DIAS, Vanessa Tavares. WETZEL, Úrsula. Empreendedorismo como ideologia: análise do enfoque da revista Exame em dez anos de publicação (1990-99). **Revista de Ciências Humanas**, v. 44, n. 1, p. 97-118, 2010.
- DORNELAS, J. C. A. **Transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
- DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor**. São Paulo: Thomson Learning, 2005.
- ELMEIER, Andrea. Cultural entrepreneurialism: on changing relationship between the arts, culture and employment. **International Journal of Cultural Policy**, v. 9, n. 1, p. 3-16, 2003.
- FAIRLIE, Robert W. FOSSEN, Frank M. **Opportunity versus necessity entrepreneurship: Two components of business creation**. Institute of Labour Economics – IZA DP. Discussion Paper Series, n. 11258, January 2018. Disponível em <<https://www.iza.org/publications/dp/11258/opportunity-versus-necessity-entrepreneurship-two-components-of-business-creation>> Acesso em: 10 mar. 2018.
- FOUCAULT, M. **Nascimento da biopolítica: curso dado no Collège de France (1978-1979)**. São Paulo: Martins Fontes, 2008.
- HOWKINS, John. **Economia criativa: como ganhar dinheiro com ideias criativas**. São Paulo: M. Books, 2013.
- KIRZNER, I. **Competição e atividade empresarial**. Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1986.
- LEITE, Elaine da Silveira; MELO, Natália Máximo. Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. **Revista Sociologia Política**, v. 16, n. 31, p. 33-47, 2008.

LOACKER, Bernardette. Becoming ‘culturepreneur’: How the ‘neoliberal regime of truth’ affects and redefines artistic subject positions. **Culture and Organization**, v. 19, n. 2, p. 124-145, 2013.

HARVEY, David. **O novo imperialismo**. São Paulo: Edições Loyola, 2014.

LIMA, Jacob Carlos. Do Assalariamento e suas variações: do trabalho típico ao atípico. In: BORSOI, Izabel Cristina Ferreira; SCOPINHO, Rosimeire Aparecida (Orgs.). **Velhos trabalhos, novos dias**: modos atuais de inserção de antigas atividades laborais. Fortaleza: Edições UFC, 2007.

MISES, L. V. **Ação humana**: um tratado de economia. SP: Instituto L von Mises, 2010.

PUELLO-SOCARRÁS, J. F. **Nueva gramática del neo-liberalismo**: itinerários teóricos, trayectorias intelectuales, claves ideológicas. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2008.

_____. “Ocho tesis sobre el neoliberalismo (1973-2013)” en: RAMÍREZ, Hernán. O neoliberalismo sul-americano em clave transnacional: enraizamento, apogeu e crise. São Leopoldo: **Oikos - Unisinos**, pp. 13-57, 2013.

SOLÉ, A. **L’entreprise: une invention latine**. In: Colóquio Internacional sobre Poder Local. Salvador, 2003.

SWEDBERG, R. The cultural entrepreneur and the creative industries: beginning in

Vienna. **Journal of Culture Economics**, v. 30, n. 4, p. 243-261, 2006.

_____. **Entrepreneurship: The social science view**. Oxford: 2000.

TAVARES, Maria Augusta. O empreendedorismo à luz da tradição marxista. **Revista Em Pauta**, v. 16, n. 41, p. 107-121, 2018.

VENKATARAMAN, Sankaran. The distinctive Domain of Entrepreneurship Research. **Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth**, In J. Katz and R. Brockhaus, eds., *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, Volume III v. 3, 1997.

WILLIAMS, Nick; WILLIAMS, Collin C. Beyond necessity versus opportunity entrepreneurship: some lessons from English deprived urban neighborhoods. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 10, n. 1, p. 23-40, 2014.

ⁱ “Fluxo-circular” é o termo que Schumpeter usa na obra *Teoria do Desenvolvimento Econômico* para introduzir sua explicação da teoria econômica, considerando um Estado organizado em torno da propriedade privada, garantidor da livre concorrência e em que existe divisão do trabalho. O fluxo circular seria a parte “estática” da teoria - a tendência ao equilíbrio, a ideia de que a experiência precedente leva a um comportamento que se repete na busca do melhor resultado, resultando em um ciclo, um fluxo contínuo. Para isto, é necessário que se mantenham dadas determinadas condições. Nas palavras do autor: “em qualquer lugar do sistema econômico, uma demanda está, por assim dizer, esperando solicitamente cada oferta e que, em nenhum lugar do sistema econômico, há mercadorias sem complementos, ou seja, outras mercadorias em posse de pessoas que desejam trocá-las pelos bens anteriores, sob condições empiricamente determinadas. Do fato de que todos os bens encontram um mercado, segue-se novamente que o fluxo circular da vida econômica é fechado, em outras palavras, que os vendedores de todas as mercadorias aparecem novamente como compradores em medida suficiente para adquirir os bens que manterão seu

consumo e seu equipamento produtivo no período econômico seguinte e no nível obtido até então, e vice-versa” (SCHUMPETER, 1982, p. 27-28).

ii Na perspectiva de Schumpeter (1982), a inovação está relacionada à habilidade do empreendedor para modificar os padrões de produção da indústria com a criação ou invenção de novas tecnologias para a produção de bens e serviços; a possibilidade de produção de bens e de serviços que já são conhecidos ser realizada por diferentes formas, bem como a criação de novos mercados gerando produtos com valor reconhecido no mercado. Para o autor, a inovação depende desse reconhecimento do mercado, gerando lucros extraordinários para a empresa e modificando a ordem das coisas, fenômeno que Schumpeter (1982) descreve como destruição criadora.

iii Há estudos que relacionam a capacidade de se autogerir com o empreendedorismo. No Brasil, Bendassoli, Borges-Andrade e Gondim (2016) traduziram e adaptaram a escala SCMS (escala de autocontrole e autogerenciamento) e realizaram uma pesquisa com 596 profissionais da cena criativa (dos quais 47% são empreendedores), concluindo que os empreendedores têm maior taxa de autoavaliação.

iv Para determinar se o empreendedor age por necessidade ou oportunidade a questão da survey elaborada pelo GEM é “*Are you involved in this start-up to take advantage of a business opportunity or because you have no better choices of work?*” (Você está envolvido nessa *start-up* para aproveitar uma oportunidade de negócio ou porque você não tem melhores opções de trabalho?).