

# CONGRUÊNCIAS TEÓRICAS ENTRE AS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS E A FORMAÇÃO DE ORGANIZAÇÕES DE NATUREZA COLETIVA

**Marlon Dalmoro**

Mestrando em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (PPGA/CCSH/UFSM). Atualmente é professor da Faculdade Palotina (FAPAS). Tem experiência na área de Administração, com ênfase em estratégia e empreendedorismo.  
E-mail: marlondalmoro@gmail.com

**Breno Augusto Diniz Pereira**

Doutor em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Atualmente é professor Adjunto da Universidade Federal de Santa Maria e do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA/CCSH/UFSM). Tem experiência na área de Administração, com ênfase em Estratégia Interorganizacional, atuando principalmente nos seguintes temas: teoria das organizações, cooperação e relacionamentos interorganizacionais.  
E-mail: professorbreno@terra.com.br

**Giovana da Silva Arruda**

Mestranda em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria (PPGA/CCSH/UFSM). Tem experiência na área de Administração e Ciências Contábeis.  
E-mail: giovana.arruda@yahoo.com.br

**Jonas Cardona Venturini**

Doutorando em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Atualmente é professor substituto da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Tem experiência na área de Administração, atuando nos temas de teorias organizacionais, cooperação e relacionamentos interorganizacionais.  
E-mail: jonasventurini@yahoo.com.br

Submetido em: 20 de junho de 2008

Aprovado em: 24 de março de 2010

## RESUMO

Pretendeu-se, neste trabalho, estudar as bases paradigmáticas dos temas empreendedorismo capital cultural e organizações coletivas, com o objetivo principal de explorar a interface teórica entre as características empreendedoras e a formação de organizações de natureza coletiva. Para tanto, realizou-se uma abordagem qualitativa por meio de pesquisa bibliográfica concernente ao empreendedorismo, ao contexto para o desenvolvimento do potencial empreendedor, às organizações de natureza coletiva e ao capital cultural. Ao buscar-se a conexão dos temas estudados foram apresentadas quatro proposições de pesquisa com base na literatura analisada e um modelo de empreendedorismo em organizações coletivas, com interface teórica, onde é possível a observação de que a formação da organização coletiva está centrada na ação empreendedora de mais de um indivíduo, agindo coletivamente.

**PALAVRAS-CHAVES:** Empreendedorismo; Organizações Coletivas; Capital Cultural.

## ABSTRACT

This paper investigates the paradigmatic bases of the themes cultural capital entrepreneurship and collective organizations, with the main purpose of exploring the theoretical interface between the entrepreneurial characteristics and the formation of these organizations. It uses a qualitative approach, through a literature review on entrepreneurship, the context for the development of the potential entrepreneur, collective organizations, and cultural capital. To find the relationship between the issues studied, it presents four research proposals, based on a literature review and on a model of entrepreneurship in collective organizations. Through a theoretical interface, it was observed that the formation of the collective organizations is focused on the entrepreneurial action of more than one individual, acting collectively.

**KEYWORDS:** Entrepreneurship, Collective Organizations, Cultural Capital.

## RESUMEN

En este trabajo se pretendió estudiar las bases paradigmáticas de los temas emprendedorismo, capital cultural y organizaciones colectivas, con el objetivo principal de explotar el interfaz teórico entre las características emprendedoras y la formación de organizaciones de naturaleza colectiva. Para ello se realizó un abordaje cualitativo por medio de investigación bibliográfica concerniente al emprendedorismo, al contexto para el desarrollo del potencial emprendedor, a las organizaciones de naturaleza colectiva y al capital cultural. Al buscar la vinculación entre los temas estudiados, se presentaron cuatro propuestas de investigación con base en la literatura analizada y un modelo de emprendedorismo en organizaciones colectivas, con interfaz teórico, donde es posible observar que la formación de la organización colectiva está centrada en la acción emprendedora de más de un individuo, actuando colectivamente.

**PALABRAS CLAVE:** Emprendedorismo; Organizaciones Colectivas; Capital Cultural.

## 1. INTRODUÇÃO

Poucos momentos da história da humanidade registraram transformações tão profundas quanto aquelas que se observam no presente. Os fatos associados a essas transformações indicam que estamos alterando nossas crenças e valores com consequências sobre todo o arranjo da vida humana associada. Vive-se, portanto, um tempo de transição entre o passado, ainda presente, e o futuro em construção. Também as estratégias de ação, dirigidas para produção de bens e serviços, estão passando por essa transição. Não é de se estranhar, portanto, que a organização burocrática esteja se flexibilizando, enquanto novas dimensões lhe estão sendo agregadas.

Nesse contexto, Schumpeter (1984, p. 140) avalia o desenvolvimento do capitalismo, expondo que este corroborou para "o estabelecimento ou a unidade de controle de grande escala e se tornou a máquina mais poderosa do progresso econômico e da expansão de longo prazo da produção total". Schumpeter (1984) analisa, ainda, os impactos da consolidação das grandes empresas, bem como a obsolescência da função empresarial. Esta consiste em inserir novidades e em afrontar as resistências do ambiente econômico e social às inovações e que estaria, segundo o autor, perdendo terreno, uma vez que a "própria inovação está sendo reduzida à rotina" e que alguns tipos de resistência quase já desapareceram.

O progresso tecnológico, conforme avalia Schumpeter (1984, p. 174),

(...) está se tornando assunto de equipes de empreendedores treinados que criam o que lhes é pedido e fazem-no funcionar de maneira previsível. O romance da antiga aventura comercial

rapidamente se desvanece, pois muitas das coisas que agora podem ser estritamente calculadas tinham, antigamente, de ser visualizadas num lampejo de gênio.

Na tentativa de encontrar estratégias para a formação de novas organizações, os empreendedores utilizam-se de diversas alternativas, sendo que uma delas é a substituição da ação individual pelo trabalho coletivo. Na pluralidade das organizações de trabalho coletivo, destacam-se as modalidades de cooperativas, associações e alianças.

As ações coletivas são interações sociais que abrangem um conjunto de pessoas com interesses em comum, que necessitam de ações conjuntas, e que podem ser desempenhadas coletivamente com maior eficiência (HARDIN, 1994), requerendo a coordenação de esforços de dois ou mais indivíduos (SANDLER, 1995). Os grupos podem ser formais ou informais, mas independentemente da natureza do grupo, um problema de ação coletiva aparece quando as ações dos membros são interdependentes: o resultado de uma depende da ação das outras.

Essas alterações na sociedade necessitam de um maior entendimento sobre os temas emergentes, tais como: o empreendedorismo, o capital cultural e as organizações coletivas. Contudo, apenas o conhecimento isolado sobre esses assuntos não se torna satisfatório, uma vez que esses temas vêm sendo estudados de maneira distinta, não sendo realizada uma interligação entre eles. A utilização de uma visão mais holística, para entendimento dos temas, passa a ser fundamental para o avanço do conhecimento, tanto geral como em cada uma das áreas.

Desse modo, este artigo analisa os temas empreendedorismo, capital cultural e organizações coletivas, examinando os debates que se colocam atualmente na literatura envolvendo a seguinte questão: **“Como as características empreendedoras são congruentes com a formação de organizações coletivas”?** Busca-se, então, estudar as bases paradigmáticas desses temas, com o objetivo de explorar a interface teórica entre as características empreendedoras e a formação de organizações de natureza coletiva, bem como realizar uma correlação entre esses assuntos, apresentando quatro proposições que foram fundamentadas pela literatura e um modelo de empreendedorismo em organizações coletivas, onde existe a possibilidade de se verificar que a atuação da organização coletiva está focada na ação empreendedora de indivíduos que devem agir coletivamente.

Para concretizar o argumento proposto neste estudo, o artigo está estruturado em seis seções. A primeira seção refere-se à figura do empreendedor. A segunda aborda o contexto para o desenvolvimento do potencial empreendedor. A terceira trata das organizações de natureza coletiva e o princípio da cooperação. Capital cultural em organizações coletivas é tratado no quarto tópico do estudo. A exposição e discussão do *Framework* proposto ganham notoriedade a partir do quinto capítulo. E a sexta, por fim, traz as considerações finais e indicações de estudos futuros.

## 2. O EMPREENDEDOR

Se o papel do empresário/empreendedor for procurado nas teorias econômicas convencionais, que são a base da teoria administrativa, será percebida justamente a atinente ausência desse personagem, que permaneceu por muito tempo negligenciado (CASSON, 1990, p. 13). Se ele ocupa posição de destaque em debates sobre política econômica ou desenvolvimento, nos modelos e teorias microeconômicas seu papel é, no máximo, secundário.

Apesar de aparecer como figura secundária, os vestígios do papel do empresário na história do pensamento administrativo seguramente podem ser encontrados nos clássicos do século XVIII e XIX, como Cantillon (1952) e Say (1983), e também nos textos de autores como Schumpeter (1950) e Veblen (1967), porém não de modo específico.

Os representantes por excelência das principais vertentes analíticas que explanaram essa questão são Schumpeter (1984) e Knight (1921). Se o primeiro autor define o empresário como um indivíduo com a função de inovar, o outro enfoca que o empresário é quem deve tomar decisões em circunstâncias ou momentos de incerteza. Conforme Knight (1921), em uma circunstância ideal, na qual não houvesse incerteza, as pessoas realizariam suas atividades automaticamente, dispondo de todo conhecimento necessário para se adequarem às mudanças de ambiente de uma maneira mecânica. Mas se emerge a incerteza, o mero “fazer coisas” - a execução de tarefas - torna-se uma atividade secundária e o que importa é decidir o “que” e o “como” fazer (KNIGHT, 1921).

Muitos autores, assim como McClelland (1972), Timmons (1978) e Fernald e Solomon (1987) afirmam que a orientação para o risco é a principal característica de um empreendedor. Fernald e Solomon (1987) também constataram outras características comuns aos empreendedores de sucesso, como: habilidade para identificar oportunidades; conhecimento de sua área de atuação; senso de organização; disposição para tomar decisões; capacidade de liderança; talento para empreender; independência pessoal; otimismo.

Para Schumpeter (1950), há uma evidente tentativa de discorrer sobre o desenvolvimento econômico como um processo de mudanças qualitativas, rejeitando uma visão mecanicista da sociedade, uma vez que essas alterações não formam nem um processo circular, nem movimentos pendulares ao redor de um centro. De acordo com este autor, o desenvolvimento econômico derivaria da inserção de inovações pelas firmas, ou seja, de novas maneiras de combinar os meios de produção disponíveis.

Essas novas combinações são idealizadas de forma ampla, podendo referir-se tanto da concepção de novos produtos quanto da introdução de novos meios de produção; também da abertura de um novo mercado, da descoberta de uma nova fonte de matérias-primas, ou ainda da idealização de uma nova maneira de organização de uma indústria - por exemplo, a criação (ou a quebra) de um monopólio. Nesse sentido, o desenvolvimento é pensado como um processo de destruição criadora (SCHUMPETER, 1950).

A figura 1 expõe o pensamento da empresa empreendedora de acordo com a teoria exposta por Schumpeter (1984).

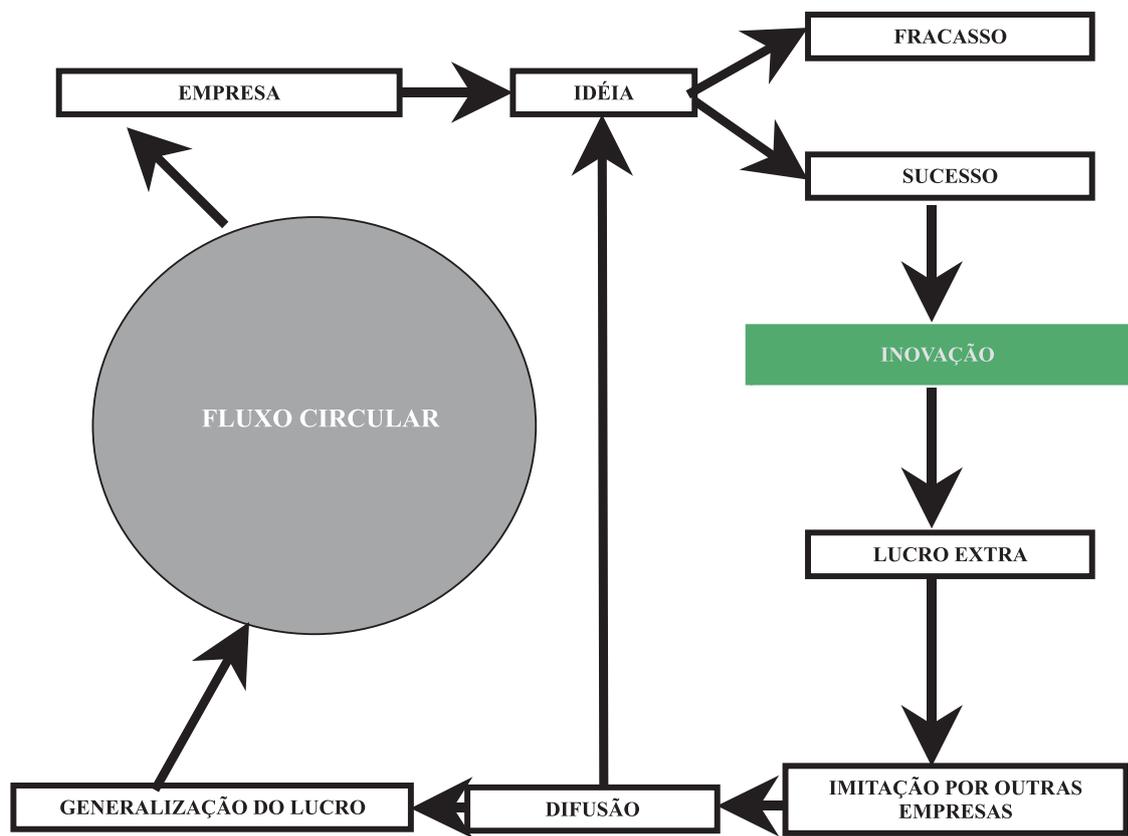


Figura 1. Caracterização do Desenvolvimento Econômico para Schumpeter

Fonte: Adaptado pelos autores

A partir da análise desse esquema pode-se perceber que a empresa, e não mais o empresário empreendedor, é capaz isoladamente de gerar inovações constantes. O processo se realiza através das ações coletivas nas empresas, sendo contínuo e constante. Exemplos disso são empresas como a Microsoft e a Google, que a todo o momento buscam recriar seus próprios mercados.

Um dos principais problemas nos estudos de empreendedorismo, de acordo com Carland et al. (1984), está na identificação do que é “ser empreendedor”, uma vez que é sugerido por estes autores que muitos estudos não distinguem adequadamente entre empreendedores e, principalmente, proprietários de pequenos negócios. Isso pode ocorrer em razão do empreendedorismo ser considerado uma área de estudo recente.

Para Hisrich e Peters (2004) o empreendedorismo é a arte de criar algo diferente e com valor, destinando o tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e auferindo as recompensas decorrentes da satisfação econômica e pessoal.

Há uma concordância entre os pesquisadores desse tema de que o empreendedorismo é um assunto emergente e ainda não possui um conceitual teórico universal ou uma teoria consolidada (VESPER, 1980; FARREL, 1993; GIMENEZ E INÁCIO, 2002). Dessa forma, economistas, psicólogos e pesquisadores da área de marketing definem o empreendedor a partir de diferentes enfoques de suas áreas de pesquisa.

Entretanto, por mais distintas que pareçam as definições de empreendedor registradas, elas possuem pontos semelhantes, como a novidade, a organização, a criação, a dedicação e a disposição para assumir riscos e aproveitar oportunidades.

Assim, existem “concordâncias entre os cientistas sobre as características dos empreendedores de sucesso, quanto aos traços de personalidade, atitudes e comportamentos, que contribuem para alcançar o êxito nos negócios”. Nas pesquisas sobre empreendedorismo, instituir características do empreendedor é uma prática apreciada e difundida, na qual geralmente essas são positivamente associadas ao potencial dos empreendedores (CIELO, 2001, p. 24).

No que tange ao potencial empreendedor, Carland, Carland e Hoy (1992) o definem a partir de consensos das principais características identificadas em pesquisas anteriores, e deliberam que o conceito de empreendedor é compreendido como uma função composta por quatro elementos: traços de personalidade, propensão à inovação, propensão a assumir riscos e postura estratégica.

Alguns autores (WEBSTER, 1977; VESPER, 1980; MANCUSO, 1994) classificam os indivíduos em empreendedores e não empreendedores. Entretanto, para Carland, Carland e Hoy (1998), não se trata de um indivíduo ser ou não empreendedor, mas de situá-lo dentro de um *continuum* de pessoas mais ou menos empreendedoras. Dentro desse *continuum*, observa-se em um indivíduo a maior ou menor presença dos traços de personalidade, propensão à inovação, propensão ao risco e propensão à postura estratégica.

Quanto aos traços de personalidade, Carland, Carland e Hoy (1992) fundamentam que este é composto pelas características criatividade e necessidade de realização (abordada nos trabalhos de McClelland, 1972).

A inovação pode ser percebida como uma ação relacionada à habilidade de criar riquezas e que, em última instância, cria um recurso. Ela é avaliada por Schumpeter (1984) como fator essencial à ação empreendedora e, segundo o autor, é por meio da inovação que os agentes econômicos empreendem a mudança como uma oportunidade para negócios ou serviços diferentes. A inovação ainda requer concordância a certo nível de incerteza, pois ela precisa da tolerância ao risco e à mudança (STEWART *et al.*, 2003).

A propensão ao risco é uma conduta intrínseca ao empreendedor, uma vez que a condução de um empreendimento é essencialmente algo arriscado. O risco pode ser percebido como uma incerteza concernente a uma situação em que os resultados podem ser negativos ou positivos (DAS E TENG, 1997). Entretanto, esse fator não se refere apenas a ganhos e perdas econômicas, mas também a oportunidades na carreira, relações familiares, padrão de vida e bem estar emocional.

A postura estratégica é percebida por Ensley, Carland e Carland (2000) como a “visão empreendedora”, ou seja, como a necessidade do indivíduo ver o que ainda não foi visto e o planejamento do negócio é, também, parte da dimensão a ser considerada.

Filion (1999a, 1999b) e Carland, Carland e Hoy (1998) colocam que o empreendedorismo é o resultado de uma complexa função de experiências de vida, oportunidades e capacidades individuais, inerentes tanto na vida como na carreira do empreendedor. E acrescenta-se, ainda, conforme

Pereira e Santos (1995, p. 45), que “toda pessoa é fruto de uma relação constante entre talentos e características que herdou e os vários meios que freqüentou durante a vida”.

O contato com o ambiente familiar, da escola, de amigos, do trabalho e da sociedade possibilita o desenvolvimento de algumas características da personalidade e talentos que ao mesmo tempo podem bloquear ou enfraquecer outros. Esse processo acontece no decorrer da vida dos indivíduos através das situações com as quais se deparam e que fazem parte de sua “história” (LEZANA E TONELLI, 1998).

McClelland (1972, p. 255) ressalta que “não há relação entre o empreendedorismo e a abertura de um negócio”, porém ele destaca a necessidade de realização como fomentadora das demais características inerentes ao papel do empreendedor. No entanto, Fillion (1999a) critica esse ponto da teoria exposta por McClelland (1972), dizendo que esta não identifica as estruturas sociais que influenciam as escolhas e que é um tanto simplista, uma vez que tenta explicar o desenvolvimento social e a prosperidade somente através da necessidade de realização e de poder.

Logo, pode ser percebido, através de uma análise dos conceitos apresentados pelos diversos autores supracitados, que apesar de não existir um consenso geral do conceito de empreendedorismo e de empreendedor, este é um indivíduo ao qual se pode atribuir diversas características marcantes, características essas que possuem um grau de profundidade acima da média que geralmente se encontra em um cidadão comum.

Desse modo, para que se possa melhor compreender o potencial empreendedor, precisa-se de uma abordagem multidimensional e de uma análise do ambiente que cria e promove o empreendedorismo.

### 3. O CONTEXTO PARA O DESENVOLVIMENTO DO POTENCIAL EMPREENDEDOR

O empreendedorismo não é resultado apenas das habilidades e dos talentos de uma pessoa. Muitos empreendedores não desenvolveriam personalidade voltada para empreender se não houvesse condições para fazê-lo na sociedade em que estão inseridos e, além disso, dificilmente teriam como depurar e pôr em prática talentos pessoais se não houvesse, no contexto social, condições para tanto (VARGAS, 2004).

Dessa forma, de acordo com Oliveira (1997), os empreendedores são considerados um fenômeno social antes de serem um fenômeno psicológico e seus elementos constitutivos podem ser sintetizados em três principais fatores que, mesmo em sociedades complexas, produzam situações que favoreçam o aparecimento de empreendedores.

O primeiro deles é a existência de conjuntura política, econômica e social conducente ao desenvolvimento de certos tipos de negócio, pois empreendedores que enfrentam conjunturas muitas vezes adversas são capazes de constituir verdadeiras fortunas (OLIVEIRA, 1997).

Como segundo fator, Oliveira (1997) menciona o desemprego, tanto estrutural quanto conjuntural, que faz com que os indivíduos procurem alternativas ao trabalho regular remunerado, a fim de suprir necessidades de subsistência. Além do desemprego, o emprego insatisfatório também pode ser considerado estimulante do comportamento empreendedor.

O último fator mencionado como propício ao estímulo da conduta empreendedora refere-se às migrações, pois o fato de os indivíduos se verem repentinamente em outras sociedades, em confronto com outras culturas, comumente sob condições adversas que exigem empenho e sacrifício, não raro acaba por conduzi-los a se desenvolver e a alcançar melhores condições de vida (OLIVEIRA, 1997). Gilder (1989) confirma esse fator mencionado por Oliveira (1997) quando diz que, em grande parte dos países, muitos dos empreendedores que se destacam são imigrantes.

As escolhas e as preferências, as quais podem ser transmutáveis em termos de desenvolvimento econômico, necessitam também de uma conjugação positiva de fatores culturais intangíveis. Esses valores são transmitidos, segundo Bourdieu e Passeron (1998), através de gerações por cada família, mais por vias indiretas que diretas, onde é repassado certo capital cultural e certo *ethos*, ou seja, um sistema de valores implícitos e profundamente interiorizados, que contribuem para definir, também, as atitudes em face do capital cultural.

Bourdieu e Passeron (1998) ainda deliberam que existem três estados do capital cultural, que são o capital cultural incorporado, o capital cultural objetivado e o capital cultural institucionalizado. O primeiro é aquele transmitido pela família, enquanto que os demais são transmitidos mediante processos de aprendizado ou educacionais, oriundos da interação com a coletividade. Assim, o somatório desses capitais constitui o valor intangível, ou seja, o capital cultural. Mais do que isso, segundo o mesmo autor, a origem desse *ethos* pode também ser derivada da colonização da família transmissora.

A conceituação da cultura não é algo simples, pois ela pode ser compreendida sob vários enfoques, desde o antropológico até o organizacional, passando por aspectos nacionais e os religiosos. Na literatura, encontram-se vários conceitos sobre o que vem a ser cultura, sendo que ela é definida, genericamente, por Erez e Earley (1993, p.42) como “um conjunto de características comuns encontradas em um grupo específico de pessoas”.

Os aspectos subjetivos, como estímulos sociais, associações, crenças, atitudes, valores e regras dos quais os indivíduos participam são importantes, no que tange a definição da cultura. Tais pressupostos são culturais, pois são aprendidos (não são inatos), padronizados, compartilhados e transmitidos de geração em geração (EREZ E EARLEY, 1993).

De acordo com Hofstede (1991), as diferenças culturais podem ser observadas em diversos níveis, os quais ele denominou de camadas de cultura. Nestas, um grupo cultural pode ser definido em termos nacionais, regionais, étnicos, religiosos, de sexo, de geração, de classe social ou ainda em termos organizacionais ou corporativos.

Por outro lado, os grupos culturais podem compartilhar pressupostos à volta de um número de dimensões culturais claramente diferenciadas. Embora essas dimensões tenham sido rotuladas de maneira diferente pelos estudiosos, haveria algumas dimensões recorrentes, capazes de indicar de forma eficaz as diferenças culturais.

Algumas dimensões culturais foram levantadas por Triandis (1982), tais como: formação de subgrupos, familismo, ênfase na idade, sexo e classe social e orientação para o passado - presente - futuro.

Hofstede (1991) levantou algumas dimensões culturais que apresentam relativa semelhança às dimensões apresentadas por Triandis (1982). Em suas pesquisas, Hofstede (1991) identificou cinco dimensões culturais nos valores relacionados com o trabalho. Essas dimensões, segundo o autor, devem ser consideradas independentes umas das outras, quais sejam: distância de poder; individualismo *versus* coletivismo; masculinidade *versus* feminilidade; aversão à incerteza; e orientação a longo prazo *versus* curto prazo. Dentre essas dimensões citadas por Hofstede (1991), dar-se-á maior destaque ao coletivismo, pois este apresenta ampla relevância para a compreensão da cultura nas organizações coletivas.

O coletivismo é o estado em que se acredita que os indivíduos e as famílias sejam responsabilizados pelo seu próprio bem-estar e as sociedades coletivistas são aquelas caracterizadas por laços sociais fortes, que proporcionam apoio irrestrito e assistência. Já o individualismo é o grau com que a pessoa, na sociedade, prefere atuar à parte ao invés de fazer parte (ser membro) de um grupo (HOFSTEDE, 1991).

O quadro 1 apresenta alguns fatores que caracterizariam uma sociedade como individualista ou coletivista:

	<b>Tempo para si</b>	<b>Liberdade</b>	<b>Desafio</b>
<b>Fatores relacionados ao individualismo</b>	Ter um trabalho que deixa tempo para a vida pessoal e familiar.	Ter liberdade para organizar o seu tempo de trabalho como desejar.	Ter um trabalho estimulante, que leve à realização.
	<b>Formação</b>	<b>Condições de trabalho</b>	<b>Utilização das capacidades</b>
<b>Fatores relacionados ao coletivismo</b>	Ter possibilidade de aprender ou se aperfeiçoar.	Ter boas condições materiais de trabalho (luz, climatização, etc.).	Ter capacidade de usar plenamente suas atitudes e capacidades.

Quadro 1: Fatores que caracterizam uma sociedade quanto ao individualismo ou ao coletivismo.

Fonte: Hofstede, G. Management scientists are human. **Management Science**, v. 40, n.1, p. 10 (1994).

Quanto à aversão à incerteza, Hofstede (1994) ressalta que, na medida em que circunstâncias desconhecidas, dúbias ou de incerteza são vistas como iminentes, os indivíduos procuram situações tidas como seguras, tais como as carreiras estáveis, entre outras.

Enquanto uma orientação para longo prazo estimula as características voltadas para as recompensas futuras, especialmente a perseverança, a orientação para curto prazo estimula as características ligadas ao passado e ao presente, particularmente o respeito pela tradição, a autopreservação e o cumprimento das obrigações sociais (MORON, 1998).

Para uma melhor compreensão da influência das dimensões culturais no comportamento do indivíduo, Hofstede (1994, p. 332) explica a distância do poder como sendo “a medida do grau de aceitação – por aqueles que têm menos poder – da condição de repartição desigual de poder”. Ou seja, indica a tolerância às desigualdades na distribuição do poder dentro das organizações.

As dimensões culturais e as camadas de cultura indicam alterações comportamentais que ocorrem de cultura para cultura. Acredita-se que essas dimensões possam explicar ou justificar, de alguma forma a(s) postura(s) adotada(s) pelos indivíduos na gestão das organizações (MORON, 1998). De acordo com Hofstede (1994), os indivíduos são frutos do capital social, ou seja, das relações que estabelecem ao longo de suas vidas com a sociedade em que vivem, com a família, com a escola e com os amigos.

Contudo, existem outras variáveis, as quais se acreditam que podem interferir, de alguma forma, no comportamento dos indivíduos empreendedores. No entanto, a presença do coletivismo em indivíduos empreendedores é essencial para aqueles que atuam nas organizações de natureza coletiva, a serem abordadas na próxima seção.

#### 4. ORGANIZAÇÕES DE NATUREZA COLETIVA E O PRINCÍPIO DA COOPERAÇÃO

O termo cooperação tem o significado semântico de ato de cooperar, ou operar simultaneamente, trabalhar em comum, colaborar, sempre em oposição à perspectiva individualista, sinalizando um sentido de movimento coletivo (JESUS E TIRIBA, 2003).

Transformar a participação individual em participação coletiva se apresenta como um propulsor, um mecanismo que acrescenta capacidade produtiva e comercial a todos os associados, colocando-os em melhor situação para viabilizar suas atividades. A troca de experiências e a utilização de uma estrutura comum possibilitam explorar o potencial de cada um e, conseqüentemente, conseguir maior retorno financeiro por seu trabalho.

Com a organização coletiva o grupo percebe a força que possui e, desta forma, começa a dirigir os passos do próprio desenvolvimento, a guiar o próprio destino e o destino da comunidade, pois atuam fundamentados na cooperação. Essa ajuda mútua entre os homens vem desde a Antiguidade, quando se vivia em comunidades naturais de forma coletiva.

A cooperação acompanha o homem em praticamente toda sua caminhada sobre a Terra, ou seja, ela é tão antiga quanto à própria raça humana. E, sem ela, os seres humanos estariam ainda vivendo em cavernas, pois, de uma forma ou de outra, a cooperação ajudou o homem a superar dificuldades a ele impostas.

Zamberlan e Froncheti (1992) afirmam que a cooperação na produção agrícola existe desde o período da comunidade primitiva, quando surgiram formas simples ou elementares de trabalho coletivo. Por exemplo: empréstimo de instrumentos de trabalho, utilização comum de meios de produção – pastagens, águas, terras – até as modernas sociedades com sofisticadas divisões técnicas de trabalho.

A cooperação é uma forma de organização de trabalho que pode ser encontrada em todas as formas sociais: modo de produção comunal primitivo, escravista feudal, capitalista e socialista. Imerso nessa discussão, Zamberlan e Froncheti no seu estudo de (1992), destacam que a este princípio da cooperação, percebe-se o mesmo como sendo fruto do capital cultural existente nas organizações (ZAMBERLAN E FRONCHETI, 1992). Por ser tratar de um tema relevante na explicação do argumento proposto nesse estudo, o próximo tópico detalha de uma melhor maneira o capital cultural no contexto de organizações coletivas.

## 5. CAPITAL CULTURAL EM ORGANIZAÇÕES COLETIVAS

Todas as organizações estão inseridas de maneira sistêmica no ambiente da qual fazem parte e, assim, o desenvolvimento de atividades sustentáveis passa a ser vital para a sua própria existência, pois se esta não atuar de maneira sustentável, estará contribuindo para a sua própria destruição, pelo fato de estar agindo dentro do seu próprio sistema, onde os reflexos da sua atuação impactam diretamente no grupo cultural da qual é pertencente. Dessa maneira, se forma um sistema onde o próprio grupo cultural inicial está envolvido, onde os reflexos da sustentabilidade acabam por impactar diretamente.

Os grupos locais assumem um importante papel na busca da sustentabilidade, onde estruturas consolidadas ao nível micro funcionam como suporte ao fortalecimento do nível macro da organização social. As organizações de base se estruturam a partir do conceito de autonomia, numa linha de reflexão coerente com a *filosofia da práxis* e comprometida com a redução da alienação dos atores sociais no plano coletivo e individual; autonomia com relação às estruturas de poder, como conquista coletiva e instrumento de transformação social (MATOS, 2003).

O grupo social assume, assim, a posição de sujeito de sua própria história, construindo o conhecimento sobre si mesmo e sobre o seu contexto. Matos (2003) acrescenta que a *práxis* visa à autonomia como um fim e a utiliza como um meio. Dessa maneira, a *práxis* e a autonomia estariam na base da construção das organizações coletivas.

Os elementos que mais carregam a cultura e as visões de mundo são aquelas tecnologias metodológicas que não são produtos materiais concretos, mas que são saberes orientadores das *práxis*, portanto, que tem mais relação com questões qualitativas do que com quantitativas, sendo considerado capital cultural e/ou social. São os aspectos relacionados ao imaginário social, ao inconsciente coletivo e não são ensináveis de forma apenas teórica, exigem vivência e envolvimento da integralidade emotiva da pessoa, aprendidos e incorporados de forma inconsciente (MATURANA, 2002).

Quanto ao conceito de capital cultural, Bourdieu (2001) diz que ele está associado aos benefícios mediados pelas redes extrafamiliares e às concorrências entre indivíduos ou grupos no interior de diferentes campos sociais. As ligações instituídas entre as pessoas de um o grupo não são apenas provenientes do compartilhamento de relações objetivas e de espaço econômico e social, mas também fundadas em trocas materiais e simbólicas.

Coleman (1988) define o conceito de capital cultural pela sua função, argumentando que este tipo de capital não é um atributo dos indivíduos, mas um aspecto dependente do contexto e da estrutura social, ou seja, intrínseco à estrutura das relações entre dois ou vários atores. Assim, o capital cultural não está instalado nem nos atores, nem nos instrumentos de produção: só ocorre nas relações entre as pessoas e através de trocas que facilitam a ação de indivíduos ou grupos. O conceito de capital cultural, de acordo com Coleman (1988), guarda relação estreita com o grau de integração de um indivíduo e sua rede de contatos sociais.

Para possuir os bens culturais na sua materialidade é necessário ter unicamente capital econômico. Entretanto, para se apropriar simbolicamente desses bens é importante que se possuam os instrumentos de tal apropriação e os códigos para decifrá-los, sendo preciso possuir capital cultural no estado incorporado (BOURDIEU, 2001). Dessa maneira, observa-se que a constituição de organizações de natureza coletiva passa pela existência de capital cultural por parte de seus membros e pela existência de um desejo por parte deles em construir sua própria história.

## 6. EXPOSIÇÃO DO FRAMEWORK

A partir da teoria verificada sobre empreendedorismo, capital cultural e organizações coletivas, foram elaboradas quatro proposições de pesquisa, com o intuito de que os temas em análise sejam correlacionados e, para facilitar a visualização das proposições, foi criado, também, um *framework* com foco nesses temas, onde cada um está automaticamente interligado ao subsequente. Os temas por sua própria natureza possuem uma interrelação, de maneira que um alimenta o outro, formando um sistema único e dependente.

A alimentação desse sistema inicia a partir da existência de grupos culturais, com diferentes características e assunções e das semelhanças entre os integrantes que formam os diferentes grupos. A partir dos conhecimentos que foram verificados através da análise conceitual arrazoada por diversos autores, é apresentada a primeira proposição de pesquisa:

**- Proposição 1:**

**Grupos culturais influenciam na formação do indivíduo, através do capital absorvido por este ao longo de sua vida.**

O capital cultural presente no indivíduo serve como alimentador em uma abordagem multidimensional da visão empreendedora. Esta abordagem multidimensional é necessária, visto que a visão empreendedora é fruto de características marcantes no indivíduo e também do ambiente que cria e promove o empreendedorismo. De acordo com esta proposição, emerge o seguinte:

**- Proposição 2:**

**O capital cultural do indivíduo influencia na formação das características empreendedoras, mais ou menos desenvolvidas, em uma abordagem multidimensional.**

As características de uma pessoa são formadas a partir das relações desta com a sociedade e com outras variáveis, como família e escola, e estas características, por sua vez, representam o capital cultural deste indivíduo, que não é um atributo inato, mas um fator condicionado à conjuntura social. Assim, o conhecimento, o talento e a criatividade acumulada pelo indivíduo resultariam em seu capital cultural e a soma dos capitais das pessoas envolvidas em um grupo resultaria no capital cultural da coletividade.

Partindo dessa conjuntura, tem-se a próxima proposição:

**- Proposição 3:**

**Diferentes níveis de capital cultural influenciam no senso de coletividade mais ou menos desenvolvido.**

As características empreendedoras são formadas por traços como inovação, comprometimento, pró-atividade e tolerância ao stress (este interligado sistematicamente com a formação de organizações coletivas, ou seja, a busca do próprio desenvolvimento, tanto ao nível econômico como social e político). Essa visão do empreendedorismo em organizações coletivas está formando uma nova linha de trabalhos chamada de empreendedorismo coletivo, muito bem contextualizada por diversos trabalhos como o de Cook e Plunkett (2006) e o de Mourdoukoutas (1999).

Com as contribuições sobre a figura do empreendedor apresentadas na primeira parte do estudo, aliado às verificações sobre capital cultural e corroborando com as constatações feitas a partir da ideia de organizações coletivas que preconizam as ações cooperativas, destaca-se a proposição 4. Ainda é importante destacar que a fase crítica na formação de organizações coletivas está no processo de pôr em prática as características empreendedoras por meio da visão empreendedora e que, por consequência, forma uma organização de natureza coletiva.

Frente a estas constatações, chega-se à quarta proposição:

**- Proposição 4:**

**As características empreendedoras presentes em mais de um indivíduo geram a visão empreendedora e o desenvolvimento de organizações coletivas.**

No entendimento proposto pela proposição 4, o desenvolvimento de organizações coletivas ocorre a partir de uma visão empreendedora. No entanto, face às características de uma organização coletiva, a visão empreendedora não está atrelada a um indivíduo, mas num coletivo. Assim, o desenvolvimento destas organizações está atrelado às características empreendedoras de um grupo de pessoas e não de um empreendedor individual.

A partir da conexão das quatro proposições de pesquisa expostas, que estão relacionadas ao capital cultural, às organizações coletivas e às características empreendedoras, chega-se ao modelo teórico que é ilustrado pela figura 2:

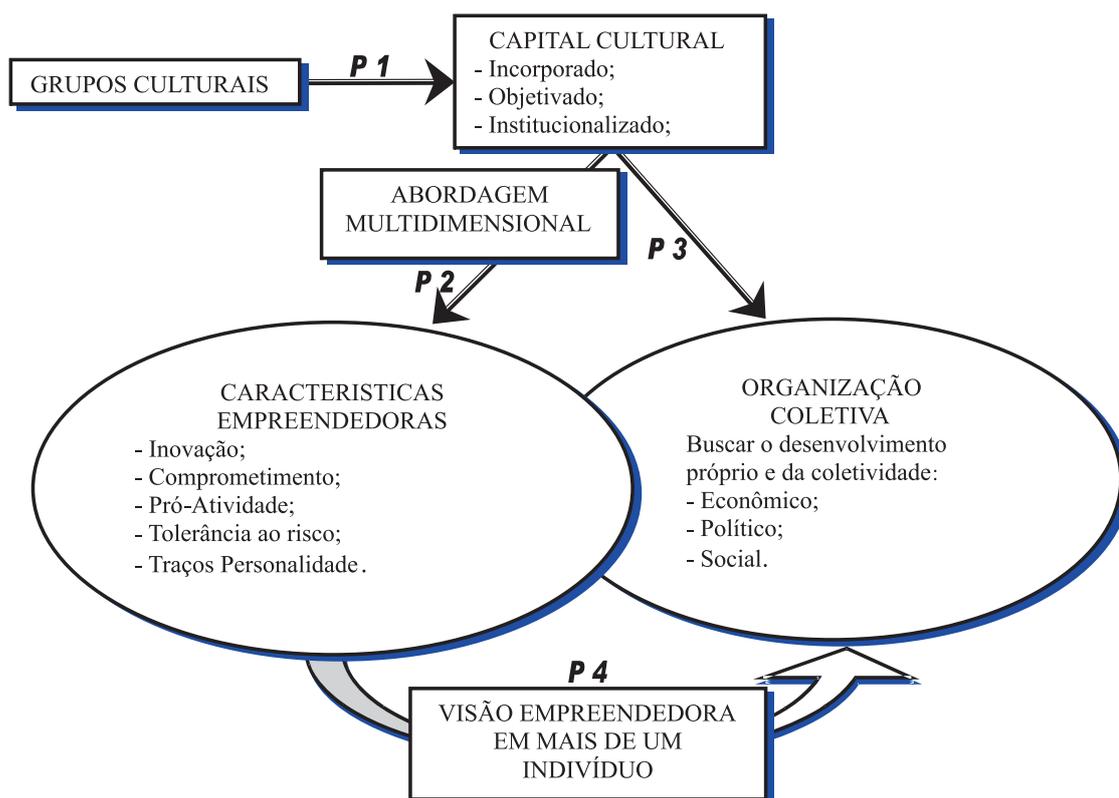


Figura 2: Modelo teórico empreendedorismo em organizações coletivas.

Fonte: Autores da pesquisa

Inicialmente, a questão dos grupos culturais influencia na formação do capital cultural do indivíduo, o qual vai refletir na característica empreendedora e na capacidade de formar organizações coletivas. Já a formação da organização coletiva está centrada na ação empreendedora de mais de um indivíduo, agindo coletivamente.

A caracterização do empreendedor compreende-o como o agente estimulador das mudanças e de novos conhecimentos. Ele é essencial para a perpetuação das organizações coletivas. Em contrapartida, esse agente, por seu caráter dinâmico, não se contenta com ambientes sem novos desafios, tornando-se, assim, um possível agente oportunista.

Podem existir três tipos de atores envolvidos em organizações coletivas: a) o empreendedor desafiador; b) o empreendedor conciliador; e c) o empresário. Ressalta-se que essas constatações sobre os atores envolvidos em organizações coletivas refletem muito mais uma percepção dos pesquisadores. Futuras pesquisas poderiam ser apontadas no intuito de verificar tais relações.

O empreendedor desafiador está preocupado com os ganhos oriundos do processo de associação. Ele busca, a todo o momento, mensurar os seus custos e os benefícios por pertencer à organização coletiva. É um agente tipicamente oportunista, ávido por desafios.

O empreendedor conciliador é aquele ator que busca, na organização coletiva, algo mais do que o retorno econômico do seu negócio. Seu objetivo intrínseco está em maximizar o seu ganho social. Para isso, faz questão de participar das organizações coletivas, o que lhe garantirá uma melhor visibilidade social. De um simples empresário, dono de uma empresa, ele agora é um agente transformador de dezenas delas. Seu caráter dinâmico e conciliador garante a sustentabilidade das organizações coletivas, mas não a sua evolução.

O terceiro ator envolvido nas organizações coletivas é o empresário, o qual ingressa em processos de gestão coletivos por essa ser uma forma de associação que minimiza os riscos de seu negócio. Ele não leva muito em consideração o custo, mas tenta ganhar sustentabilidade através de seus

benefícios. Esse ator não é um agente oportunista, pois o receio de sair da associação e ser jogado no mercado impede tal ação. Assim, juntamente com o ator "empreendedor conciliador", cria mecanismos de controle que impeçam as ações oportunistas dos empreendedores desafiadores.

Diante da pluralidade de cada empreendedor em particular e frente à necessidade de empreender em organizações coletivas, surgem algumas dificuldades na sustentabilidade da organização. A inovação apresentada pelo grupo de empreendedores dá início à organização coletiva, contudo, ao longo do tempo deve ocorrer uma retro-alimentação dessa capacidade inovativa, ou seja, o grupo de empreendedores existentes na organização precisa gerar novos benefícios constantemente, sempre visualizando o coletivo, pois caso contrário, a organização entra em um processo de entropia. O maior desafio da organização como um todo é conseguir que o empreendedor pense no grupo e não troque o empreendimento coletivo por um empreendimento individual.

## 7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os temas de empreendedorismo e organizações coletivas têm pautado diversos trabalhos nas mais diversas áreas da ciência, visto a sua relação direta com o desenvolvimento regional. No entanto, mesmo com o crescimento do debate sobre os temas em questão, ainda existem pontos expostos na teoria de maneira singular, faltando uma unificação entre os assuntos abordados. Essas lacunas devem ser sanadas à medida que se desenvolvem mais trabalhos na área, em especial na questão dos agentes promotores da mudança. Dessa maneira, trabalhos como este só vem a contribuir para um melhor entendimento de cada um dos temas específicos abordados e suas correlações, alcançando, assim, uma visão sistêmica das organizações e da sociedade.

O presente trabalho alcançou o seu objetivo proposto inicialmente, estudando as bases paradigmáticas dos temas em questão com o intuito de explorar a interface teórica entre as características empreendedoras e a formação de organizações de natureza coletiva.

Inicialmente foi realizada uma caracterização de empreendedorismo e do contexto para o desenvolvimento do potencial empreendedor. Posteriormente foi trabalhada a questão das organizações de natureza coletiva e do capital cultural. Buscando a conexão dos temas estudados, foram apresentadas quatro proposições de pesquisa com base na literatura analisada. Para fecho do trabalho foi apresentado um modelo teórico, criando, desta maneira, uma interface teórica entre as características empreendedoras e a formação de organizações de natureza coletiva.

O estudo contribuiu de maneira incisiva para o entendimento do tema, trazendo uma nova abordagem sobre o assunto. A geração das proposições deixa um amplo escopo para futuras pesquisas empíricas e o respectivo teste das proposições aqui apresentadas. O trabalho reflete algumas das limitações teóricas do tema, pois sua base é estritamente teórica e toma como verídicas teorias que foram desenvolvidas com fins distintos. Porém, a apresentação dessas teorias no presente estudo se faz necessária para trazer à tona para toda a comunidade interessada os assuntos propostos, instigar a realização de outros trabalhos na área e dar continuidade no desenvolvimento de uma teoria mais sistêmica no âmbito de empreendedorismo e de sustentabilidade.

## REFERÊNCIAS

BOURDIEU, P. O capital social: notas provisórias. In: NOGUEIRA, M. A.; CATANI, A. (orgs.) **Escritos de Educação**, 3. ed., Petrópolis: Vozes, 2001.

BOURDIEU, P.; PASSERON, J. C. **Escritos de educação**. Petrópolis: Vozes, 1998.

CANTILLON, R. **Essai sur la Nature du Commerce em Général**. Paris : INED, 1952.

CARLAND, J. W. et al. Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization. **Academy of Management Review**, v. 9, n. 3, p. 354-359, 1984.

CARLAND, J. W.; CARLAND, J. A.; HOY, F. S. An entrepreneurship index: an empirical validation. **Frontiers of Entrepreneurship Research**, 1992.

\_\_\_\_\_. Who is an entrepreneur? Is a question worth asking? **American Journal of Small Business**, p. 33-39, Abril 1998.

CASSON, M. **Entrepreneurship**. Aldershot: Edward Elgar, 1990.

CIELO, I. D. **Perfil do pequeno empreendedor: uma investigação das características empreendedoras nas empresas de pequena dimensão**. 2001. 118p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2001.

COOK, M. L, PLUNKETT, B. Collective Entrepreneurship: An Emerging Phenomenon in Producer-Owned Organizations. **Journal of Agricultural and Applied Economics**. v. 38, n. 2, p. 421-428, 2006.

COLEMAN, J. S. Social capital in the creation of human capital. **American Journal of Sociology**. v. 94, p. 95-120, 1988.

DAS, T.K.; TENG, B.S. Time and entrepreneurial risk behavior. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 22, n. 2, p. 59-89, 1997.

ENSLEY, M. D.; CARLAND, J. W.; CARLAND, J. Investigating the existence of the leader entrepreneur. **Journal of Business Management**, Malden, v. 38, n. 4, p. 59-78, 2000.

EREZ, M.; EARLEY, P. C. **Culture, self identity, and work..** 253 p. New York: Oxford University Press, 1993.

FARREL, L. C. **Entrepreneurship: fundamentos das organizações empreendedoras**. São Paulo: Atlas, 1993.

FERNALD, L. W., and SOLOMON, G.T., Value profiles of male and female entrepreneurs. **International Journal of Small Business**, v. 6, n. 3, p. 24-33, 1987.

FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração – FEA/USP**, São Paulo, v. 34, n. 2, p. 5-28, abr./jun. 1999a.

\_\_\_\_\_. Diferenças entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. **Revista de Administração de Empresas**. São Paulo, v. 39, n. 4, p. 6-20, out./dez. 1999b.

GILDER, G. **O espírito da empresa**. São Paulo: Pioneira, 1989.

GIMENEZ, F. A. P.; INÁCIO, Jr. E. Potencial empreendedor: um instrumento para mensuração. In: XXII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica. Salvador – BA. **Anais do XXII Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica**, 2002.

HARDIN, R. **One for All: The Logic of Group conflict**. Princeton: Princeton University Press, 1994.

HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

HOFSTEDE, G. **Cultures and organizations: software of the mind – Intercultural cooperation and its importance for survival**. London: McGraw – Hill, 279 p. 1991.

\_\_\_\_\_. Management scientists are human. **Management Science**, v. 40, n.1, p.4-13, jan. 1994.

JESUS, P.; TIRIBA, L. Cooperação. In: CATTANI, A. D.(Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003.

KNIGHT, F. **Risk, Uncertainty, and Profit**. Boston: Houghton Mifflin, 1921.

LEZANA, A. G. R; TONELLI, A. O comportamento do empreendedor. In: MORI, F. **Empreender: identificando, avaliando e planejando um novo negócio**. Florianópolis: Escola de novos empreendedores, 1998.

MANCUSO, J. R. **Mid-Career entrepreneur: how to star a business and be your own boss**. Chicago, Illinois. Enterprise – Dearborn, 1994.

MATURANA, H.  **Emoções e linguagem na educação e na política**. Belo Horizonte: Editora UFMG.

2002.

MATOS, A. G. **Organização social de base**: reflexões sobre significados e métodos. Brasília: Editorial Abaré, 2003.

McCLELLAND, D. C. **A sociedade competitiva**: realização e progresso social. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 1972.

MORON, M. A. M. **Concepção, desenvolvimento e validação de instrumentos de coleta de dados para estudar a percepção do processo decisório e as diferenças culturais**. 1998. 239p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 1998.

MOURDOUKOUTAS, P. **Collective Entrepreneurship in a Globalizing Economy**. Long Island: Greenwood Press, 1999.

OLIVEIRA, S. L. de. **Tratado de metodologia científica**: projeto de pesquisas, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo : Pioneira, 1997.

PEREIRA, H. J.; SANTOS, S. A. **Criando seu próprio negócio**. São Paulo: USP, 1995.

SANDLER, T. **Collective Action**: theory and applications. Michigan: The University of Michigan Press, 1995.

SAY, J. **Tratado de Economia Política**. Trad. port., São Paulo: Abril Cultural, 1983.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, socialism, and democracy**, 3 ed. New York: Harper & Row, 1950

\_\_\_\_\_. **A teoria do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Fundo de cultura, 1984.

STEWART W. et al. Entrepreneurial dispositions and goal orientations: a comparative exploration of United States and Russian entrepreneurs. **Journal of Small Business Management**, v.41, n.1, p. 27-46, 2003.

TIMMONS, J. A. Characteristics and role demands of entrepreneurship. **American Journal of Small Business**, v. 3, n. 1, 1978.

\_\_\_\_\_. **New venture creation**. 4 ed. Irwin, Boston: McGraw-Hill, 1994.

TRIANDIS, H. Dimensions of cultural Variation as Parameters of Organizational Theories. **International Studies of Management and Organizations**. v. 12, p. 139-169, 1982.

VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Empresa Industrial**. Trad. port., Porto Alegre: Globo, 1967.

VARGAS, M. A. M. **Dimensões sócio-culturais do empreendedorismo**: estudo do evento empreendedor no setor têxtil e de confecções de Santa Cruz de La Sierra – Bolívia. 2004. Disponível em: <[http://proxy.furb.br/tede/tde\\_busc.php?codArquivo=6](http://proxy.furb.br/tede/tde_busc.php?codArquivo=6)>. Acesso em: 30 Maio 2008.

VESPER, K. **New venture strategies**. Englewood Cliffs, N J: Prentice Hall, 1980.

WEBSTER, F. A. Entrepreneurs and ventures: an attempt at classification and clarification, **Academy of Management Review**, v. 2, n. 1, p.54 – 61, 1977.

ZAMBERLAN, J.; FRONCHETI, A. **Cooperação agrícola**: melhoria econômica ou novo projeto de vida? Passo Fundo: Gráfica e Editora Padre Berthier, 1992.