



Por conta própria ou à própria sorte? Sobre a pequena empresa competitiva e seu empreendedor

To their own or to their fate? About the competitive small business and its entrepreneur

Carlos Alex de Cantuária Cypriano,

Instituto Federal da Bahia, Brasil

Journal for Educators, Teachers and Trainers, Vol. 6 (2)

<http://www.ugr.es/~jett/index.php>

Fecha de recepción: 15 de septiembre de 2015

Fecha de revisión: 21 de septiembre de 2015

Fecha de aceptación: 07 de octubre de 2015

Cypriano C. A. (2015). Por conta própria ou à própria sorte? Sobre a pequena empresa competitiva e seu empreendedor . *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, Vol. 6(2), pp. 133–152.



Journal for Educators, Teachers and Trainers, Vol. 6 (2)

ISSN 1989 – 9572

<http://www.ugr.es/~jett/index.php>

Por conta própria ou à própria sorte? Sobre a pequena empresa competitiva e seu empreendedor

To their own or to their fate? About the competitive small business and its entrepreneur

Carlos Alex de Cantuária Cypriano, Instituto Federal da Bahia, Brasil
alexc@ifba.edu.br

Resumo

Atualmente, dá-se grande relevo ao empreendedorismo e aos pequenos negócios, como fatores desencadeantes de desenvolvimento social e econômico. É necessária uma melhor compreensão das causas, consequências possíveis e interesses envolvidos nesse processo de valorização, expresso através da e sua caracterização como campo específico do conhecimento e como objeto de ensino e pesquisa acadêmicos. O empreendedorismo, considerado como uma disposição individual específica, é erroneamente tomado como capaz de tornar o pequeno negócio competitivo no marco do capitalismo contemporâneo. Este artigo não pretende realizar uma crítica à pequena empresa e ao empreendedor em si, mas ao sentido ideológico estruturante dos diversos discursos que instituem esse agente e seu “*estilo de pensamento*”. Foram identificados e avaliados os pesos relativos que compõem a imagem institucionalizada do objeto – a obra e seu autor. Os resultados evidenciaram a importância conferida a determinados aspectos que sobressaem, como disposição ao risco, capacidade criativa e de adaptação ao cenário de mudanças propaladas como “*naturais*”. Outros aspectos subjazem ao longo do processo, como a assunção pelo indivíduo de toda responsabilidade pelo acontecido em sua ação empreendedora e a legitimação da funcionalidade da pequena empresa face à reprodução sistêmica do capitalismo contemporâneo.

Abstract

Recently, entrepreneurship and small business have been highly regarded as triggering factors of social and economic development. It's necessary a deeper understanding of the causes, possible consequences and interests related to this process as well as its characterization as a specific field of knowledge and as a teaching and research academic object. Entrepreneurship, considered as a specific individual inclination, is misleadingly conceived as being able to render the small enterprise competitive in the contemporary capitalism arena. The objective of this paper is not to criticize the small business nor the entrepreneur in themselves, but the ideologic meaning that structures the several discourses that conform that agent and his “*thinking style*”. The relative weights that compose the institutionalized image of the object – the work and its author – were identified and evaluated. The results showed the importance granted to certain aspects such as disposition to risk, creative ability, and adaptation to scenery changes touted as being “*naturals*”. Other aspects underlay along the process, such as the assumption by the individual of all responsibility for what happens in his entrepreneurial action, and the legitimation of the functionality of the small enterprise concerning the systemic reproduction of contemporary capitalism.

Palavras-chave

Empreendedorismo; Empreendedor; Pequena empresa; Ideologia; Educação; Desenvolvimento

Keywords

Entrepreneurship; Entrepreneur; Small business; Ideology; Education; Development

1. Introdução

Estava acertado que quem se entregasse à fantasia e ao arbitrário, quem criasse um jogo ou quisesse escapar à pobreza arriscaria tudo. Jogando, podia perder. Mas quem não jogasse não poderia perder. Ninguém podia desconfiar que chegaria um tempo, já iminente, precisamente o tempo moderno, no qual quem não jogasse perderia sempre e com mais certeza do que quem jogass¹.

Está demonstrado, dizia ele [Pangloss], que as coisas não podem ser de outra maneira: pois, como tudo foi feito para um fim, tudo está necessariamente destinado ao melhor fim. Queiram notar que os narizes foram feitos para usar óculos, e por isso nós temos óculos. As pernas foram visivelmente instituídas para as calças, e por isso temos calças. As pedras foram feitas para serem talhadas e edificar castelos, e por isso Monsenhor tem um lindo castelo; o mais considerável barão da província deve ser o mais bem alojado; e, como os porcos foram feitos para serem comidos, nós comemos porco o ano inteiro: por conseguinte, aqueles que asseveravam que tudo está bem disseram uma tolice; deviam era dizer que tudo está o melhor possível².

Os dois textos em epígrafe representam bem os sentidos constantes do discurso atual acerca do empreendedorismo e da pequena empresa dita competitiva. Aparentemente contraditórios assim é, a nosso ver, a forma como se apresentam tais discursos feitos pelos mais variados agentes, da academia aos “gurus” empresariais, do texto da política pública à ação das agências de fomento.

A naturalidade com que os indivíduos se lançam aos negócios, repetidamente, e vivenciam experiências de insucesso (Perrin, 2015), a despeito das evidências teóricas e empíricas em contrário e, por outro lado, a forma como esse comportamento é caracterizado, conceituado e incentivado, com o beneplácito e a participação do Estado, evidenciam como a ação deste nunca esteve tão afastada das necessidades da maioria dos indivíduos e que a legitimidade de sua ação político-administrativa encontra-se cada vez mais questionada.

O texto procura discutir de forma crítica o relevo dado atualmente aos pequenos negócios como fator desencadeante de desenvolvimento social e econômico e, associado a isto, o empreendedorismo como uma disposição individual específica capaz de tornar o pequeno negócio competitivo no marco do capitalismo contemporâneo.

Não se trata de uma crítica à pequena empresa e ao empreendedorismo em si mesmo, mas do sentido estruturante contido nas relações sociais de produção que institui esse agente com seu “estilo de pensamento”. Visualizar os pesos relativos que compõem a imagem institucionalizada do objeto – a obra e seu autor – evidenciando a importância de determinados aspectos que sobressaem, diante de outros que subjazem ao longo do processo, permite uma compreensão mais “realista” das causas, consequências possíveis e interesses envolvidos no fenômeno.

Várias são as proposições existentes a respeito de vias alternativas de desenvolvimento baseadas na pequena empresa. O trabalho de Piore e Sabel (1984) ao discutir o fenômeno da produção flexível e de Becattini (1987) sobre distritos industriais italianos podem ser considerados como um ponto de partida para tais proposições. Embora não se possa dizer tratar-se de algo inteiramente original, tampouco se pode ignorar a reelaboração de seu papel e função, que passam a ser associados aos processos de desenvolvimento econômico, tecnológico e social.

O assunto transborda da esfera acadêmico-científica para a profissional-consultiva, como seria esperado, e desde algum tempo se transforma numa espécie de fenômeno tratado na esfera

¹ De Charles Péguy, em L'Argent. Epígrafe do livro de Luc Boltansky e Éve Chiapello (2009), O novo espírito do capitalismo.

² De Voltaire em Candide ou L'Optimisme.

do econômico-produtivo, da ciência & tecnologia, e do desenvolvimento social como objeto da política pública. Sua repercussão está normalmente vinculada a “*projetos*” de desenvolvimento nacional no qual cumpriria um papel estratégico em ambientes capitalistas periféricos ou em crise. Um tema socializado maciçamente e que vem frequentando regularmente os mais diversos espaços da mídia, os noticiários jornalísticos e dispendo, inclusive, de veículos de divulgação especializados³.

A primeira impressão é a de estarmos vivendo uma autêntica “*revolução*” nas formas de organização da produção e de termos encontrado uma “*saída*” para o desenvolvimento nacional autossustentado.

Essa situação se desdobra com a expansão de organismos e ações dedicadas ao fenômeno e que vai refletir-se, também, na instituição de um espaço de geração e difusão de conhecimento científico relacionado ao tema, seja através da re-constituição de temáticas específicas como o empreendedorismo e de cursos especializados sobre o objeto que ganha um sentido específico – um *status* teórico específico e pela introdução de disciplinas relacionadas nos currículos acadêmicos.

A temática do empreendedorismo e do empreendedor se desdobra em várias frentes. Em uma amostra não exaustiva de sua variedade, Paula, Cerqueira e Albuquerque (2000) mostram a variabilidade com que sua natureza é proposta, associada alternadamente a figuras míticas opostas como Prometeu e Fausto. Acs e Audretsch (2001), numa linha liberal e a partir da natureza filantrópica de sua ação (Acs & Phillips, 2002), propugnam a emergência de uma “*entrepreneurial society*”, enquanto Langlois (1987) vê sua obsolescência ao longo da evolução do capitalismo; Negri (1999) vai reconstruir suas funções enquanto “*empresário político*” a partir de uma perspectiva pós-fordista e; Carland, Hoy e Carland (1988) e Gartner (1988) polemizam quanto à propriedade de sua definição a partir de uma abordagem comportamental ou se derivado da esfera da personalidade e de seus traços característicos, o que significa em última instância um reflexo da oposição entre o papel das estruturas e da ação subjetiva.

Embora, os limites deste texto impeçam uma análise mais detida, é oportuno ilustrar a forma funcional e utilitária com que o “*espírito empreendedor*” vem sendo extrapolado (indução) para outros espaços e finalidades gerando diversas adjetivações ao empreendedorismo como social político, coletivo, etc. Da mesma forma é o caso de determinadas formas jurídicas recentes de certas empresas, como aquelas sem empregados (Pastore, 2005; Villela, 2012), conhecidas como “*pejotas*” (Costa & Ternus, 2012) ou ainda a formulação constitutiva do micro empreendedor individual (MEI)⁴. Consideradas como forma democrática e desburocratizada de acesso ao empresariamento, constituem-se, no entanto, em artifícios formais-jurídicos que criam mecanismos de desoneração da atividade produtiva empresarial sem consequências de natureza tributária para o Estado, transferindo para o indivíduo os custos inerentes às incertezas e riscos associados às decisões econômico-(re)produtivas.

As duas situações, a nosso ver, se constituem como dispositivos ideológicos de incentivo à constituição de pequenos negócios tratados, tanto pela política pública quanto pela literatura acadêmica sem a devida extensão e profundidade quanto às possíveis consequências.

2. O empreendedorismo como disciplina básica e o seu ensino

No avanço desse movimento, o ensino do empreendedorismo como disciplina básica, uma vez que sua postulação é pretendida desde o nível fundamental de escolarização não só no Brasil (Dolabela, 2005; Guerra & Teodósio, 2014; Soeiro, 2012, 2015), vem buscando se constituir como um campo científico.

³Como no Brasil a revista e programa televisivo “Pequenas Empresas & Grandes Negócios”.

⁴ Ver em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>.

Muito embora o esforço para constituição das bases epistemológicas do empreendedorismo venha se desenvolvendo e procurando dar conta do fenômeno (Verga & Silva, 2014; Bittar, Bastos & Moreira, 2014), é possível identificar a existência de uma crítica, em grau variado de extensão, às postulações pró-empresarias (Leite & Melo, 2008; Dias & Wetzel, 2010; Sabino, 2010; Damiano, Santos & Oliveira, 2013; Guerra & Teodósio, 2014; Kopelke, 2015). Todavia o caráter ideológico original que torna a temática do empreendedorismo objeto de todo interesse permanece ignorado pela maioria dos autores.

Por outro lado, Saraiva (2011) ao realizar a crítica do ensino de administração em voga no Brasil, salienta a sugestão feita pelo MEC constante das Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de administração, ao incluir a “*capacidade empreendedora e crítica*” como um dos quatro eixos orientadores do perfil do administrador. Imediatamente, tomando o modo como o empreendedorismo se apresenta na retórica de seus defensores, tal possibilidade de empreender criticamente já nos parece antitética, uma vez que esse espírito empreendedor surge de si mesmo, num vácuo institucional, reduzindo a possibilidade da crítica apenas aos aspectos internos relacionados com a própria performance empreendedora, incapaz de questionar a lógica sistêmica ou global.

Na análise feita pelo autor a partir de diversas matrizes curriculares e na orientação institucional de algumas organizações de educação superior, o empreendedorismo se apresenta como algo “*bastante desejável na formação de administradores, quase inexorável*”, despolitizando e naturalizando o conceito.

Na medida em que certos comportamentos devem ser desejados ou tomados como naturais, as repercussões são numerosas: consentir, do ponto de vista profissional, as iniciativas empresariais pró-flexibilização do trabalho; reduzir as questões profissionais à capacidade de competição individual; assumir integralmente toda e qualquer responsabilidade pelo “*empreendimento*” de sua carreira individual (Saraiva, 2011).

Com isso (re)instala-se uma lógica e um direito naturais de todos contra todos (nem todos), enquanto na “*camada superior do capitalismo*”⁵ as corporações empresariais nunca estiveram tão organizadas e desfrutaram de tanto controle.

Tais disposições, quando institucionalizadas na educação superior, tornam “*normal*” a ideia de futuro incerto e ameaçador em uma realidade em que nada devem esperar além da ultra competição, sendo, por isso, a melhor das alternativas “*empreender*” (Saraiva, 2011).

A respeito da institucionalização do empreendedorismo Leite e Melo (2008) dispõem sobre o aparato ideológico montado em torno dessa ideia que inclui, os gurus, classificados em acadêmicos, consultores e managers heróis; a mídia especializada que inclui desde livros, jornais, revistas, vídeos, palestras, treinamentos presenciais ou virtuais, até reality shows e jogos de computador; sites especializados, sites de consultores para aconselhamento de indivíduos⁶; associações de empreendedores, além das agências de fomento, como o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). O mercado editorial de auto-ajuda em negócios (light business) tem sido avaliado como um dos principais pilares do mercado editorial atual, se especializando em negócios e carreiras no lugar da auto-ajuda pessoal. Segundo as autoras, o fenômeno geralmente utilizado para explicar essa dinâmica está relacionado com o que se chama o imperativo da mudança.

A extensiva produção, a circulação desse tipo de conhecimento, como bem simbólico e sua legitimação pela ciência, na medida em que seu ensino é, sobretudo, difundido em cursos de administração, faz com que a autenticidade do campo seja reforçada continuamente.

⁵ Conforme Arrighi (1996, p.10) citando Braudel a respeito da estrutura tripla do capitalismo.

⁶ Curiosamente um destes sites denomina-se “Insistimento – o lugar do empreendedor” (<http://insistimento.com.br/>), em alusão metonímica a investimento, o que explicita um dos aspectos que a retórica do empreendedorismo busca naturalizar.

Para Leite e Melo (2008) “os gurus da administração, ao difundir conselhos, assumem a função de empreendedores morais do empreendedorismo” Seja um atributo inato ou adquirido, há sempre um julgamento moral no “ser empreendedor”. Ou seja:

Assim, como já nos apontavam Boltanski e Chiapello (1999; 2001), o empreendedorismo é uma ideologia do capitalismo atual que surge para garantir a adesão e a legitimidade às atividades antes não valorizadas (Leite & Melo, 2008, p.45)

Dias e Wetzel (2010), a partir de pesquisa realizada na literatura empresarial, revelam que a abordagem do empreendedorismo tem sempre o sentido de valorização do empoderamento individual e do empresariamento geral, este como condição imperativa para a adaptação aos novos tempos independente de conjuntura, do manejo de habilidades técnicas ou de competências cognitivas, a partir de qualquer montante de recursos disponíveis, bastando tão somente seguir certos procedimentos e perseverar.

A ideia onipresente de que vivemos “um mundo de mudanças” onde “a única constante é a mudança...” (Carnall citado por Grey, 2004) vai ser designada por Grey (2004) como um fetiche.

Afirma ainda que “a mudança atua como fator de legitimação para as ações pretendidas por atores poderosos, nas organizações e em geral”. O apelo retórico maciço à mudança, no momento acaba por beneficiar as elites, ao passo que “muitas mudanças organizacionais estão provocando estragos na vida das pessoas e suas comunidades”. Com isso advoga que os processos de mudança precisam ser vistos como problema e que a “não questionada celebração da necessidade e do desejo da mudança parece [...] ser o primeiro estágio na identificação desses problemas” (Grey, 2004).

A nosso ver, essa retórica abre caminho para os discursos na maioria das vezes normativo sobre empreendedorismo. Outra ideia catalisada pelo fetiche da mudança é o da empregabilidade, cujo discurso é apropriado no empreendedorismo como intraempreendedorismo. Tais processos são constructos operacionais ideológicos através dos quais o capitalismo vem conseguindo modelar um novo arcabouço de valores, o que Boltanski e Chiapello (2009) denominam como “novo espírito do capitalismo”, cuja finalidade é tornar mais tolerável o seu caráter e mais consensual a validade do modo atual de sua reprodução regenerada e ampliada após a crise do final dos anos 60 num quadro de degradação social que se amplia no tempo-espaço.

3. A construção ideológica do conceito de empreendedorismo

Incorporado no discurso da política pública em geral, o processo de valorização do empreendedorismo é marcadamente ideológico na medida em que ao deixar de analisar determinados aspectos estruturais característicos dos pequenos negócios, exaltando outros como a ação individual empreendedora, induz comportamentos de forma enviesada, sem esclarecer quanto aos limites econômicos desse arranjo produtivo e ocultando um conjunto de relações que o tornam funcional à lógica sistêmica de acumulação capitalista.

A discussão sobre o caráter ideológico do empreendedorismo está articulado à análise da funcionalidade da pequena empresa no capitalismo contemporâneo. Assim, empreendedorismo e pequena empresa devem ser tratados em conjunto na medida em que separadamente seriam constructos idealizados e abstratos.

Sobre a questão da ideologia, Eagleton (1997, p.15) enumera sem dificuldades dezesseis definições, mostrando que o poder do conceito reside exatamente na sua “riqueza de significado” que, comprimido numa única definição, resultaria inútil.

Dada à polissemia do termo e variedade conceitual de ideologia, a forma mais apropriada de demonstrá-la é evidenciando suas formas operatórias – unificadoras, orientadas para a ação, racionalizantes, legitimadoras, universalizantes e naturalizantes – em relação ao objeto em questão – a pequena empresa competitiva e o empreendedorismo que a constitui como tal.

Vista como um conjunto de crenças particularmente orientado para a ação, a ideologia para ter eficácia deve ligar os níveis prático e teórico. O conceito de “*ideologia operativa*” de Selinger exemplifica essa ideia:

Ideologia é uma mescla de crenças e descrenças, normas morais, uma pequena quantidade de evidência fatural e um conjunto de prescrições técnicas, que assegura a ação combinada pela preservação ou reconstrução de uma determinada ordem social (Selinger citado por Eagleton, 1997, p.53) (grifos nossos).

A perspectiva de uma “*ideologia operativa*” é adequada ao processo de instituição do pequeno empreendedor pelos diversos agentes envolvidos com a temática que na sua ação comunicativa se utilizam largamente desta mistura de enunciados analíticos e descritivos, de prescrições morais e técnicas e de conteúdos fatuais e compromissos morais, para fazer agir no e pelo pequeno empreendedor, deixando evidente que tal ação ideológica contém um sentido afirmativo e propondo a construção de um objeto inscrito numa ordem específica o que, ideologicamente, exclui outras possibilidades constitutivas do real.

Sobre a operação racionalizante da ideologia, embora a psicanálise veja na racionalização uma necessária ocultação da motivação verdadeira, no caso da ideologia pode-se defini-la como tentativas sistemáticas de explicar ou tornar plausível aquilo que de outro modo seria objeto de críticas (Eagleton, 1997, p.56). Nesse caso, podemos falar de racionalização como mecanismo-base da auto-ilusão, uma vez que essa verdade pode estar oculta também para aquele que racionaliza.

A formulação microeconômica da pequena empresa abstratamente transposta sem qualquer mediação para o real fornece um arcabouço argumentativo/explicativo racional sobre a pequena empresa que, institucionalizado, dificulta sua crítica e autocrítica. Com isso, a relação entre o despreparo do pequeno e a necessidade de capacitação, instituída de forma absoluta, é um exemplo dessa racionalização ideológica transposta para a esfera cultural do pequeno.

Bourdieu (1990, p.56) ao criticar o objetivismo da antropologia social e cultural, nos oferece argumento para colocar em foco o problema da forma como se dá a construção científica abstrata da pequena empresa. Assim, em vez de procurar saber quanto aos princípios que regem sua prática, a tomam como um “*paralogismo que consiste em tratar os objetos construídos pela ciência [...] como realidades autônomas dotadas de eficácia social e capazes de agir enquanto sujeitos responsáveis de ações históricas ou enquanto poder capaz de pressionar as práticas*”.

A necessidade de legitimar-se perante a sociedade está ligada à necessidade de precisar evidenciar o caráter social de sua ação, ou seja, não deveria ser necessário demonstrar para o beneficiário a positividade de uma ação de apoio e fomento, o que, entretanto, aumenta a crença do agente em si e para seu próprio poder, dialeticamente.

A universalização ou “*eternização*” de si é outro expediente usado para alcançar a legitimidade, fazendo com que valores e interesses específicos sejam projetados e aceitos como universais. Mas é importante que tal aceitação se caracterize como uma aceitação “*pragmática*”, ou seja, por não vislumbrar alternativa realista a não ser a de endossar o direito de dominação posto como legítimo. Não se trata de convencer os outros de que seus interesses estão de acordo com o deles, mas de formular esses interesses de modo a tornar isso plausível.

A forma como Eagleton explicita a operação ideológica por uma estratégia de universalização permite esclarecer como a integração da pequena empresa à dinâmica da reprodução

sistêmica capitalista representa uma operação ideológica onde os interesses do capital são transmutados nos interesses do pequeno:

Se devo persuadir de que é relevante do seu interesse que eu seja interesseiro, então só poderei ser efetivamente interesseiro se me tornar menos assim. Se os meus interesses, para florescerem, têm de levar em conta os seus, então serão redefinidos com base nas suas próprias necessidades, deixando assim de identificar-se consigo mesmos. Mas os seus interesses também deixarão de identificar-se consigo mesmos, uma vez que agora foram retrabalhados de modo a serem alcançados somente a partir da matriz dos meus (Eagleton, 1997, p.61)

Como bem interpretam Dias e Wetzell (2010, p.99) ao salientar que

contrariamente à perspectiva que entende ideologia como uma imposição de interesses unilaterais, ela encerra, por um lado, certa substância real, na medida em que consegue fazer com que os indivíduos se identifiquem com princípios e valores; mas, por outro, apresenta certa substância falsa, no sentido de não revelar as contradições e incoerências dessas próprias ideias (grifos nossos).

4. Perspectivas sobre os conceitos de pequena empresa e empreendedor

A respeito da pequena empresa, é no contexto da dinâmica econômica capitalista que suas elaborações e o pensamento institucional acerca de seu papel ganha sentido. O processo de acumulação se constitui no móvel dos agentes capitalistas em relações de produção e o desenvolvimento das forças produtivas é reflexo da forma como tais relações se desenvolvem e como o trabalho social é organizado em diferentes contextos e momentos históricos.

Todavia, se existe uma característica permanente nesse processo, consiste exatamente na capacidade do capital em mudar e adaptar-se a novas situações com o fito de acumular (Arrighi, 1996).

A estrutura tripla do capitalismo (Braudel citado por Arrighi, 1996, p.10) composta por três camadas hierarquicamente relacionadas – a mais baixa é denominada por vida material, espaço da não-economia onde “o capitalismo crava suas raízes, mas no qual nunca consegue realmente penetrar”; na intermediária prevalece uma economia de mercado com seus mecanismos de autocoordenação típicos e; a camada superior e capitalista propriamente dita, chamada de antimercado é tida como “o verdadeiro lar do capitalismo” – é particularmente interessante à medida em que auxilia a interpretar e situar o surgimento da pequena empresa e perceber as modificações pelas quais sua funcionalidade vai sendo remodelada ao longo do tempo e em diferentes espaços.

Essa concepção estrutural braudeliana se fundamenta em dois movimentos articulados que poderiam ser descritos como se a camada capitalista se deslocasse “arrastando” uma sobre as outras ao longo do tempo num sentido evolutivo, ao mesmo tempo em que essa evolução se alimenta dos estágios anteriores dos quais dependem. Essa perspectiva evolutiva do capitalismo é interessante porque mostra como a pequena empresa – transfigurada nas mais diversas formas produtivas de pequenas dimensões encontradas na história – se vê “dividida” entre estas camadas, mostrando a múltipla determinação com a qual a pequena empresa se depara na sua constituição, função e motivação. Em países periféricos onde uma ordem capitalista se desenvolve de forma original e tardiamente tal processo parece ser bem visível ainda.

A presença permanente da pequena produção, sob configurações estruturais e dinâmicas funcionais aderentes às diferentes lógicas de cada uma das camadas braudelianas, mais ou menos capitalistas, predominando ora em razão de sua função sociopolítica, ora devido à função econômica ou segundo sua posição dentro do conflito de classes, vai evidenciar uma ambivalência característica que se manifesta sincrônica e diacronicamente. Assim, a pequena

empresa vai se institucionalizando capitalisticamente ao longo do tempo, da mesma forma como, em um determinado espaço produtivo, seja um país ou um setor produtivo, coexistem pequenas empresas tão distintas em termos de acumulação própria, embora portadoras de uma funcionalidade específica à ordem capitalista.

Nesse sentido a pequena empresa competitiva capitaneada pelo empreendedor conforme vem sendo postulada por essa ampla rede de agentes, evidentemente só pode ser uma específica, configurada em um determinado tempo-espaço, em setores dinâmicos da economia.

Marshall (1982), Steindl (1990) e Schumpeter (1982, 1984), são autores que vão propiciar os desdobramentos teóricos a partir dos quais a pequena empresa competitiva vem sendo reelaborada (Cypriano, 2004). Todavia, é preciso considerar que tais formulações foram geradas em um contexto histórico-econômico-técnico-institucional específico e que aspectos conjunturais e interesses presentes que vão condicionar objetiva e subjetivamente sua formulação atual. Daí a propriedade de analisar a pequena empresa conforme um fenômeno institucional, que se define e que se eleva a um grau de especificidade e de distinção, como uma forma produtiva específica, à medida que se desvincula variadamente de formas pré ou extracapitalistas da pequena produção para se constituir como empresa inserida no contexto da dinâmica capitalista.

Na visão marshalliana, as possibilidades da pequena empresa, em determinadas indústrias, decorrem das possibilidades destas se organizarem de forma a desenvolver economias externas capazes de contrabalançar as economias de escala internas típicas das grandes empresas.

Muito embora Marshall seja considerado por Schumpeter (1958) como um dos primeiros economistas a perceber a economia como uma ciência evolucionária, e sua releitura mais tarde (Becattini, 1987) possibilitado a compreensão da dinâmica socioeconômica dos distritos industriais italianos, é Steindl (1990) quem reelabora as concepções marshallianas quanto ao tamanho e crescimento da empresa representativa capitalista, procurando analisar a dinâmica do fenômeno em relação aos desdobramentos do processo de desenvolvimento econômico capitalista.

Para Steindl (1990, p.13), a empresa representativa de Marshall é a de tamanho “*normal*”. Não é necessariamente uma pequena empresa, nem jovem e crescente, nem decadente, e sim uma que existe de forma relativamente numerosa, compondo um grupo mutável e que usufrui de economias de escala para crescer até um tamanho permitido pelas próprias dificuldades em ampliar seu mercado.

Tal constructo requer a existência de um equilíbrio que pressupõe um sistema de concorrência perfeita, de um mercado que cresce permanentemente e de um modelo de relações sociais, democrático e virtuoso, que pode ser entendido através da alusão feita por Marshall a narrativas onde triunfa o “*aprendiz fiel, que acabou por se tornar sócio do negócio e, às vezes, por se casar com a filha do patrão*” (Steindl, 1990, p.256).

Como se vê hoje nas cogitações quanto ao “*espírito empreendedor*”, não são feitas alusões à necessidade de crescimento estável dos mercados ou à virtude do processo social para a formação da pequena empresa como condições necessárias. À medida que se postule um caráter universal e natural a tal processo, ignorando determinados aspectos, descamba-se para a ideologia.

Marshall e Steindl concordam quanto à importância das economias de escala como fator que influencia a posição relativa de empresas com vários tamanhos e, conforme o progresso técnico torna-se uma variável determinante do processo de desenvolvimento capitalista, assume um aspecto praticamente geral gerando uma assimetria na qual “*as pequenas empresas nunca podem (a longo prazo) obter lucros maiores que as grandes empresas*”. Por outro lado, as deseconomias de escala devidas ao aumento de tamanho e burocratização da administração, preocupação de Marshall, têm pouco peso e são desprezíveis para Steindl,

conforme o desenvolvimento de tecnologias de informação permita um novo e mais elevado estágio de concentração de capitais.

Para Steindl (1990) a funcionalidade da pequena empresa é decorrente das transformações estruturais do sistema de produção capitalista, o que faz da competitividade da pequena empresa um resultado de segunda ordem. Isto é percebido pela forma como a ênfase na aptidão pessoal do empresário aventada por Marshall é relativizada pela influência de imperfeições de mercado, singularizando a expectativa de sucesso da pequena empresa em relação às circunstâncias específicas de sua posição no sistema produtivo.

Segundo Steindl, cada vez menos a pequena empresa resiste, altera ou influencia o processo capitalista em seu mister, assumindo função econômica secundária nos “*ramos de ‘pequenos negócios’*” que se caracterizam por desenvolverem mercados diferenciados ou por utilizarem técnicas produtivas não adaptáveis à larga escala ou ainda por se tratar de ramos novos. Em relação a este último caso, relacionado à capacidade inovativa da pequena empresa, tal possibilidade seria realizável apenas no curto prazo.

Em virtude do maior custo unitário ou do custo de diferenciação da produção pela pequena empresa, qualquer política de proteção à pequena empresa – restritiva, compensatória ou regulatória – não resultaria em maior eficiência à medida que os benefícios gerados seriam repassados ou aos consumidores ou a grandes empresas contratantes.

Mesmo no post-scriptum de 1972, quando percebe o desenvolvimento tecnológico recente, a implicação em novas possibilidades para a sobrevivência competitiva da pequena empresa se limita à medida que novos ramos se integrem ao sistema, segundo uma “*divisão natural de funções*” que será mais dependente ou autônoma a depender da disponibilidade de “*pessoal especializado e altamente qualificado*” que possa “*desenvolver e oferecer conhecimentos tecnológicos*” (Steindl, 1990, p.139).

Sobre a possibilidade de cooperação entre pequenos Steindl vai advogar a existência de um simulacro de independência da pequena empresa, devido à sua tolerância por parte da grande empresa. A ideia marshalliana de “*novas oportunidades para pequenos empresários*” decorrentes da desintegração vertical da produção não passa de uma ficção, uma vez que esses “*subcontratantes*” são bastante fracos do ponto de vista econômico e, por consequência, político (Steindl, 1990, p.113). Em vista disso, a possibilidade de ação cooperativa, percebida como uma escolha alternativa entre a interferência governamental e a subordinação à grande empresa, é interpretada como restrição à independência do pequeno empresário, valor tão caro ao credo liberal.

A funcionalidade de segunda ordem se manifesta para Steindl, de formas “*não muito lisonjeiras*”. Uma é a vantagem política que representa para empresas oligopolistas e dominantes a conservação de pequenas empresas como demonstração de “*concorrência*”. Outra é a imperfeição do mercado de trabalho que dota certos ramos de uma “*oferta de trabalho barata e desorganizada*”, garantindo a sobrevivência da pequena empresa às custas dessa exploração, onde a pressão nos preços é repassada rapidamente aos salários ao mesmo tempo em que não incentiva o progresso técnico (Steindl, 1990, p.111).

A “*tenaz sobrevivência*” manifestada “*pela disposição ao risco dos pequenos empresários*”, que faz “*qualquer pequeno empresário lutar até o fim para preservá-la [a posição social] até se ver financeiramente incapacitado de continuar*” consiste num terceiro fator de funcionalidade, mais sofisticado, decorrente da valorização do pequeno empresário como categoria social, descrito por Steindl (1990, p.112). Isso tem correspondência com uma situação muito propagandeada atualmente, onde a vontade de “*ser dono do próprio nariz*” projeta-se com a mesma intensidade nos agentes pequenos. Diz o autor, “*esse fator se tornará tanto mais importante quanto maior for o desemprego entre os assalariados*”, pois essa possibilidade significa “*garantir um emprego para si mesmo*” o que se acrescenta ao fato de adquirir um status social mais elevado. “*É possível que um alto desemprego (especialmente de caráter secular) contribua poderosamente para a determinada resistência das pequenas empresas*”.

Tal fator pode esclarecer quanto à dinâmica demográfica da pequena empresa, principalmente a altas taxas de natalidade e de “*empreendedorismo*” encontradas em países periféricos, em seu aspecto estrutural-funcionalista. Nesse sentido, as explicações de ordem cultural que postulam a superação desse “*legado cultural arcaico*” através da incentivação em massa à constituição de uma pequena empresa competitiva pode implicar na exacerbação ideológica da funcionalidade da pequena empresa.

O problema é que a evolução dos processos de desenvolvimento industrial e econômico é vista por Steindl como se acontecessem pacificamente, posto que pensados, abstratamente, no nível microeconômico e como se as novas possibilidades da pequena empresa, percebidas no post-scriptum, derivassem dela mesma e não da necessidade permanente de intensificação da acumulação. Assim, à funcionalidade estrutural da pequena empresa, e comportamental de seus agentes, incorpora-se sua funcionalidade para a acumulação, numa dinâmica cujos centros de controle não estão localizados na pequena empresa. Portanto, as possibilidades vislumbradas por Steindl e constantes nos desdobramentos recentes sobre a competitividade da pequena empresa, encontram-se, antes, estruturadas pela dinâmica de reprodução capitalista.

A outra alternativa teórica da pequena empresa em Schumpeter (1982, 1984) parte da dimensão individual, onde o empresário inovador é descrito como portador das qualidades necessárias ao processo de desenvolvimento econômico. A pequena empresa pode ser vislumbrada como espaço de realização do empresário inovador, pela forma competitiva com que se insere na dinâmica do desenvolvimento econômico, através do processo de “*destruição criadora*” que permite a geração de lucros monopolísticos temporários que irão dinamizar o sistema capitalista engendrando novos ciclos de crescimento econômico.

Mas também pode ser vista de outra forma, como instituição componente das “*camadas protetoras*” do capitalismo, à medida que representa concretamente a propriedade privada, instituto capitalista por excelência, cuja “*destruição*” o autor pressagiava à época que escrevia. Sobre isso ele diz:

A estrutura política de uma nação é profundamente afetada pela eliminação de uma multidão de pequenas e médias empresas cujos donos e gerentes, juntamente com seus dependentes, agregados e conexões, contam quantitativamente nas urnas e têm um controle sobre o que podemos chamar de classe dos capatazes que nenhuma administração de uma grande unidade pode ter; as próprias fundações da propriedade privada e do livre contrato desgastam-se numa nação em que seus tipos mais vitais, mais concretos e mais significativos desaparecem no horizonte moral da população (Schumpeter, 1984, p.183).

Esta visão, malgrado todas as circunstâncias históricas que diferenciam os capitalismo europeu e norte-americano, desemboca no mesmo dilema – a incessante necessidade de transformar o meio onde se desenvolve, no caso, a transformação do capitalismo concorrencial em monopolista.

É a instituição da propriedade que perde sua “*substância material*”, na qual o pequeno empresário se constitui na mais concreta manifestação, que representa a camada protetora do capitalismo a que se refere⁷.

“*Simbiose*” ativa e proveitosa cuja eliminação completa e inevitável é questionada quanto a sua propriedade para a manutenção do sistema capitalista.

⁷ Importante ressaltar que não é à ação empreendedora que nos referimos enquanto camada protetora do capitalismo, ou seja, não endossamos a visão segundo a qual a inovação se transformaria em rotina nas grandes empresas, pondo em risco o sistema capitalista. Sobre essa questão nos baseamos em Langlois (1987). No entanto, não se pode deixar de perceber como a inovação vai modificar a organização do sistema capitalista e como este último vai integrar o novo móvel de acumulação à sua dinâmica competitiva, institucionalizando-o.

Ao romper a estrutura pré-capitalista, o capitalismo rompeu não apenas as barreiras que lhe impedem o progresso, mas também os esteios que lhe impedem o desmoronamento. [Posto que] não era meramente questão de se remover o peso morto institucional, mas de remover parceiros da camada capitalista, cuja simbiose era fundamental ao esquema capitalista (Schumpeter, 1984, p.182).

Esta passagem evidencia que para Schumpeter preocupava antes a dinâmica de transformação do capitalismo sob novos móveis de desenvolvimento e que, nesse sentido a pequena empresa tinha, antes, uma funcionalidade de natureza político-institucional que perdia sentido conforme o capitalismo passava de um modo de desenvolvimento para outro.

Interessante perceber que é a ação subjetiva do pequeno empresário, como proprietário independente ou como um “*burguês racionalista e não-heróico*” que vai configurar a pequena empresa de um ou outro modo, afeita ao capitalismo competitivo ou monopolista. A ambiguidade do papel e posição da pequena empresa e do pequeno empresário, estão implícitos no pensamento do autor ao refletir sobre a funcionalidade e consequências da ascensão concomitante da burguesia capitalista e dos Estados nacionais, que acontece em países europeus.

Mills (1979) vai mostrar como a “*sociedade do equilíbrio automático*”, a norte-americana, baseada na universalização da pequena propriedade e do pequeno negócio vai desaparecer diante da transformação do capitalismo de competitivo em monopolista, fazendo surgir uma nova classe média de funcionários e transformando a ideia de pequena empresa em competição numa ideologia política da qual se serve a grande empresa monopolista e é utilizada até hoje na promoção do small business norte-americano (Anglund, 1998; Acs et al., 1998; Blackford, 2001).

Temos, portanto, duas matrizes teóricas que tratam de aspectos centrais à pequena empresa, que operam através de eixos analíticos distintos e que, mesmo assim, por distintos caminhos dão margem à percepção da pequena empresa em sua função “*protetora*” do capitalismo. Marshall, num momento anterior, a partir de uma perspectiva equilibrada, pela sua “*normalidade*” benévola. Schumpeter, mais tarde e diante do caráter revolucionário do processo de desenvolvimento econômico, preocupado com os rumos do progresso econômico, no qual a inovação tendia a se rotinizar, representando com isso, a destruição do quadro institucional da sociedade capitalista, onde pequena empresa e o empresário inovador eram vítimas não da competição inerente ao processo, mas de sua burocratização.

Se a inovação não se reduz à rotina, conforme a previsão de Schumpeter, movimento distinto vai caracterizar o âmbito da propriedade do pequeno empresário. Ainda que adrede a toda evolução capitalista, se vê encerrado numa ambiguidade entre sua centralidade na dinâmica inovacionista atual ao mesmo tempo em que vê sua propriedade cada dia mais imaterializada, confinada à condição de fator de produção intelectual.

Além das abordagens mais citadas na literatura, um trabalho que faz interessantes reflexões a respeito do papel socioeconômico e político da pequena empresa em contextos globalizados e se apresenta segundo tal perspectiva analítica, é o de Montañó (1999, p.11):

Não é a dinâmica interna que peculiariza estas pequenas unidades produtivas, não é sua dimensão que explica o papel que cumpre no sistema produtivo-comercial. O que esclarece sobre suas possibilidades e limites de desenvolvimento empresarial, o que se coloca como essencial, é o lugar que ocupa na divisão organizativa deste sistema.

O esforço de conceituação da pequena empresa enquanto papel socioeconômico, numa perspectiva estrutural, vai inverter o ponto de vista analítico fazendo com que as deficiências normalmente apontadas como causas da condição pequena possam ser vistas como consequências de seu posicionamento secundário, subordinado e dependente na estrutura produtiva capitalista em um determinado contexto sócio-histórico.

Para o autor, o fato da pequena empresa ter uma insuficiente definição de objetivos, normas e sistemas administrativos, resultam de sua categoria socioeconômica qualitativamente distinta que tem um papel determinado a desempenhar no sistema de produção capitalista.

Conceituar a pequena empresa a partir de suas diferenças quantitativas representa apenas uma definição intrínseca de algo contido em si mesmo ou, como diz Montaño (1999, p.17), reflete apenas uma realidade empírica. Sua denominação como “satélite” seria mais adequada em termos semânticos do que “pequena”. Com isso, algumas consequências teóricas como pensar a pequena empresa no quadro de uma evolução “natural” ou propor o acesso ao crédito e à capacitação gerencial como condições suficientes para tal evolução, tomando como modelo uma pequena empresa que tenha obtido resultados econômicos elevados, tornam-se problemáticas, “confusas” ou ideologizadas.

Mediante a interpretação da pequena empresa como categoria socioeconômica e segundo uma perspectiva histórico-dialética, três concepções são projetadas quanto ao papel e inserção da pequena empresa na sociedade (Aroceña citado por Montaño, 1999, p.26):

- A pequena empresa como iniciativa privada, sendo o empresário apenas mais um “capitalista em via de desenvolvimento”, com qualidades pessoais que o habilitam num sistema de livre concorrência;
- A pequena empresa como alternativa ao desemprego, convertida a uma categoria politicamente estratégica para a legitimação do Estado e do sistema no contexto de reestruturação produtiva, sendo necessário, portanto, sua proteção e promoção através de políticas de apoio e compensatórias; e mais;
- A pequena empresa como categoria socioeconômica e política num sistema, como parte integrante de um contexto socioeconômico, de uma relação política e econômica entre desiguais e mais, dentro de um estágio do processo histórico.

Essa perspectiva analítica tem a capacidade de propiciar uma visão mais estruturada do pequeno que pode ser útil se contrastada com outras pequenas empresas, derivadas de outros processos históricos e em outras circunstâncias socioeconômicas e políticas.

5. A evolução da institucionalização da pequena empresa no Brasil

A concepção teórica original da pequena empresa e seus desdobramentos de natureza competitiva, pressupõem a existência de uma ordem social competitiva, uma dinâmica das relações intercapitalistas e um conjunto de determinações estruturais impostas pelo processo de desenvolvimento econômico que vão especificar, entre outras coisas, a natureza e extensão da flexibilização produtiva e tecnológica, a propensão à cooperatividade, a racionalidade das formas de articulação intercapitalistas e a subjetividade da ação empreendedora e inovadora.

Nesse sentido, a especificidade que caracteriza a formação econômica brasileira – dependente e subdesenvolvida – e a originalidade da ordem social – restrita e incompleta – que se desenvolve no país e que vai orientar os agentes à competição intercapitalista com vistas à acumulação precisa ser levada em conta. Importa perceber a extensão com que essa especificidade de nossa formação se reproduz ao longo da intensificação das transformações capitalistas ocorridas no país no sentido de verificar como podem se constituir em entraves ao desenvolvimento de uma pequena empresa competitiva nos termos exigidos pela dinâmica capitalista atual.

Os extratos sociais intermediários no Brasil são tão ambivalentes enquanto classe quanto os encontrados nas análises clássicas da pequena burguesia. No entanto, determinados fatores como a condição colonial, a escravidão, o clã patriarcal e o modelo de colonização (Prado Jr., 1999), e o desenvolvimento de um modelo autocrático de transformação capitalista que evolui no bojo de um capitalismo dependente (Fernandes, 1987, 1981), imprimem uma dinâmica específica às relações sociais que repercutem implacavelmente sobre os extratos sociais

intermediários, progênie mais provável da pequena empresa, alterando e conformando as disposições desses agentes à competição capitalista em relação aos moldes tradicionais.

A dependência e a subordinação são as marcas da integração do pequeno no sistema capitalista monopolista. São as condições sociais e políticas que estruturam a subjetividade dos agentes pequenos no espaço competitivo que vão condicionar suas disposições ao empreendedorismo e à cooperatividade.

Além disso, o processo de desenvolvimento capitalista é caracterizado por ser concentrador de rendas e marcado por crises que repercutem na institucionalização da pequena empresa brasileira. É em períodos críticos da economia brasileira e do próprio capitalismo a nível mundial que a alternativa da pequena empresa surge e ressurgue.

O primeiro período, que vai do início dos anos 60, marca do fim do terceiro período do processo de substituição de importações e início do declínio da dinâmica de substituição (Tavares, 1983, p.73), até a metade dos anos 70, início da crise do processo de industrialização e da escalada inflacionária (Sampaio Jr., 1999, p.27), corresponde ao surgimento do interesse pela pequena empresa, vista inicialmente como “*empresa nacional*” e sua constituição, mais tarde como agente econômico estratégico capaz de mitigar os efeitos da crise existente e de reduzir a “*brecha*” típica da estrutura produtiva nacional dualista.

O segundo, de meados dos anos oitenta e chegando à atualidade, situado dentro da chamada crise do fordismo, é marcado pela derrocada do processo de desenvolvimento nacional e por uma crise financeira que leva o país à liberalização econômica progressiva e que assiste às tentativas de inserção do país na nova ordem mundial através de um conjunto de mudanças institucionais profundas como a liberalização dos mercados e que provocam transformações significativas no mercado de trabalho.

Nesse segundo momento, mais uma vez a pequena empresa ressurgue desta vez como alternativa de geração de emprego e renda, adquirindo uma postura privada, antípoda da anterior vinculada a um Estado protetor, sob uma roupagem nova, competitiva e tida como protagonista de um processo de inclusão social através da cidadania empresarial.

Neste percurso histórico a pequena empresa vai se modificando, assim como a retórica sobre o empreendedorismo. Para uma compreensão mais crítica do processo de institucionalização da pequena empresa, as contribuições teóricas de Talcott Parsons (1961) com sua formulação funcionalista do sistema social, de Mary Douglas com sua análise antropológica do modo de operação das instituições e de Pierre Bourdieu com seu conhecimento praxiológico, com a noção de habitus e os conceitos de campo e poder e capital simbólico permitem uma compreensão crítica do mesmo.

A elaboração sistêmica parsoniana vai permitir apreciar a pequena empresa na sua função econômica e sociopolítica integradoras. O problema dessa abordagem consiste na visão a-histórica, não-conflitual e racionalista que desenvolve a respeito das relações entre sociedade e economia, na qual a economia se constitui como um sub-sistema quase autônomo em relação aos demais que atuam para a reprodução das condições econômicas da sociedade. Tal primazia confere um relevo particular e funcional à pequena empresa cuja atividade não consiste apenas em produzir, mas produzir sob condições adaptadas à acumulação sistêmica e, além disso, desempenhando papéis específicos para a manutenção dos valores e normas e integração do sistema, à medida que se projeta como fonte original da ação empreendedora e estrutura nascente de onde evolui o agente produtivo portador de atributos competitivos, cuja capacidade acumulativa é condizente com sua situação, o que explica funcionalmente sua adaptação, posição e condição de existência.

Entretanto, tal concepção sistêmica submetida ao plano sócio-histórico-institucional em que a pequena empresa existe e ao contexto dependente sob o qual as relações capitalistas se desenvolvem revela-se problemática conforme não se evidencie seu funcionamento coeso.

A origem e natureza social do pensamento institucional, a fundação e cristalização das instituições e seu poder classificatório sobre questões importantes e como pensamento e compromisso institucional se impõem à realidade das sociedades, em suma, “*como as instituições pensam*”, são as questões sobre as quais Douglas (1998) discorre. Tal abordagem permite conceber a ideia de um processo de institucionalização da pequena empresa e destacar certos elementos que concorrem para tanto. Através dela permite a reflexão quanto à resistência de certas práticas sociais, variavelmente específicas ao agente pequeno, em contrapartida às dificuldades de mudança institucional do pequeno e os efeitos simbólicos derivados da associação cognitiva institucionalizada entre o termo “*pequeno*” e as características dimensionais e competitivas relativas à pequena empresa.

Com Bourdieu (1990, 1996, 1998) torna-se possível lidar com argumentos derivados de dois tipos de conhecimento antagônicos – objetivismo e subjetivismo – que vão fundamentar perspectivas analíticas igualmente antagônicas que se aplicam à pequena empresa. A esse impasse Bourdieu propõe outro tipo de conhecimento que denomina praxiológico. Essa proposta de articulação dialética entre ator e estrutura permite a análise da pequena empresa instituída como um sujeito, seu empreendedor. O conceito de campo social possibilita a análise do posicionamento do agente pequeno conforme seus interesses e poder em diversos campos específicos, em concorrência com outros agentes, explicitando sua ambiguidade. Por fim, a noção de habitus vai facilitar a interação analítica entre o processo de institucionalização do pequeno a sua ideologização através das práticas instituídas para e nos agentes. Com sua formulação sobre poder e capital simbólico é possível interpretar os discursos em voga no processo de institucionalização e de operação ideológica do pequeno.

Thompson (1995) com sua proposta de “*interpretação da ideologia*” possibilita a análise do modo operatório da ideologia – legitimador, dissimulador e/ou reificador – através do uso de estratégias de construção de formas simbólicas como a racionalização, eufemização e/ou naturalização.

Esta proposta atenta a um aspecto central às nossas preocupações ao propor um conceito de ideologia para se referir às formas como “*o sentido (significado) serve, em circunstâncias particulares, para estabelecer e sustentar relações de dominação*”, o que exige investigar “*as maneiras como o sentido é construído e usado pelas formas simbólicas de vários tipos, desde as falas cotidianas até às imagens e aos textos complexos [e] os contextos sociais dentro dos quais essas formas simbólicas são empregadas e articuladas*”. Com isso se pode saber se e como “*o sentido é mobilizado pelas formas simbólicas em contextos específicos, para estabelecer e sustentar relações de dominação*” ou, em outros termos, se é ou não ideológico (Thompson, 1995, p.16). A interpretação da ideologia se apoia nas fases de análise sócio-histórica e formal ou discursiva “*com o objetivo de desmascarar o sentido que está a serviço do poder*” (Thompson, 1995, p.35).

O autor propõe um campo de análise sobre os modos operacionais da ideologia ligados à utilização de estratégias de construção simbólica, conforme mostrado na Figura 1 abaixo.

Importante frisar que tais modos não são os únicos meios de operação ideológica, que as associações propostas com determinadas estratégias simbólicas também não são únicas e, que tais associações não implicam necessariamente que estas estratégias sejam intrinsecamente ideológicas. Somente “*a análise cuidadosa das maneiras como as formas simbólicas se entrecruzam com relações de dominação em circunstâncias particulares e concretas*” poderá intentá-lo.

Modos Gerais	Algumas Estratégias Típicas de Construção Simbólica
Legitimação	Racionalização Universalização Narrativização
Dissimulação	Deslocamento Eufemização Tropo (sinédoque, metonímia e metáfora)
Unificação	Estandarização Simbolização da unidade
Fragmentação	Diferenciação Expurgo do outro
Reificação	Naturalização Eternalização Nominalização/passivização

Figura 1: Modos de operação da ideologia (Thompson, 1995, p.81)

A pertinência dessa abordagem está no cuidado com o processo de “*mediação da cultura moderna*” com o qual formas simbólicas mercantilizadas se tornam cada vez mais acessíveis a um número maior de receptores de forma que as experiências das pessoas tornam-se cada vez mais mediadas por esses sistemas técnicos de produção e transmissão simbólica. Tal preocupação relaciona-se com nosso objeto e com as circunstâncias com as quais ele é instituído, uma vez que a disseminação e publicização de conhecimento “*mediatizado*” são crescentes, conforme já mencionado anteriormente, e fazem parte das estratégias e dos objetivos assumidos, senão por todos os agentes, mas certamente pela agência de fomento outorgada pelo Estado.

A ideia de desenvolvimento de uma “*mediação da cultura moderna*” significa uma realidade onde “*a produção e recepção de formas simbólicas é sempre mais mediada por uma rede complexa, transnacional, de interesses institucionais*” o que permite perceber como a “*transmissão cultural das formas simbólicas*” através da “*comunicação de massa institui um corte fundamental entre produtor e receptor*”. Tal situação permite o desenvolvimento de novas situações onde sejam engendradas relações de dominação menos evidentes, administráveis e legítimas por “*meios técnicos*” e que desconectam o tempo e o local com as mensagens comunicadas, fazendo com que a mobilização do sentido tenha cada vez mais capacidade de transcender o contexto social dentro do qual as formas simbólicas são produzidas.

Vejamos por exemplo, tal operação ideológica a partir da interpretação de um texto de um dos mais destacados incentivadores do empreendedorismo no Brasil, o professor Fernando Dolabela em “*A urgência do empreendedorismo*” (2005). Sua argumentação parte de um juízo produzido por outrem (portanto imparcial) a respeito de uma situação problemática (no caso do país, ou seja, geral) de alcance histórico, sugerindo as bases da missão a cargo do empreendedorismo.

Nesse percurso argumentativo geralmente a figura do Estado aparece como o ente responsável que nos [indivíduos] entorpece à ação e que nos [a sociedade] levou (historicamente) àquela situação, para então propor mudar tal situação nós mesmos e do nosso próprio jeito! Basta que cada um de nós deseje, queira e projete, pelo sonho e pela libertação da natureza de cada um [como qualidade natural] o empreendedorismo!

Observando criticamente (?) que “*a prevalência da construção do social em relação ao individual deve ser um dos fundamentos da construção da ética empreendedora*”, ao mesmo tempo em que “*a vontade da coletividade, ou o sonho coletivo, irá conformar, alimentar, acolher e apoiar a motivação e capacidade empreendedora individual*”, posto que “*o empreendedorismo não é uma panacéia*” (Dolabela, 2005).

Desse modo, não obstante tudo o que se divulga e alardeia sobre o empreendedor e a pequena empresa, a dimensão ideológica acerca destes se evidencia a partir da não consideração/ocultação (do silêncio) presente em boa parte da literatura acadêmica dos limites estruturais dessa empresa de pequeno porte, das condições de sua inserção nas relações intercapitalistas no Brasil e, principalmente de sua funcionalidade sistêmica ao processo de acumulação capitalista em virtude da condição retardatária do mesmo, bem como por conta dos processos de reestruturação produtiva ainda em curso.

Por sua vez, o Estado tendo na política pública a forma de ação político-administrativa através da qual se legitima é um dos principais apoiadores da ideia em parceria com a agência de fomento que, no caso do Brasil é o SEBRAE. Transfere-se assim, do Estado para o indivíduo a responsabilidade de constituir as condições para sua reprodução, o que em última análise seria de fato de sua alçada, mas além disso, “*impõe-se*” como violência simbólica orientações funcionais ao processo incessante de autonomização do capital em relação aos demais fatores de produção (Cypriano, 2004).

6. Conclusão

A intenção do texto não é negar a ação empreendedora e muito menos o fomento à pequena produção, mas levantar a crítica evidenciando a necessidade de reflexão crítica sobre o fenômeno e da busca de formulações alternativas para o mesmo. Em relação ao empreendedorismo vale dizer que, nos tempos atuais nunca foi tão pertinente valorizar a discussão entre estrutura e ação, assim como sobre a construção política de solidariedades e da ação coletiva.

A pequena empresa competitiva capitaneada pelo empreendedor conforme vem sendo postulada por essa ampla rede de agentes, evidentemente só pode ser uma específica, configurada em um determinado tempo-espaco, em setores dinâmicos da economia. Mesmo nesses setores, é fundamental inquirir sobre os efeitos sociais que a estratégia usada pelos cientistas em atendimento aos objetivos impressos nas políticas de ciência e tecnologia e inovação já vem gerando (Lacey, 2011, 2014).

Pretender que qualquer pequena empresa funcione conforme se vem estimulando trata-se de um equívoco, tanto teórico quanto estratégico e o ensino do empreendedorismo como vem sendo feito e desejado, uma irresponsabilidade científica e ética.

Persistir na ideologização da pequena empresa e seu empreendedor equivale admitir que os discursos instituintes a respeito da questão da competência diferenciada, da perseverança a despeito das dificuldades e do heroísmo diante dos riscos atribuídos ao empreendedor submetido à ordem natural das coisas no mundo, se assemelharia em muito ao último parágrafo do conto de Voltaire “*Cândido ou o otimismo*” que, assim, bem poderia ser transcrito como a visão, a missão e o destino do empreendedor, segundo a retórica em voga atualmente.

Todos os acontecimentos - dizia às vezes Pangloss a Cândido - estão devidamente encadeados no melhor dos mundos possíveis; pois, afinal, se não tivesses sido expulso de um lindo castelo, a pontapés no traseiro, por amor da senhorita Cunegundes, se a Inquisição não te houvesse apanhado, se não tivesses percorrido a América a pé, se não tivesses mergulhado a espada no barão, se não tivesses perdido todos os teus carneiros da boa terra do Eldorado, não estarias aqui agora comendo doce de cidra e pistache.

- Tudo isso está muito bem dito - respondeu Cândido, - mas devemos cultivar nosso jardim.

7. Bibliografia

- Acs, Z. J. & Audretsch, D. B. (1988). Innovation in small and large firms: an empirical analysis. *The American Economic Review*, Pittsburgh, 78 (4), p.678-690.
- Acs, Z. J. & Audretsch, D. B. (2001). *The emergence of entrepreneurial society*. In: International Award for Entrepreneurship and Small Business Research, Stockholm. Consultado em Março, 2002, em http://business.ubalt.edu/hot/Acs_Paper.html
- Acs, Z. J. & Phillips, R. J. (2002). Entrepreneurship and Philanthropy in American Capitalism. *Small Business Economics*, New York, 19 (3), p.189-204. Consultado em Março, 2002, em <http://journals.kluweronline.com/issn/0921-898X/contents>
- Anglund, S. M. (1988). How American Core Values Influence Public Policy: Lessons From Federal Aid to Small Business, 1953-1993. *Governance*, Malden, Ma., 11 (1), p. 23-50.
- Arrighi, G. (1996). *O longo século XX*. São Paulo: Ed. UNESP.
- Becattini, G. (Org.). (1987). *Mercato e forze locali: il distretto industriale*. Bologna: Il Mulino.
- Bittar, F.S.O, Bastos, L.T. & Moreira, V.L. (2014). Reflexões sobre o empreendedorismo: uma análise crítica na perspectiva da economia das organizações. *Rev. Adm. UFSM*, Santa Maria, 7 (1), p. 65-80.
- Blackford, M.G. (2001). Review of Sandra M. Anglund "Small Business Policy and the American Creed. *Economic History Services*, Winston-Salem. Consultado em Março, 2004, em <http://www.eh.net/bookreviews/library/0359.shtml>
- Boltanski, L. & Chiapello, E. (2009) *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Ed. Martins Fontes.
- Bourdieu, P. (1990). *Coisas ditas*. São Paulo: Ed. Brasiliense.
- Bourdieu, P. (1996). *Razões práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Ed. Papyrus.
- Bourdieu, P. (1998). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil.
- Bourdieu, P. (2002). *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Ed. Zouk.
- Carland, J. W., Hoy, F. & Carland, J. C. (1988). "Who is a entrepreneur?" Is a question worth asking. *American Journal of Small Business*, Baltimore, 12 (4), p.33-39.
- Costa, S. & Ternus, F. (2012). *A pejetização e a precarização das relações de trabalho no Brasil e a relação dos princípios da proteção e da primazia da realidade no direito do trabalho*. Anais eletrônicos do III Simpósio Internacional de Direito: dimensões materiais e eficaciais dos direitos fundamentais, .2 (2), p.193-216. Consultado em Julho, 2015, em <http://editora.unoesc.edu.br/index.php/simposiointernacionaldedireito>
- Cypriano, C.A.C. Pequena empresa, desenvolvimento social e a ação institucionalizadora do SEBRAE. . (Tese Doutorado, Universidade Federal da Bahia - UFBA). Consultado em Março, 2015, em <http://www.adm.ufba.br/pt-br/publicacao/pequena-empresa-desenvolvimento-social-acao-intitucionalizadora-sebrae>
- Damião, D. R. R., Santos, D.F.L. & Oliveira, L.J. (2013). A ideologia do empreendedorismo no Brasil sob a perspectiva econômica e jurídica. *Ciências Sociais Aplicadas em Revista, Unioeste/MCR*, 13 (25), p. 191 a 207.
- Dias, V.T. & Wetzel, U. (2010). Empreendedorismo como ideologia: análise do enfoque da revista Exame em dez anos de publicação (1990-99). *Revista de Ciências Humanas*, Florianópolis, 44 (1) p. 97-118.
- Dolabela, F. (2005). *A urgência do empreendedorismo*. Informativo Starta. Consultado em Junho, 2015, em <http://www.starta.com.br/informe/14/artigodolabela.asp>
- Douglas, M. (1998). *Como as instituições pensam*. São Paulo: EDUSP.
- Eagleton, T. (1997). *Ideologia: Uma introdução*. São Paulo: Ed. UNESP/Ed. Boitempo.
- Fernandes, F. (1981). *Capitalismo dependente e classes sociais na América Latina*. Rio de Janeiro: Zahar Eds.
- Fernandes, F. (1987). *A revolução burguesa no Brasil: ensaio de interpretação sociológica*. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is a entrepreneur?" Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, Baltimore, 12 (4), p.11-32.
- Grey, C. (2004). O fetiche da mudança. *RAE*, São Paulo, 44 (1), p. 10-25.
- Guerra, J. F. C. & Teodósio, A. S. S. (2014). Pedagogia empreendedora: uma crítica à luz das invenções do cotidiano. *Farol – Revista de Estudos Organizacionais e Sociedade*, Belo Horizonte, (2), p. 417-453.

- Kopelke, A. L. (2015). *Limitações epistemológicas do ensino do empreendedorismo*. Anais do V Colóquio internacional de epistemologia e sociologia da ciência da administração. Florianópolis (SC). Consultado em Junho, 2015, em <http://coloquioepistemologia.com.br/site/wp-content/uploads/2015/03/ADE1421523495.pdf>
- Lacey, H. (2011) A imparcialidade da ciência e a responsabilidade dos cientistas. *Scientiæ Studia*, São Paulo, 9 (3), p. 487-500.
- Lacey, H. (2014). Scientific research, technological innovation and the agenda of social justice, democratic participation and sustainability. *Scientiæ Studia*, São Paulo, 12, special issue, p. 37-55.
- Langlois, R. N. (1987). *Schumpeter and the obsolescence of the entrepreneur*. Paper presented at the History of Economics Society Annual Meeting, Boston. Consultado em Abril, 2003, em <http://www.ucc.uconn.edu/~langlois/index.html>
- Leite, E. S. & Melo, N.M. (2008). Uma nova noção de empresário: a naturalização do “empreendedor”. *Revista de Sociologia e Política*, Curitiba, 16 (31), p.35-47
- Marshall, A. (1982). *Princípios de economia: tratado introdutório*. São Paulo: Abril Cultural, v.1 e 2.
- Mills, C. W. (1979). *A nova classe média (White Collar)*. Rio de Janeiro: Zahar Eds.
- Montaño, C. E. (1999). *Microempresa na era da globalização: uma abordagem histórico-crítica*. São Paulo: Cortez.
- Negri, A. (1999). O empresário político. In: Cocco, G., Urani, A. & Galvão, A. P. (Org.). *Empresários e empregos nos novos territórios produtivos: o caso da terceira Itália*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Parsons, T. (1961). An outline of the social system. In: Parsons, T et al. (Eds.) *Theories of Society: foundations of modern sociological theory*. New York: Mac Millan, v.1, p.30-79.
- Pastore, J. (2005) *Contratação como pessoa jurídica*. O Estado de São Paulo, 29/11/2005. Consultado em Junho, 2015, em http://www.josepastore.com.br/artigos/rt/rt_120.htm
- Paula, A. P. P & Rodrigues, M.A. (2006). Pedagogia crítica no ensino da administração: desafios e possibilidades. *RAE*, 46, ed. especial Minas Gerais, p.10-22.
- Paula, J. A., Cerqueira, H. E. A. G. & Albuquerque, E. M. (2000). *Teoria econômica, empresários e metamorfoses na empresa industrial*. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar. (Texto para discussão, n.133).
- Perrin, F. (2015). Professora da USP levou oito meses para abrir um negócio que fechou em nove. Folha de São Paulo, Cad. Mercado, 21/06/2015. Consultado em Junho, 2015, em <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/06/1645146-professora-da-usp-levou-oito-meses-para-abrir-negocio-que-fechou-em-nove.shtml>
- Piore, M. J. & Sabel, C. F. (1984). *The second industrial divide: possibilities for prosperity*. New York: Basic Books.
- Prado Jr., C. (1999). *Formação do Brasil contemporâneo: colônia*. 23. ed. São Paulo: Brasiliense.
- Sabino, G. T. (2010). *Empreendedorismo: reflexões críticas sobre o conceito no Brasil*. Rede de Estudos do Trabalho. Anais do VII Seminário do Trabalho da UNESP. Consultado em Junho, 2015, em http://www.estudosdotrabalho.org/anais-vii-7-seminario-trabalho-ret-2010/Geruza_Tome_Sabino_Empreendedorismo_reflexes_criticas_sobre_o_conceito_no_Brasil.pdf
- Sampaio Jr., P. A. (1999). *Entre a nação e a barbárie: os dilemas do capitalismo dependente*. Petrópolis: Ed. Vozes.
- Saraiva, L. A. S. (2011). A educação superior em administração no Brasil e a questão da emancipação: um túnel no fim da luz? *Revista Gestão e Planejamento*, Salvador, 12 (1), p. 41-60.
- Schumpeter, J. A. (1958). Alfred Marshall. In: Schumpeter, J. A. *Dez grandes economistas*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, p.94-110.
- Schumpeter, J. A. (1982). *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico*. São Paulo: Abril Cultural. (Os Economistas).
- Schumpeter, J. A. (1984). *Capitalismo, socialismo e democracia*. Rio de Janeiro: Zahar Ed.

- Soeiro, J. (2012). *O espírito do capitalismo*. Esquerda.net, Opinião, 15/12/2012. Consultado em Julho, 2015, em <http://www.esquerda.net/opiniaio/o-esp%C3%ADrito-do-empreededorismo/25914>
- Soeiro, J. (2015). *A Mocidade Empreendedora, ou o Professor Karamba vai à escola*. Expresso, 08/05/2015. Consultado em Julho, 2015, em <http://expresso.sapo.pt/blogues/2015-05-08-A-Mocidade-Empreendedora-ou-o-Professor-Karamba-vai-a-escola>
- Steindl, J. (1990). *Pequeno e grande capital: problemas econômicos do tamanho das empresas*. São Paulo: Hucitec/Ed. UNICAMP.
- Tavares, M. C. (1983). *Da substituição de impositões ao capitalismo financeiro: ensaios sobre economia brasileira*. 11. ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- Thompson, J. B. (1995). *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Ed. Vozes.
- Verga, E. e Silva, L.F.S. (2014). *Empreendedorismo: Evolução Histórica, Definições e Abordagens*. Trabalho apresentado no VIII Encontro de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas empresas. ANEPEPE, Goiânia. Consultado em Julho, 2015, em <http://www.egepe.org.br/anais/tema05/186.pdf>
- Villela, F. (2012). *Maior parte das empresas sem empregados fecha portas antes de três anos de atividade*. Agência Brasil, 27/08/2012. Consultado em Julho, 2015, em <http://memoria.etc.com.br/agenciabrasil/noticia/2012-08-27/maior-parte-das-empresas-sem-empregados-fecha-portas-antes-de-tres-anos-de-atividade>