

## **Imagens do Empreendedorismo: Uso de Metáforas para a Pesquisa sobre o Fenômeno Empreendedor**

**MOZAR JOSE DE BRITO**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

**ALEX FERNANDO BORGES**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA (UFU)

Agradecimento à orgão de fomento:

Os autores agradecem ao CNPq e à FAPEMIG

# Imagens do Empreendedorismo: Uso de Metáforas para a Pesquisa sobre o Fenômeno Empreendedor

## 1. Introdução

O conhecimento sobre metáforas vem sendo construído ao longo da história da humanidade. Com efeito, diversos escritos revelam que este fenômeno discursivo foi foco de análise da filologia e, mais tarde, da filosofia grega. Na contemporaneidade, podemos encontrar uma quantidade significativa de livros e artigos científicos que abordam este fenômeno sóciocognitivo sob a lente de múltiplas disciplinas, como a filosofia, antropologia, sociologia da cultura, linguística, educação, ciências políticas, economia, ciências da computação, comunicação social, administração, entre outras.

Para Vereza (2010), os cientistas criam e usam metáforas ontológicas e conceituais para construir um gênero discursivo especializado que descreva, esclareça e explique os fenômenos científicos de maneira metafórica. Além de promover o entendimento do discurso científico, as metáforas podem também contribuir para a tradução e popularização do conhecimento sobre qualquer tema de interesse acadêmico. Estas reflexões são inspiradoras para se pensar o discurso como os *lôcus* das metáforas, sem, contudo, abandonar os aspectos cognitivos inerentes às mesmas. Esta imbricação revela a interdependência entre cognição e discurso. Assim sendo, as dimensões sociocognitivas e linguísticas se fundem para dar origem a figuratividade, entre outras formas de produção de sentidos (Vereza, 2010).

No campo da administração, o livro *Imagens das Organizações*, publicado em 1986 por Gareth Morgan, é considerado um marco histórico para os estudos sobre metáforas. Neste livro seminal, o referido autor partiu do pressuposto de que as teorias e as explicações geradas neste campo de conhecimento incorporam diferentes metáforas que expressam os diferentes modos de pensar, teorizar e praticar a gestão. Para Morgan (2010), as metáforas estão presentes em diferentes concepções ontológicas, teorias e conceitos veiculados por diferentes gêneros discursivos que são próprios da administração. Elas imprimem um modo de pensar e observar os fenômenos sociais, o que permite incluir a sua exploração particular no campo de estudos em empreendedorismo (Clark & Holt, 2017; Cruz, Hamilton, & Jack, 2020; Lundmark, Krzeminska, & Shepherd, 2019).

A noção do discurso como *lôcus* da metáfora pode ser vista como uma chave cognitiva para decifrar e interpretar os textos científicos sobre empreendedorismo, que são semioticamente estruturados para caracterizar um gênero discursivo. Logo, neste artigo, apresentamos uma revisão não-sistemática da produção científica sobre metáforas aplicadas aos estudos do empreendedorismo. Trata-se de um trabalho teórico que busca explorar algumas possibilidades de utilização de metáforas para a pesquisa sobre o fenômeno empreendedor. Para tanto, procuramos particularizar, nesta leitura, as metáforas do empreendedorismo como processo, do empreendedorismo como prática, e do empreendedorismo como rede, assim como discutimos algumas implicações dessas metáforas para a pesquisa sobre o referido fenômeno.

Para compor o corpus de análise, procuramos priorizar textos acadêmicos que expressassem metaforicamente a articulação entre elementos teóricos oriundos do campo do empreendedorismo. Além disso, partimos da premissa de que as metáforas de estão inseridas em uma ordem discursiva que potencializa a emergência destas e outras metáforas. Assim, a abordagem adotada neste artigo foi interpretativa ou hermenêutica, explorando um conjunto de artigos que incorporam discursivamente as três metáforas acima mencionadas que problematizam o empreendedorismo e emprestam ao leitor uma lente de análise multifocal relevante para o entendimento deste fenômeno.

## 2. Metáforas: gênese, conceitos e desdobramentos teóricos

A palavra metáfora – derivada do grego *μεταφορά*, resultante da junção entre os vocábulos *metha* (sobre) e *pherem* (transposição) – foi empregada por Aristóteles, um dos filósofos que deram início ao seu estudo como modo de pensar e ser dos humanos. Aristóteles pensava a metáfora como “a transposição do nome de uma coisa para outra, transposição do gênero para a espécie ou da espécie para o gênero, ou de uma espécie para outra, por via de analogia” (Aristóteles, 1959, p. 312). Esta concepção clássica, que foi objeto de reflexões, críticas e pesquisas, deu origem a diversas ontologias e desdobramentos teóricos sobre as metáforas (Carvalho, Brito, Brito, & Paiva, 2015).

Geralmente, as metáforas são definidas como uma maneira de pensar, construir e expressar um conceito (destino) fundamentado em outro (origem) relacionado aos domínios linguísticos e de conhecimentos (Andriessen & Gubbins, 2009). Ao conceberem as metáforas como um modo de pensar e ser, estes autores defendem que as metáforas são produtos da interação entre os domínios da origem e do destino. Este posicionamento ontológico relacional tem contribuído para desconstrução da concepção reducionista de metáforas enquanto vetores da transposição unidirecional de sentidos entre os referidos domínios. Em outros termos, estes autores defendem uma visão relacional do processo de transposição de sentidos como socialmente construído e reconstruído por meio de jogos de linguagem.

As metáforas podem também serem vistas como expressões que moldam e são moldadas pelo contexto sócio histórico em que elas estão sendo construídas. Portanto, elas carregam consigo traços culturais compartilhados, visão de mundo, concepções ontológicas, formulações teóricas e metonímias que lhes constituem e dão origem aos coletivos de pensamento científico (Cornelissen, 2004; Morgan, 2016; Schoeneborn, Vasquez, & Cornelissen, 2016). Assim, as metáforas estão presentes nas práticas discursivas, incluindo aquelas que dão origem aos textos acadêmicos produzidos por pesquisadores de diferentes áreas do conhecimento.

Destaque-se que a teoria da metáfora conceitual formulada por Lakoff e Johnson (2008) também assume que as metáforas são formas de pensamento que não podem ser reduzidas à cognição em si mesmo, pois elas se manifestam por meio da linguagem enquanto vetor de transposição relacional de sentidos. Na visão de Steen (2011), o foco neste processo cognitivo de transposição limitou a produção de compreensão mais profunda sobre os mapeamentos entre domínios da estrutura conceitual e das abordagens teóricas. Este autor afirma que o forte viés cognitivo-científico da linguagem e do pensamento evitou que a dimensão comunicativa fosse considerada pela teoria conceitual das metáforas. Trata-se, de acordo com o autor, de um enfoque que privilegiou a linguística cognitiva para explicar a metáfora em uso.

Para superar esta limitação, Steen (2011) e Steen (2008) propõem a abordagem tridimensional de análise das metáforas em termos do pensamento, da linguagem e comunicação sob uma perspectiva integrativa. Além de incorporar a dimensão comunicativa e a noção de linguagem em uso, os autores fazem uma distinção conceitual entre metáfora deliberada e não deliberada. Ao ser criada, a metáfora deliberada expressa de forma propositiva a intenção de reorientar a perspectiva de sentidos do leitor sobre o referente ou tópico enquanto alvo da metáfora. Ela imprime um movimento que induz o leitor a observá-la sob a ótica de domínio conceitual diferente que serve de referência conceitual (Steen, 2008). As metáforas deliberadas são mapeamentos ou referenciais conceituais que interconectam domínios diferentes. Elas incorporam a linguagem em uso que expressam a transposição de sentidos ou concepções de um domínio conceitual para o outro numa relação de interação. A linguagem em uso, ou seja, o discurso que não apenas influencia conceitos preexistentes, mas também os constitui em parte. Assim sentidos, as metáforas não podem ser vistas como conceitos estáveis e culturalmente entrenchados. Ao contrário, eles estão sempre sendo negociados, renegociados e reinventados no decorrer da interação social (Schröder, 2008).

A metáfora deliberada é uma estratégia discursiva relativamente consciente que visa a obtenção de efeitos retóricos particulares. É isso que distingue a metáfora deliberada de toda e qualquer metáfora não deliberada (Steen, 2008). Portanto, a metáfora não deliberada não possui as mesmas propriedades conceituais das metáforas deliberadas. Para Steen (2008), a metáfora não deliberada não envolve o processamento consciente da metáfora e pode ser que não haja mapeamentos inconsciente entre domínios. A metáfora não deliberada também não carrega consigo a intencionalidade que se expressa ou materializa nos textos e em outras práticas comunicativas. No entanto, nem todo uso intencional da linguagem metafórica é deliberado ou produz efeitos comunicativos e especialmente retóricos.

Steen (2017) acrescenta que o uso deliberado da metáfora é uma prática discursiva estratégica que o produtor constrói para alcançar uma finalidade discursiva que produz efeitos. Portanto, parece se razoável imaginar que as metáforas podem ser empregadas deliberadamente para cumprir diversas finalidades em diferentes textos e espaços comunicativos, a exemplo da produção de teorias e sua veiculação em periódicos científicos, formulação de conceitos, produção de textos de divulgação e popularização da ciência. Deste modo, quando são articuladas deliberadamente, as metáforas se manifestam na comunicação para cumprir um fim social enquanto representação metafórica oficial que pode ser emergente, ser socialmente construída e está presente em diferentes textos que retratam algum aspecto do mundo. Para Steen (2008; 2011; 2017), a produção e a veiculação de metáforas discursivas cumprem um papel relevante no processo de interação social e de cultural.

Ao discutir a aplicação das metáforas na geração de teorias administrativas, Morgan (2010) também reconhece a imbricação entre linguagem, cognição e comunicação. Para o autor, as metáforas imprimem uma dinâmica própria ao processo de produção de sentidos. Geralmente, novos conhecimentos e novas visões de mundo ou modos de pensar podem ser socialmente construídos na medida em que as metáforas são criadas e empregadas como forma de explicar a realidade. Morgan (2005) ressalta que os trabalhos de pesquisa realizados sobre metáforas têm contribuído para construção de ontologias científicas parte do processo criativo. Além de fazerem uso de uma linguagem metafórica para a construção desta visão de realidade e conceitos, os pesquisadores empregam as metáforas como recurso de linguístico, cognitivo e social para formular teorias e produzir explicações sobre diferentes problemas de pesquisa. Em outros termos, é “por meio de metáforas que, implícita ou explicitamente, estes pesquisadores desenvolvem suas estruturas de referência para análise” (Morgan, 2005, p. 63).

O potencial criativo da metáfora depende da existência de diferença significativa entre os domínios conceituais envolvidos no processo metafórico. Dependendo das circunstâncias discursivas e da visão de mundo em tela, a análise de metáforas poderá produzir observações e interpretações incompletas ou parciais. Cornelissen (2004) aponta que a análise metáforas não é algo trivial ou incondicional, pois a qualidade da teorização depende do potencial heurístico da metáfora em foco. Algumas especificidades das metáforas podem ser enfocadas e outras suprimidas. Isto é, o exame de uma metáfora envolve privilegiar algumas interpretações e ações e suprimir outras alternativas (Cornelissen, Kafouros, & Lock, 2005). Para minimizar os riscos associados à análise das metáforas, Cornelissen (2004) sugere que os pesquisadores ampliem o seu engajamento e façam uso da abstração de forma reflexiva e disciplinada.

Ao investigar como as metáforas são desenvolvidas e selecionadas ao longo do processo de pesquisa e teorização e pesquisa organizacional, Cornelissen, Kafouros & Lock (2005) buscaram evidências sobre como as metáforas têm sido aplicadas como um recurso analítico que agrega valor conceitual. Para tanto, os autores adotaram uma concepção construtiva da produção, compreensão e julgamento de metáforas, que partiu do pressuposto de que os julgamentos de aptidão e agregação de valor revelador e explicativo de uma metáfora são baseados na combinação relacional entre domínios conceituais alvo e fonte.

O estudo realizado por estes autores evidenciou seis modalidades de heurísticas que, quando combinadas, podem gerar explicações sobre como as metáforas são construídas e usadas na teoria administrativa: a heurística de integração; a heurística relacional; a heurística da conexão; a heurística da disponibilidade; a heurística da distância; e, a heurística da concretude (Cornelissen, Kafouros, & Lock, 2005). Essas heurísticas são procedimentos de avaliação intuitivos e sensíveis, da aptidão e do potencial metafórico interpretada. Este julgamento pode ser realizado por meio dos sentidos que as metáforas evocam. Mais especificamente, as heurísticas permitem que a relação entre conceitos traduzidos pelas metáforas seja desvendada, levando-se em consideração os domínios semânticos ou contextos mais amplos em que as metáforas estão inseridas (Cornelissen, Kafouros, & Lock, 2005).

A dimensão subjetiva do processo de imaginação metafórica foi interpretada por Morgan (2005) como uma concepção livre e criativa. Essa concepção levou o autor a afirmar que as metáforas efetivas são uma forma de expressão criativa que se baseia na falsidade construtiva como um meio de liberação da imaginação. Essa interpretação é imperfeita, pois o processo de imaginação metafórica incorpora as seis heurísticas acima descritas. Portanto, por incorporarem regras e restrições, essas heurísticas condicionam o modo como as metáforas são selecionadas desenvolvidas e interpretadas. Além disso, essas heurísticas são procedimentos de avaliação e julgamento do potencial explicativo das metáforas por parte dos estudiosos interessados em desvendar as representações e os sentidos que as metáforas evocam (Cornelissen, Kafouros, & Lock, 2005). Cabe ao analista das metáforas fazer o seu julgamento para tornar o processo de interpretação mais rigoroso e transparente.

A interpretação das metáforas será sempre marcada pelas experiências passadas, hábitos cognitivos e preconceitos de pesquisadores ou pelo coletivo de pensamento a qual eles pertencem. Por isso, Cornelissen, Kafouros e Lock (2005) reconhecem que as heurísticas são relevantes e necessárias ao exercício da imaginação disciplinada que viabiliza a produção de imagem ou representação metafórica integrada, significativa e rica em termos de potencial explicativo. Na concepção dos autores, essas heurísticas podem ser usadas isoladamente ou de forma conjugada e em condições variados. Elas podem ser úteis para reorientar e ampliar o rigor necessário ao trabalho de teorização a partir da construção e interpretação das metáforas. Destaque-se que estas heurísticas também podem servir de referência para sistematizar e integrar e explicar o conhecimento existente. Contudo, a adoção de uma práxis reflexiva é uma condição indispensável para a aplicação mais consciente das heurísticas, de tal modo evitar os riscos inerentes ao processo de análise de metáforas.

Morgan (2016) também convida os pesquisadores a pensarem as metáforas em termos de seu potencial generativo. Para tanto, os pesquisadores devem reconhecer a relevância de *insights* e outras implicações geradas pela riqueza e poder elucidativo das metáforas, sem, contudo, esquecer dos efeitos discursivos que elas podem produzir sobre os pensamentos e ações deles derivados. Para o autor, este julgamento do poder generativo e elucidativo das metáforas poderá encorajar o desenvolvimento de abordagens teóricas inovadoras, abertas e voltadas para o futuro e incitar o uso da visão metafórica para catalisar enfoques que estimulem o pensamento e a imaginação de forma convergentes e divergentes. Essa abertura poderá contribuir para construção de aglomerados ou constelações de metáforas que permitam a análise de um mesmo fenômeno sob diferentes óticas inter-relacionadas.

O aceite deste convite ou filiação a este modo aberto de pensar e imaginar precisa estar consciente de que todas teorias em algum grau são povoadas de metáforas. Esta premissa implica em admitir que elas são marcadas pela subjetividade e pela produção de sentidos. Este reconhecimento encoraja a prudência, potencializa o espírito crítico e evita que os pesquisadores interpretem os conceitos e teorias a partir de meras descrições da realidade (Morgan, 2005). Assim, no próximo tópico será apresentada a trilha ou percurso de análise empregada para decifrar o empreendedorismo sob a lente de diferentes metáforas.

### 3. Ciclo hermenêutico como trilha analítica de metáforas sobre empreendedorismo

Neste artigo, optamos pela aplicação da hermenêutica como um recurso de análise interpretativa das metáforas sobre empreendedorismo. A origem da palavra hermenêutica está atrelada à noção de interpretação, em grego, *hermeneia*. Este termo abriga três sentidos que são incorporados pela noção de hermenêutica: o dizer ou expressar algo; o explicar ou esclarecer algo que envolve entendimento prévio e está inserido em um contexto; e o traduzir ou mediar concepções diferentes (Gilhus, 2016).

O desenvolvimento da hermenêutica recebeu contribuições relevantes de filósofos, a exemplo de Heidegger (2012), Gadamer (2007), Schleiermacher (2005), e Ricoeur (1978), entre outros autores que estavam interessados em novos modos de pensar os fenômenos sociais. Estas contribuições colocaram a hermenêutica no epicentro do debate filosófico no âmbito das ciências humanas e sociais. Cada um a seu modo, esses pensadores criticaram o atomismo lógico inerente à visão positivista de se fazer ciência, incluindo a concepção da linguagem como representação. Esta abordagem filosófica abriga concepções ontológicas sobre a natureza da interpretação, o papel do interprete e as premissas epistemológicas que orientam a interpretação (Gilhus 2016). Para estes autores, a hermenêutica envolve a leitura e releitura, interpretação e compreensão do texto. O uso deste método requer: o deslocamento alternado da leitura entre as partes e o todo do texto; entre sua estrutura e o sentido; entre o horizonte do analista e do texto, entre o texto e seu contexto.

Para explicar este movimento necessário à prática da hermenêutica, estes autores fazem recorrer à concepção de círculo hermenêutico discutido por: i) Heidegger (2012) que estava interessado em construir um pensamento próprio sobre as concepções ontológicas sobre a realidade, a natureza da natureza humana e de suas relações com a linguagem como fundamento para a interpretação e compreensão do mundo; ii) Gadamer (2007), que concebeu a interpretação e compreensão como uma experiência hermenêutica histórica mediada pela linguagem e pela construção da conversa e do diálogo. Para este filósofo, os significados residem no sistema de linguagem inserido em um contexto histórico e nele permanece e de transformam; e Schleiermacher (2005), que reconheceu o papel do intérprete e das interconexões entre as palavras como parte do círculo hermenêutico. Para este último autor, há um entendimento prévio oriundo de uma rede de significações compartilhadas que serve de ponto de partida para o processo de leitura, releitura e interpretação.

Para Gilhus (2016), a abordagem hermenêutica é metaforicamente caracterizada como dialógica, pois pressupõe um intercâmbio contínuo entre o pesquisador e os textos. Com base nessa perspectiva, a noção de círculo hermenêutico foi apropriada para esclarecer como o conhecimento prévio do teor de um ou mais textos podem ser continuamente modificados por uma série de leituras, releituras e interpretações, que vão adicionando camadas de sentidos e de compreensão num processo sucessivo. Esta premissa implica em admitir que toda e qualquer interpretação será sempre provisória (Gilhus, 2016).

Para capturar e interpretar das metáforas a partir de textos acadêmicos sobre o empreendedorismo enquanto fenômeno social, buscamos desenvolver uma trilha analítica que foi inspirada pelas premissas incorporadas à lógica analítica inerente ao círculo hermenêutico. Para fins de esclarecimento, dividiu esta trilha analítica de metáforas em quatro etapas.

Na primeira etapa do círculo hermenêutico, a partir de um entendimento prévio construído sobre o escopo da pesquisa, realizou-se uma pesquisa bibliográfica em periódicos internacionais relevantes que veiculam artigos sobre empreendedorismo. Para tanto, definiu-se que *a priori* deveríamos buscar artigos que abordassem o processo empreendedor, as práticas empreendedoras e formação de redes empreendedoras. Esse levantamento gerou um conjunto amplo de artigos, que foram posteriormente triados com base nos seguintes critérios qualitativos: relevância do artigo, reputação do autores, densidade e qualidade da

fundamentação teórica, e contribuições do artigo para entendimento das metáforas e de suas implicações. O recorte temático, a experiência de pesquisa, o conhecimento prévio sobre o tema e adoção dos critérios de seleção foram fundamentais para a delimitação do escopo qualitativo que deu origem a este artigo. Assim, foi construído o *corpus* de análise e interpretação textual.

A segunda etapa envolveu a primeira leitura dos artigos que foram selecionados na primeira fase. Esta leitura inicial teve por objetivo produzir um entendimento geral do conjunto de textos selecionados, sem, contudo, fazer uma imersão profunda dos seus conteúdos. Neste momento, procuramos compreender a trajetória dos autores e construir um entendimento geral dos textos. Este entendimento superficial permitiu o agrupamento dos textos em torno das temáticas acima mencionadas e a sua compreensão. A longo da leitura, observamos também em que “medida” os autores faziam uso da linguagem metafórica para explicar o processo de empreendedorismo, sem, contudo, particularizar as metáforas. Para codificar e agrupar os textos, utilizamos o *software* MXQDA que possui diferentes recursos digitais que facilitam o processo de organização de uma base de dados textuais. Registra-se que, sem o conhecimento prévio sobre o tema empreendedorismo, essa tarefa teria sido mais árdua.

Na terceira etapa, realizou-se uma leitura densa e em profundidade dos artigos selecionados. Procurou-se cadenciar esta prática, de tal modo, que pudesse ter um esclarecimento mais aprofundado do conjunto dos textos que foram lidos por três vezes cada um. Para tanto, procurou-se examinar detalhadamente cada uma das seções dos artigos para entender e estabelecer um diálogo com autores sobre o fluxo dos argumentos contidos ao longo do texto. Para cada uma das partes, subpartes do artigo foram extraídas as ideias e argumentações dos autores. Também foram registrados, por meio do *software* MXQDA, comentários ou interpretações sobre os pressupostos ontológicos e epistemológicos, os conceitos e outros elementos do diálogo ou da intertextualidade construídas a partir da citação de outros autores ao longo do texto. Além de possibilitar uma leitura minuciosa, crítica e reflexiva, este procedimento interpretativo permitiu a construção de esboços analíticos sobre cada um dos artigos científicos e das partes que lhes constituem. Assim, ao modificarem o entendimento construído inicialmente pela primeira leitura, as duas leituras posteriores de cada texto ampliaram os horizontes hermenêuticos da análise e enriqueceram as interpretações de primeira ordem produzidas a partir da relação entre os elementos textuais e contexto e justificativas narradas pelos autores dos artigos (Gilhus, 2016).

Na quarta etapa, nos dedicamos à interpretação do conjunto dos textos sob a lente da teoria das metáforas. Para promover a interpretação integrada dos textos, procuramos estabelecer um diálogo entre os textos que foram interpretados na etapa anterior. Trata-se daquilo que Gadamer (2006) designou de fusão de horizontes, ou seja, a integração de diferentes interpretações dos textos, que quando reunidos em um diálogo, deram origem aos entendimentos compartilhados sobre três metáforas sobre o empreendedorismo. Este movimento analítico-interpretativo foi construído a partir da apropriação da hermenêutica como método, da formulação de um quadro teórico sobre metáforas (Steen, 2008; 2017), das experiências e engajamento dos autores com o trabalho de interpretação das metáforas em foco. Esta escolha permitiu uma aproximação com a teoria do empreendedorismo, bem como viabilizou a análise comparativa entre domínios constitutivos das metáforas.

Destaque-se que estas etapas acima descritas estão interconectadas entre si, ou seja, elas integram o círculo hermenêutico que foi aplicado para desvendar três metáforas sobre o fenômeno social do empreendedorismo. Evidentemente, a discussão sobre análises metafóricas no plano mais amplo da pesquisa sobre o fenômeno empreendedor não é e pode ser restrita a um número específico de metáforas. Não obstante, procuramos nos ater às metáforas analisadas a seguir, de modo a compor uma visão introdutória das possibilidades de apreensão de metáforas na pesquisa em empreendedorismo, assim contribuindo para a constituição desse debate no campo de estudos em nível nacional.

## 4. Empreendedorismo em perspectivas metafóricas e suas implicações

O objetivo desta seção consiste exatamente em explorar algumas metáforas sobre empreendedorismo e suas implicações. Trata-se de um movimento devidamente informado nas articulações teóricas anteriormente apresentadas sobre metáforas no âmbito das ciências humanas e sociais e dos estudos organizacionais, e sobre o círculo hermenêutico como trilha teórico-metodológica para a análise metafórica, que permitiu a delimitação das metáforas aqui caracterizadas como: empreendedorismo como processo; empreendedorismo como prática; e empreendedorismo como redes.

### 4.1. Empreendedorismo como processo e seus desdobramentos

O vocábulo “processo”, derivado do Latin *processos*, é carregado de múltiplos sentidos dependendo da cultura do grupo em que ele está sendo expressado ou comunicado. O processo pode ser visto como um conjunto de procedimentos para realizar alguma atividade, uma ação continuada que permite a criação e transformação social, uma visão de mundo que concebe a realidade como um fluxo de transformação marcado por uma relação entre permanência e mudança. Estas múltiplas concepções ontológicas revelam que a noção de processo envolve a transposição de sentidos de uma palavra ou expressão para outra, ou seja, a construção de metáforas que incorporaram premissas ontológicas sobre o processo.

No âmbito da filosofia do processo de Whitehead e da teoria do processo de Bateson, os processos são comumente entendidos como uma série de ações, procedimentos ou atividades executadas continuamente ao longo do tempo, de modo a produzir, desenvolver ou abordar uma mudança direcionada a algum fim (Demir & Lychnell, 2015). Para estes autores, a origem desta metáfora está atrelada a uma estrutura filosófica que se fundamenta em três premissas básicas que expressam a natureza do processo, ou seja, a causalidade, a temporalidade e a espacialidade.

A noção de causalidade incorporada à metáfora do processo afasta-se da noção de causa e efeito próprio das ontologias positivistas, na medida em que há o reconhecimento das interações entre as partes e todo e da casualidade mútua entre as atividades e eventos constitutivos do processo. A causalidade é, ontologicamente, concebida como relacional e deve traduzida na forma de inovação ou diferenciação do processo. Além de compreender que a causalidade figura nas relações entre atividades, será necessário que os pesquisadores centrem o foco de análise de diversos tipos de eventos que interagem entre si e dão origem à causalidade mútua ou circular. Em outros termos, esta compreensão evita que se tenha uma visão reducionista sobre os eventos e constitutivos dos processos que nunca serão lineares e unidirecionais (Demir & Lychnell, 2015).

A temporalidade também marca os acontecimentos, eventos, causas e consequências inerentes aos processos. O tempo pode ser visto como uma categoria relevante para a compreensão das propriedades identificadoras dos eventos. Além de possibilitar a distinção entre acontecimentos e eventos, a temporalidade pode contribuir para a evidência ou construção do conhecimento sobre a natureza e ritmo das interconexões entre eles. Contudo, o conhecimento não está vinculado ao tempo de atividade observável, mas o constitui dada a sua própria duração. Por conseguinte, não há durações máximas e nem durações mínimas. Há então uma causalidade circular entre tempo e evento constituído por atividades. Além disso, sem considerar o fluxo do tempo ou temporalidade, seria difícil compreender a potencialidade da ação inserida em espaços sócio históricos (Demir & Lychnell, 2015).

A espacialidade não pode ser reduzida ao conceito de espaço físico que abriga a natureza. No sentido metafórico, esta noção carrega consigo a ação, o movimento e a transformação. A espacialidade envolve lugares ou contextos habitados por processos que podem emergir ou serem construídos de forma deliberada. Nesse sentido, o espaço incorpora

arranjos materiais e atividades que os tornam reconhecíveis em quase todas as instâncias temporais de realização e observação. Esta concepção de espacialidade fornece uma lente ontológica que potencializa a observação e análise de processos sob uma perspectiva contextual. Assim sendo, os pesquisadores poderão explicar porque, como e quando os processos são criados, transformados e interrompidos. Além disso, a concepção espacial dos processos poderá contribuir para o entendimento do papel dos agentes neste processo de transformação (Demir & Lychnell, 2015).

Portanto, parece razoável pressupor que a pesquisa desenvolvida sob a ótica da metáfora do processo deva levar em consideração os eventos e as atividades constitutivos dos contextos micro e macrosociais em que as pessoas vivem, aprendem, criam e destroem negócios, descobrem e constroem oportunidades (Cornelissen, & Clark, 2010; Cruz, Hamilton, & Jack, 2020; Gaddefors, 2007), característica central da abordagem processual do empreendedorismo (Shane & Venkataraman, 2000). A descoberta e a criação de oportunidades foram retratadas por Alvarez e Barney (2007) por meio de duas metáforas – escalada e construção de montanhas – que são subjacentes ao pensamento acadêmico sobre o processo de empreendedorismo. Para discorrer sobre estas metáforas e qualificá-las, os autores recorreram a três pressupostos: suposições sobre a natureza dos objetivos humanos; suposições sobre a natureza dos indivíduos e; suposições sobre a natureza do contexto em que o processo de empreendedorismo ocorre.

Para Alvarez e Barney (2007), tanto a descoberta quanto a criação de oportunidades assumem que os objetivos dos empreendedores estão associados à sua exploração. Contudo, a natureza do processo de exploração pode variar de acordo com a percepção das circunstâncias e problemas cotidianos enfrentados pelos agentes. A descoberta de oportunidade fundamenta-se em uma concepção ontológica diferente daquela adotada pela teoria da criação. Nesta ótica, as oportunidades, assim como as montanhas, existem independentemente do conhecimento que se tem delas. Empiricamente, elas existem enquanto fenômenos reais e objetivos e independente das ações ou percepções dos empreendedores. As oportunidades são elementos constitutivos do contexto que podem ser descobertas e exploradas. A descoberta depende do posicionamento do empreendedor e da sua capacidade de agência. Nesta metáfora, os empreendedores vistos como agentes tem um papel limitado na exploração das oportunidades que são geradas por elementos contextuais ou exógenos ao referido processo. A ênfase de análise deve recair sobre os mecanismos e dispositivos contextuais que podem produzir causalidades circulares que afetam o processo empreendedor enquanto descoberta de oportunidades e a tomada de decisão inerente a essa descoberta. O contexto em que tomada de decisão relativa à exploração de oportunidades, vista como objetiva por natureza, é marcado por riscos. Contudo, os efeitos podem e devem ser mitigados por meio da aplicação de uma série de técnicas de coleta e análise de dados. Esta mitigação poderá contribuir para a compreensão dos riscos e a probabilidade de ocorrência dos possíveis resultados associados às oportunidades situadas no tempo e no espaço.

A metáfora da criação incorpora premissas ontológicas diferentes para explicar como os empreendedores moldam e exploram as oportunidades. Sob esta lente, as oportunidades de empreender são resultantes de construções sociais (Fletcher, 2006), portanto elas não existem de modo independente das percepções dos empreendedores. Na teoria da criação, os empreendedores não descobrem as montanhas, pois não há montanhas para serem descobertas. Estes agentes observam como os consumidores e os mercados respondem a suas ações. Sob esta ótica, os empreendedores são vistos como agentes ativos, sendo que suas ações são essenciais para a construção de novas oportunidades, isto é, eles mobilizam a sua capacidade de agência e para reflexão para construir as montanhas e exercitam continuamente a aprendizagem baseada na prática. Eles são os senhores do seu destino, embora isto não signifique que eles abandonem a leitura da realidade. Ao pensar e agir, os empreendedores podem criar novas oportunidades que poderiam não existir sem que as suas ações sejam bem-sucedidas (Alvarez & Barney, 2007).

A vertente da criação pressupõe que as ações relacionadas à construção de oportunidades podem ser, simultaneamente, emergentes (sem nenhum planejamento ou previsão consciente) e deliberadas ou inteligentes. Além disso, a criação de oportunidades depende do caminho trilhado pelo empreendedor, sendo que as decisões e escolhas iniciais podem, ao longo do tempo, afetar a configuração deste processo. Por esta razão, a aprendizagem e a construção do conhecimento têm uma relevância crucial na tomada de decisão inerente à construção e gestão das oportunidades em contextos de incertezas. Os contextos macro e micro sociais também são teorizados como construções sociais, ou seja, eles são constituídos por diferentes estruturas sociais e instituições que podem ser vistos como produto e produtores da própria dinâmica do empreendedorismo em sua totalidade. A leitura das contradições inerentes a este contexto e a compreensão das mudanças delas decorrentes também são fundamentais para reduzir o grau de incerteza próprio do processo de criação das oportunidades empreendedoras (Alvarez & Barney, 2007).

Por fim, a metáfora de empreendedorismo como processo oferece meios para colocar novas questões sobre a manifestação do fenômeno empreendedor, concentrando-se nos processos por meio dos quais o fluxo inerente a este fenômeno pode ser configurado e reconfigurado ao longo do tempo (Hjorth, Holt, & Steayaert, 2015). Essa mudança desafia nossas suposições sobre três conceitos elementares: causalidade, tempo e espaço. Mais especificamente, a metáfora do processo poderá contribuir para a construção de novas problematizações e formulações teóricas sobre por que e como o empreendedorismo é construído e reconstruído em movimento de fluxo e refluxo continuados. Para tanto, os pesquisadores de processos devem adotar a ontologia do “devir” que concebe a continuidade da mudança individual e social como resultante do processo transformacional (Moroz & Hindle, 2012). O posicionamento destes autores sinaliza que as diferentes modalidades de empreendedorismo podem ser observadas e analisadas como respostas formuladas por empreendedores às transformações econômicas, sociais, políticas culturais, materiais e administrativas constitutivas dos contextos macro e micro sociais em que ocorre a constituição do sujeito empreendedor, incluindo a sua visão de mundo, a identidade empreendedora e as suas competências.

## **4.2. Empreendedorismo como prática e suas implicações**

A noção de empreendedorismo como prática é emergente no campo de estudos sobre o fenômeno empreendedor (Borges, Lima, Brito, 2016; Champenois, Lefebvre, & Ronteau, 2020; Thompson & Byrne, 2020; Thompson, Verduijn, & Gartner, 2020). Esta metáfora conceitual criada por teóricos do empreendedorismo incorpora um conjunto de reflexões que estabelecem diálogos entre diferentes autores e fundamenta-se nas premissas da ontologia do lugar e nos fundamentos teóricos de diferentes abordagens.

Uma menção rápida desta concepção ontológica descrita por Schatzki (2005) poderá auxiliar na descrição e interpretação metafórica do empreendedorismo enquanto prática. Esta ontologia reconhece a existência de contextos que precisam ser acessados para que os fenômenos sociais sejam descritos e analisado a partir de sua historicidade. Para o autor, há várias ontologias que reconhecem que a vida está conectada ao contexto em que ela ocorre ou é vivida. Trata-se de um *lugar* em que os fenômenos sociais ocorrem ou fazem parte deles. Os lugares são arenas ou conjuntos mais amplos de fenômenos que fazem parte de um todo. A ontologia do lugar reconhece que a existência humana e os fenômenos sociais devem ser observados como parte de um contexto particular. A compreensão do contexto, portanto, é central na análise e explicação dos fenômenos sociais. Esta particularidade requer o reconhecimento das ordens e práticas discursivas, das estruturas, mecanismos e instituições como categorias de análise dos fenômenos sociais, a exemplo do empreendedorismo.

A emergência de diversas ontologias do lugar (ou contextualistas) deu origem a um movimento acadêmico que foi rotulado como “virada para a prática”. Ao incorporar diversos pressupostos filosóficos formulados por Husserl, Heidegger, Merleau-Ponty e Wittgenstein e abrir diversas concepções ontológicas e teóricas sobre a vida social (Dreyfus, Taylor, Bourdieu, Giddens, Garfinkel, Lyotard, Fairclough, Schatzki, entre outros), este movimento tem contribuído para a superação de dualismos na Teoria Social (Schatzki, 2001; 2005).

As teorias da prática: a) deslocam o seu foco de análise do comportamento ou da estrutura social para as práticas e suas interconexões; b) reconhecem a transitividade do processo de produção conhecimento e não buscam explicações generalistas sobre os fenômenos sociais que possam ser estatisticamente testadas e validadas; c) concebem a realidade como sendo uma constelação de práticas que relacionam entre si; d) colocam em evidência pensamentos, ideias e as razões indutoras das práticas; e) empregam diferentes categorias de análise que permitem a compreensão das interconexões entre movimentos corporais, atividades, objetos e artefatos, infraestruturas, ferramentas, hardware em seu uso, práticas discursivas, emoções e conhecimentos, entre outros; f) fazem uma distinção entre as práticas performativas e as práticas enquanto entidades localizadas no tempo e no espaço, bem como reconhecem a imbricação entre elas; g) defendem que as práticas podem ser reproduzidas e transformadas em decorrência da configuração de novos arranjos entre os elementos constitutivos das práticas; h) destacam a relevância do corpo e da mente humana na realização das práticas que são vista como inerentemente realizações coletivas que possuem uma trajetória, portanto uma historicidade (Reckwitz, 2002; Schatzki, 2001; 2005; Shove, Pantazar, & Watson, 2012).

As teorias da prática geraram um conjunto de pressupostos ontológicos e estruturas conceituais que foram inicialmente apropriados por pesquisadores área de administração e, mais recentemente, por aqueles estudiosos do empreendedorismo, entre outras áreas do conhecimento (Johannisson, 2011; Steyaert, 2007). Esta transposição contribuiu para criação de uma metáfora em que o empreendedorismo passou a ser explicado como fenômeno social constituído por um nexos de práticas constituídas por: um conjunto de saberes e dizeres que particularizam as interações relativas à prática empreendedora; regras formuladas que prescrevem e orientam como a atividade empreendedora deve ser realizada; estruturas teleoafetivas que envolvem propósitos ou arranjos de fins, os meios, os planos e projetos de ação empreendedora; arranjos materiais, corpos humanos, atividades mentais, atividades corporificadas e outros organismos e coisas (Schatzki, 2001; 2005). Assim, na tradição da prática, o empreendedorismo torna-se um fenômeno que se desdobra no tempo e no espaço e emerge em contextos ou lugares, que são também constituídos por outras modalidades de práticas, estruturas, mecanismos de poder e entidades (Thompson, Verduijn, & Gartner, 2020).

A metáfora do empreendedorismo como prática também empresta aos pesquisadores uma nova lente teórica que lhes permitem conceber, analisar explicar e comparar a dinâmica do emaranhado de práticas empreendedoras. Em outros termos, este novo olhar possibilita a investigação e análise das práticas empreendedoras em termos da sua circularidade, intercruzamentos, sobreposições, continuidade, persistência, interrupção e desaparecimento das práticas (Shove, Pantazar, & Watson, 2012; Nicolini, 2017). Além disso, destacam Thompson, Verduijn e Gartner (2020), a concepção do empreendedorismo como prática incorpora uma nova visão sobre a natureza e uso da linguagem. Ela deixa de ser vista como uma representação e passa ser vista como um elemento constitutivo da prática que produz efeitos sobre a ação empreendedora. Este modo de pensar reforça o caráter relacional, material e mutável das práticas constitutivas do empreendedorismo que são interconectadas por natureza a diferentes práticas que integram o contexto sócio histórico. Assim sendo, o empreendedorismo pode ser observado como um nexos de relações sociomateriais, um conjunto de atividades sócio históricas interacionadas que se reproduzem e se transformam ao longo do tempo (Champenois, Lefebvre, & Ronteau, 2020; Johannisson, 2011).

Este modo de pensar metaforicamente o empreendedorismo poderá produzir uma série de novos entendimentos e implicações para a geração de novos conhecimentos. A primeira implicação diz respeito ao risco do uso e abuso desta concepção ontológica sem preconizar as suas premissas ontológicas, epistemológicas e metodológicas. A virada para prática requer o abandono de concepções ontológicas, conceitos e terminologias próprias das abordagens ancoradas nos fundamentos das ontologias individualistas e realistas. Será necessário também reconhecer que a vida empreendedora é permeada por umnexo de práticas e que este conjunto está inserido em lugar ou contextos igualmente constituídos por diferentes práticas. Para Thompson, Verduijn e Gartner (2020), a adoção da abordagem da prática requer o reconhecimento das inter-relações entre o nexopráticas e as ordens sociais mais duradouros (mercados, cultura, instituições) e a observação do caráter relacional da agência enquanto um esforço incorporado e improvisado pela inteligibilidade. Além disso, as teorias da prática contribuem para a descrição densa das práticas constitutivas do empreendedorismo, possibilitando delineamentos teóricos e a produção de explicações sobre como estas práticas emergem, são perpetuadas, interrompidas ou transformadas ao longo do tempo.

Ao revisarem a literatura sobre empreendedorismo como prática, Champenois, Lefebvre, & Ronteau (2020) apresentaram um conjunto de proposições, destacando o que esta abordagem ou metáfora conceitual tem gerado e poderá gerar explicações mais qualificadas sobre este fenômeno, bem como contribuir para a compreensão da relação entre estrutura, práticas e agência inerente à ação empreendedora. Na primeira proposição, há o reconhecimento de que os estudos sobre empreendedorismo como prática centram seus esforços analíticos em um conjunto restrito e específico de práticas e suas conexões, geralmente modalidades de práticas cotidianas. Para superar esta restrição, os autores sugerem que os pesquisadores explorem um conjunto de práticas e seus arranjos sócios materiais, enfatizem os seus dizeres, bem como explorem a mutabilidade e o caráter relacional das práticas constitutivas do empreendedorismo enquanto fenômeno social. Para tanto, recomenda-se que as conexões entre as práticas cotidianas e as práticas estruturais sejam exploradas pelos pesquisadores. Ao apresentarem a sua segunda proposição, Champenois, Lefebvre, & Ronteau (2020) estimulam a ampliação do número de pesquisas que abordem a dualidade do nexosocial do empreendedorismo (estrutura, práticas e agência). Para tanto, eles advertem que as práticas devem ser tomadas como unidade de análise de tal modo que o empreendedorismo seja abordado como um fenômeno social que envolve interconexões, materialidade e mutabilidade.

Na terceira proposição, foi evidenciada a necessidade de aprimorar o processo de teorização e generalização teórica dos resultados da pesquisa. Na visão dos autores, a adoção de ontologias contextualistas ou do lugar e das teorias da prática pode contribuir para que o rigor e a relevância dos estudos sobre empreendedorismo. Para isso, será necessário que pesquisadores façam inserções e estejam no lugar em que empreendedorismo acontece ou está sendo realizado. Na quarta proposição, a metáfora da pratica é tomada como uma estrutura conceitual adequada para investigação e construção de perspectiva de análise do empreendedorismo como prática coletiva. Este chamado leva em consideração que as práticas, além de estarem enraizadas em entendimentos coletivos, são realizadas coletivamente. Para tanto, sugere-se o deslocamento da pesquisa para outros contextos ou lugares em que empreendedores e não empreendedores contribuem para a realização das práticas ou para o empreender. Na quinta proposição, Champenois, Lefebvre, & Ronteau (2020) defendem o desenvolvimento de metodológicas inovadoras que possam ser aplicadas no âmbito dos estudos do empreendedorismo como pratica.

Em síntese, a metáfora acima descrita não representa somente um modo de interpretar o empreendedorismo como um nexopráticas ou uma forma de conceber este fenômeno social. Ela pode auxiliar a criação de estruturas conceituais que podem produzir efeitos sobre o modo como as práticas empreendedoras podem ser produzidas, organizadas e transformadas.

### 4.3. Empreendedorismo como rede e seus desdobramentos

A noção de rede tem sido aplicada para explicar o empreendedorismo (Korsgaard, 2011; Murdock & Varnes, 2017). Trata-se de uma noção polissêmica carregada por múltiplos sentidos e, portanto, objeto de múltiplas interpretações ou concepções metafóricas que permitem reconstrução da historicidade dos pensamentos e ações relacionadas ao empreendedorismo.

A metáfora da rede tem contribuído para a geração de metáforas conceituais e ontológicas, a exemplo da teoria do ator-rede formulada por Bruno Latour (2005). Para o autor, a rede não é um espaço vazio ou entidade estável ou fixa que possa ser reduzida a um único ator ou a uma rede única. Este arranjo é constituído por múltiplas agregações de seres humanos e coisas. Para explicar esta interconexão entre atores humanos e não humanos foi cunhado, no âmbito da metáfora da rede, o termo *actante*. Diferente da noção de ator aplicada em outras teorias sociais, este conceito se refere a todo e qualquer imbricação entre seres e coisas que produz efeitos sobre as interconexões que dão origem às múltiplas redes constitutivas da realidade. Assim, os humanos e não humanos, por mais diferentes que sejam entre si, possuem o mesmo *status* ontológico. Além de conferir uma paridade entre natureza e sociedade, esta proposição de Latour (2005) permite o reconhecimento das diferenças, das tensões e das negociações entre os coletivos. Para o autor, as redes são constituídas por coletivos de humanos e não humanos interconectados que lhes dão vida e as colocam em movimento. Estes coletivos em rede são discursivos e materiais. Portanto, eles são históricos, carregado de narrativas, dotados de sentimento e povoados por actantes e conhecimentos, entre outros elementos.

A metáfora do ator-rede empresta aos analistas uma lente que lhes permitem compreender como as coisas, pessoas e ideias se conectam para dar origem a uma rede que se acopla ou estão inseridas em outras, de forma contínua, e complexa. Assim, a análise deve enfatizar o trabalho realizado para a formação e renovação das redes e explicar porque e como os actantes agem e produzem efeitos sobre a rede, ou seja, busca-se compreender como a capacidade de agência e o poder dos actantes que exercem um papel mediador que colocam a rede em movimento. Nesta tarefa, o analista deve evitar antropomorfizar os seres inanimados (não humanos), colocando em evidência a interação entre eles e os humanos e incluindo as relações de poder enquanto elementos constitutivos de uma multiplicidade de coletivos.

Para explicar este movimento em rede, Latour (2005) recorre ao conceito de *translação*, que se refere a trocas multidirecionais, construção coletiva de conhecimento e práticas inovadoras que modificam a dinâmica da rede, um movimento que localiza eventos e acontecimentos no tempo e no espaço. Latour (2005) afirma que os efeitos relacionais são recursivamente gerados e reproduzidos a partir de táticas e práticas de *translação*, a exemplo daquelas que integram o padrão de estratégias de *translação* delineado por Callon (1986): i) construir uma problematização que tem por objetivo dialogar, debater e apresentar soluções para os reais problemas vivenciados pelos coletivos constitutivos da rede; ii) reconhecer os interesses como mecanismos de mediação das relações de reciprocidade; iii) estruturar um processo de inscrição, visando o alinhamento e a coordenação entre os coletivos constitutivos da rede; iv) organizar um processo de mobilização que estabeleça o diálogo na rede. Estas táticas podem ser retratadas por meio de narrativas sobre o processo de emergência da rede, da inserção do ator-rede, da natureza da cadeia de eventos e das circunstâncias históricas e contextuais que dão origem aos movimentos de *translação* (Gherardi & Nicolini, 2005).

Quando aplicada à pesquisa sobre empreendedorismo, a metáfora do ator-rede promove aberturas e flexibilidade analítica que convida os pesquisadores a pensarem o empreendedorismo como um fenômeno relacional e performativo. A análise desta metáfora pode produzir explicações sobre como as atividades ou ações empreendedoras são ordenadas em rede e como essas ordenações são executadas ou colocadas em prática e como elas são modificadas e renovadas ao longo do tempo. O caráter holográfico, relacional, performativo da

teoria ator-rede imprime um novo olhar ou transforma o modo de conceber o fenômeno social (Gherardi & Nicolini, 2005), evitando que o analista tome o empreendedor e suas características como unidade de análise central. Assim, desloca-se o foco de análise para as relações e a performance que dão origem e sustentação à ação empreendedora em rede.

O reconhecimento e o entendimento da imbricação entre humanos e não humanos, preconizado por esta visão metafórica, incorpora uma linguagem única para explicar a construção de identidades e entidades, a multiplicidade e sociomaterialidade inerente à ação empreendedora, incluindo a descoberta e a criação de oportunidades (Korsgaard, 2011). Para estes autores, esta metáfora facilita a produção de descrições mais densas sobre a abordagem da descoberta de oportunidades empreendedoras. Uma leitura do fluxo da descoberta, sob a ótica da metáfora da rede, poderá ampliar o entendimento da cognição e da agência individual formulado pelos seguidores desta linha de pesquisa (Gaddefors, 2007; Korsgaard, 2011).

Em outros termos, para Korsgaard (2011), a metáfora da rede incorpora a noção de agência coletiva ou distribuída para explicar a descoberta, avaliação e exploração das oportunidades empreendedoras como um produto de múltiplas translações. Sob esta ótica, para o autor, a identificação e exploração de oportunidades de negócio pode ser observada como um processo criativo sucessivo que desdobra ao longo relações e interações entre actantes participantes da rede empreendedora. Além disso, parece ser razoável pensar a descoberta e a criação de oportunidade como um nexos que emerge e se transforma na medida em novas transações são realizadas, reorganizadas e, até mesmo, interrompidas.

A adoção da metáfora de rede também traz implicações para a observação e elucidação da dinâmica da criação das oportunidades enquanto um fenômeno construído ou edificado coletivamente por empreendedores. Além de incorporar a noção de agência distribuída ao processo de criação de oportunidades, a metáfora do ator-rede poderá ser aplicada para elucidar como coletivos de empreendedores são edificados e transformados e quais são os efeitos da ação coletiva sobre a configuração da rede ao longo do tempo. Para tanto, a metáfora do ator-rede subscreve uma ontologia do devir (Steyaert, 2007; Korsgaard, 2011) para explicar como a criação e descobertas de oportunidades são realizadas, como mercados e seus desdobramentos são ordenados e organizados em termos de sua sociomaterialidade, multiplicidade e complexidade. Esta metáfora flerta com algumas premissas ontológicas construcionistas (Aldrich & Martinez, 2010; Fletcher 2006; Lindgren & Packendorff, 2009) e crítico-realistas (Alvarez *et al.*, 2014; Blundell, 2007; Mole, 2012) para a pesquisa em empreendedorismo, que ganharam terreno recentemente no campo.

## **5. Considerações finais**

Neste artigo, objetivamos apresentar uma revisão não-sistemática da produção científica sobre metáforas aplicadas aos estudos do empreendedorismo. Para tanto, procuramos elaborar uma discussão que possibilitou a problematização de algumas alternativas de utilização de metáforas no âmbito da investigação sobre o fenômeno empreendedor.

Com base nessa premissa, procuramos particularizar, nesta leitura, as metáforas do empreendedorismo como processo, do empreendedorismo como prática, e do empreendedorismo como rede, assim como discutimos algumas implicações dessas metáforas para a pesquisa sobre o referido fenômeno. Em termos gerais, acreditamos que essa trilha analítica-interpretativa possui o potencial para contribuir para: i) ilustrar o potencial do uso das metáforas aqui articuladas na investigação em empreendedorismo. ii) explorar as implicações das metáforas construídas por diferentes pesquisadores para viabilizar a sua aplicação em pesquisas; iii) evidenciar a relevância da análise das metáforas como instrumento pedagógico para o ensino do empreendedorismo; iv) promover o entendimento compartilhado sobre a relevância da relação entre pensamento, linguagem e ação empreendedora.

Ressaltamos que a leitura aqui apresentada constitui um conjunto delimitado de metáforas conceituais (processo, prática e rede) que apresentam elevado poder explicativo de algumas questões relevantes para o avanço do conhecimento do sobre empreendedorismo, mas que não esgota o debate sobre o tema e tampouco explora toda a multiplicidade de perspectivas metafóricas passíveis de análise no plano mais amplo da pesquisa sobre o fenômeno empreendedor. Neste sentido, as proposições aqui discutidas podem auxiliar os pesquisadores na busca por alguns cenários específicos de investigação, explorando questões de pesquisa como, por exemplo: Porque e como as instituições, estruturas e práticas sociais moldam o nexo de processos e práticas constitutivos do fenômeno empreendedor? Porque e como as práticas empreendedoras são criadas e promulgadas? Como os processos e as práticas empreendedoras evoluem ao longo do tempo? Qual o efeito da imbricação sociomaterial para reorganização das práticas empreendedoras? Porque e como as práticas são reconfiguradas? Qual o papel da agência e da estrutura neste processo? Como as práticas empreendedoras delimitam a construção de processos de descoberta e/ou criação e exploração de oportunidades? Como o processo empreendedor se insere em uma perspectiva ator-rede? Como a criação e/ou a descoberta de oportunidades configura e reconfigura o debate mais amplo sobre empreendedorismo?

Portanto, concluímos que a análise metafórica do empreendedorismo, cada uma em sua perspectiva, permite a visualização de elementos intrínsecos à manifestação do fenômeno empreendedor em um modo mais compreensivo, denso, rico e aprofundado do que aquele vislumbrado por outras estratégias ontológicas, teóricas e metodológicas. Isso é possível em função do caráter reflexivo e crítico que cada metáfora pode assumir ao problematizar a ação empreendedora, particularizando entidades como o indivíduo empreendedor, a organização, e o contexto, por um lado, e construções como os processos, as práticas, e as redes, por outro. Com isso, agregamos à literatura nacional sobre empreendedorismo ao inserir no debate o uso de metáforas em pesquisas e desenvolvimentos teóricos da área, de modo a, no limite, caminhar rumo à constituição metafórica de “imagens do empreendedorismo”.

## 6. Referências

- Aldrich, H. E., & Martinez, M. A. (2010). Entrepreneurship as social construction: a multilevel evolutionary approach. In Z. J. Acs, Z. J. & D. B. Audretsch (Eds.). *Handbook of Entrepreneurship Research: an interdisciplinary survey and Introduction*. (Vol. 1, chap. 15, pp. 359-399). Dordrecht: Springer.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11-26.
- Alvarez, S. A., Barney, J. B., McBride, R., & Wuebker, R. (2014). Realism in the study of entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 39(2), 227-231.
- Andriessen, A., & Gubbins, C. (2009). Metaphor analysis as an approach for exploring theoretical concepts: the case of social capital. *Organization Studies*, 30(8), 845-863.
- Aristóteles, A. (1959). *Arte retórica e arte poética*. São Paulo: Difusão Europeia do Livro.
- Blundel, R. (2007). Critical realism: a suitable vehicle for entrepreneurship research. In: H. Neergaard & J. P. Uhløi (Orgs.). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. (Vol. 1, chap. 2, pp. 49-74). Cheltenham: E. Elgar.
- Borges, A. F., Brito, M. J., & Lima, J. B. (2016). *Entrepreneurship: concebendo o fenômeno do empreendedorismo como uma prática*. (2016, setembro). *Anais do Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 40.
- Callon, M. (1986). Some elements of a sociology of translation. In J. Law, (Ed.). *Power, action & belief: a new sociology of knowledge?* (Vol. 1, chap. 7, pp. 196-223). London: Routledge.

- Carvalho, F. A. P., Brito, V. G. P., Brito, M. J., & Paiva, A. L. Expressões metafóricas sobre carreira: perspectivas e procedimentos de análise. *Revista Brasileira de Orientação Profissional*, 16(2), 219-229.
- Champanois, C., Lefebvre, V., & Ronteau, S. (2020). Entrepreneurship as practice: systematic literature review of a nascent field. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(3-4), 281-312.
- Clark, J., & Holt, R. (2017). Imagery of ad-venture: understanding entrepreneurial identity through metaphor and drawing. *Journal of Business Venturing*, 32(5), 476-797.
- Cornelissen, J. P. (2004). 'What are we playing at? Theatre, organization and the use of metaphor'. *Organization Studies*. 25(5), 705-726.
- Cornelissen, J. P. (2006). Metaphor and the dynamics of knowledge in organization theory. *Journal of Management Studies*, 43(4), 683-709.
- Cornelissen, J. P., & Clark, J. S. (2010). Imagining and Rationalizing Opportunities: inductive reasoning and the creation and justification of new ventures. *Academy of Management Review*, 35(4), 539-557.
- Cornelissen, J. P., Kafouros, M., & Lock, A. R. (2005). Metaphorical images of organization: how organizational researchers develop and select organizational metaphors. *Human Relations*, 58(12), 1545-1578.
- Cruz, A. D., Hamilton, E., & Jack, S. L. (2020). Understanding entrepreneurial opportunities through metaphors. *Entrepreneurship & Regional Development*, in press.
- Demir, R., & Lychnell, L.-O. (2015). Mangling the process: a meta-theoretical account of process theorizing. *Qualitative Research*, 15(1), 85-104.
- Fletcher, D. (2006). Entrepreneurial processes and the social construction of opportunity. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(5), 421-440.
- Gadamer, H.-G. (2007). *Hermenêutica em retrospectiva*. 2. Ed. Petrópolis, Vozes.
- Gaddefors, J. (2007). Metaphor use in the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(3), 173-193.
- Gherardi, S., & Nicolini, D. (2005). Actor-Networks: ecology and entrepreneurs. In B. Czarniawska & T. Hernes (Eds.). *Actor-network theory and organizing*. (Vol. 1, chap. 13, pp. 285-306). Copenhagen: Liber.
- Gilhus, I. S. (2016). Hermenêutica. *Revista de Estudos da Religião*, 16(2), 145-156.
- Heidegger, M. (2012). *Ser e Tempo*. Campinas, SP: Editora da Unicamp.
- Hjorth, D., Holt, R., & Steyaert, C. (2015). Entrepreneurship and process studies. *International Small Business Journal*, 33(6), 599-611.
- Johannisson, B. (2011). Towards a practice theory of entrepreneuring. *Small Business Economics*, 36(2), 135-15.
- Korsgaard, S. (2011). Entrepreneurship as translation: understanding entrepreneurial opportunities through actor-network theory. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(7-8), 661-680.
- Lakoff, G., & Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: an introduction to actor-network-theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Lindgren, M., & Packendorff, J. (2009). Social constructionism and entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(1), 25-47.
- Lundmark, E., Krzeminska, A., Shepherd, D. A. (2019). Images of Entrepreneurship: Exploring root metaphors and Expanding upon them. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 138-170.
- Mole, K. (2012). Critical realism and entrepreneurship. In: K. Mole, & M. Ram (Eds.). *Perspectives in entrepreneurship: a critical approach*. (Vol. 1, chap. 10, pp. 137-148). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Morgan, G. (2005). Paradigmas, Metáforas e Resolução de Quebra-cabeças na Teoria das Organizações. *Revista de Administração de Empresas*, 45(1), 58-71.
- Morgan, G. (2010). *Imagens da organização*. São Paulo: Atlas.
- Morgan, G. (2016). Commentary: Beyond Morgan's eight metaphors. *Human Relations*, 69(4), 1029-1042.
- Moroz, P. W., & Hindle, K. (2012). Entrepreneurship as a process: toward harmonizing multiple perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 781-818.
- Murdock, K. A., & Varnes, C. J. (2017). Beyond effectuation: analyzing the transformation of business ideas into ventures using actor-network theory. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 256-272.
- Nicolini D. (2017). Practice theory as a package of theory, method and vocabulary: affordances and limitations. In M. Jonas., B. Littig, & A. Wroblewski (Eds). *Methodological reflections on practice oriented theories*. (Vol 1, chap. 2, pp. 19-34). Cham: Springer.
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263.
- Ricoeur, P. (1978). *O conflito das interpretações: ensaios de hermenêutica*. Rio de Janeiro: Imago.
- Schatzki, T. R. (2001). Introduction: practice theory. In: T. R. Schatzki, K. Knorr-Cetina, & E. von Savigny (Eds.). *The Practice Turn in Contemporary Theory*. (Vol 1, chap. 1, pp. 10-23). London: Routledge.
- Schatzki, T. R. (2005). Peripheral vision: the sites of organizations. *Organization Studies* 26(3), 465-484.
- Schleiermacher, F. D. E. (2005). *Hermenêutica e crítica: com um anexo de textos de Schleiermacher sobre filosofia da linguagem*. Ijuí, RS: Unijuí.
- Schoeneborn, D., Vasquez, C., & Cornelissen, J. (2016). Imagining organization through metaphor and metonymy. *Human Relations*, 69(4), 915-944.
- Schröder, U. A. (2008). Da teoria cognitiva a uma teoria mais dinâmica, cultural e sociocognitiva da metáfora. *Alfa*, 52(1), 39-56.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shove, E., Pantazar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamics of social practice: everyday life and how it changes*. London: Sage.
- Steen, G. (2008). The paradox of metaphor: why we need a three-dimensional model of metaphor. *Metaphor and Symbol*, 23(4), 213-241.
- Steen, G. (2011). From three dimensions to five steps: the value of deliberate metaphor. *Metaphorik.de*, 11(21), 83-110.
- Steen, G. (2017). Deliberate metaphor theory: basic assumptions, main tenets, urgent issues. *Intercultural Pragmatics*, 14(1), 1-24.
- Steyaert, C. (2007). 'Entrepreneurship' as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(6), 453-477.
- Thompson, N. A., & Byrne, O. (2020). Advancing entrepreneurship as practice: previous developments and future possibilities. In W. B. Gartner & B. T. Teague. (Orgs.). *Research Handbook on Entrepreneurial Behavior, Practice and Process*. (Vol. 1, chap. 3, pp. 30-55). Cheltenham: E. Elgar.
- Thompson, N. A., Verduijn, K., & Gartner, W. B. (2020). Entrepreneurship-as-practice: grounding contemporary theories of practice into entrepreneurship studies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(3-4), 247-256.
- Vereza, S. C. (2010). O lócus da metáfora: Linguagem, Pensamento e discurso. *Cadernos de Letras da UFF*, 41(2), 199-212.