

Mozar José de Brito

Universidade Federal de Lavras
(Minas Gerais, MG, Brasil)
Email: mozarbrito@gmail.com
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9891-9688>

Alex Fernando Borges

Universidade Federal de Uberlândia
(Minas Gerais, MG, Brasil)
Email: alexfborges@gmail.com
ORCID : <https://orcid.org/0000-0001-7269-5196>

Imagens do Empreendedorismo: uso de Metáforas na
Pesquisa Sobre o Fenômeno Empreendedor

Images of Entrepreneurship: Metaphors in the Research of
Entrepreneurial Phenomenon

RESUMO

Neste artigo, exploramos algumas metáforas aplicadas ao estudo do empreendedorismo. Para compor o corpus de análise, procurou-se priorizar textos acadêmicos que expressassem metaforicamente a articulação entre elementos teóricos oriundos do campo. Diante disso, foi possível particularizar, nesta leitura, as metáforas do empreendedorismo como processo, como prática e como rede, discutindo algumas implicações dessas abordagens para a pesquisa sobre o referido fenômeno. Para tanto, foram utilizados 38 textos como base para o percurso analítico percorrido para a apreensão das expressões metafóricas abordadas. Concluiu-se que o caráter reflexivo e crítico que as metáforas assumem pode contribuir para a problematização da 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 empreendedoras, por outro. Busca-se, assim, estabelecer um caminho teórico-metodológico para trilhar em direção à constituição metafórica de “imagens do empreendedorismo”.

Palavras-Chave: metáforas do empreendedorismo, empreendedorismo como processo, empreendedorismo como prática, empreendedorismo como rede.

ABSTRACT

In this paper, we explored some metaphors applied to the study and research of entrepreneurship. To do so, we prioritize papers that developed entrepreneurship metaphors and applied them to the understanding of entrepreneurship theoretical approaches. In this paper, we explored three entrepreneurial metaphors: entrepreneurship as a process; as a practice; and as a network. For this purpose, 38 texts were used as a basis for the analytical path taken to apprehend the metaphorical expressions addressed. Furthermore, we discussed some implications of these metaphorical approaches to entrepreneurship research. Thus, we conclude that the reflexive, critical feature that each metaphor assume may contribute to the understanding of entrepreneurial actions related to entities such as the entrepreneur, the business, and the context, in one hand, and to theoretical constructs such as processes, practices, and networks, on the other hand, thus leading the way to the metaphorical constitution of “images of entrepreneurship”.

Keywords: entrepreneurship metaphors, entrepreneurship as process, entrepreneurship as practice, entrepreneurship as network.

Universidade Federal do Espírito Santo - UFES

Endereço

Av. Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras
29.075-910, Vitória-ES
gestaoeconexoes@gmail.com
gestaoeconexoes@ccje.ufes.br
<http://www.periodicos.ufes.br/ppgadm>

Coordenação

Programa de Pós-Graduação em
Administração (PPGADM/CCJE/UFES)

Recebido em: 11/11/2021
Aceito em: 18/04/2022
Publicado em: 02/05/2022

Introdução

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

Para Vereza (2010), os cientistas criam e utilizam metáforas ontológicas e conceituais para construir um gênero discursivo especializado que descreva, esclareça e explique os fenômenos científicos de maneira metafórica. Essas reflexões são inspiradoras para se pensar o discurso como os lócus das metáforas, sem, contudo, abandonar os aspectos cognitivos que lhes são inerentes. Esta imbricação revela a interdependência entre cognição e discurso. Assim sendo, as dimensões sociocognitivas e linguísticas se fundem para dar origem à 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 autor partiu do pressuposto de que as teorias e as explicações geradas neste campo de conhecimento incorporam diferentes metáforas que expressam os 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).

O empreendedorismo é delimitado conceitualmente, no contexto do presente trabalho, como um fenômeno que pode contemplar tanto a criação de novos negócios por parte de indivíduos e ou coletivos de empreendedores, a criação/descoberta de oportunidades empreendedoras, bem como o desenvolvimento e a introdução de inovações em produtos, processos e atividades de organizações já existentes, repercutindo assim em termos econômicos e sociais mais amplos (Borges, Lima, & Brito, 2017; Gartner, 2012; Shane & Venkataraman, 2000). Nesse sentido, as metáforas podem ser vistas 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, apresenta-se uma revisão não sistemática da produção científica sobre metáforas aplicadas aos estudos do empreendedorismo. Trata-se de um trabalho teórico em que se busca explorar algumas possibilidades de utilização de metáforas para a pesquisa sobre o fenômeno empreendedor. Para tanto, procurou-se particularizar, nesta leitura, as metáforas do empreendedorismo como processo, como prática e como rede, assim como discutiram-se algumas implicações dessas metáforas para a pesquisa sobre o referido fenômeno. Este recorte foi motivado pelo alinhamento ontológico existente entre as teorias de metáforas e as abordagens do empreendedorismo anteriormente destacadas.

Para compor o corpus de análise, priorizaram-se textos acadêmicos que expressassem metaforicamente a articulação entre elementos teóricos oriundos do

campo do empreendedorismo. Além disso, partiu-se da premissa de que as metáforas estão inseridas em uma ordem discursiva que potencializa a emergência destas e de outras metáforas. Assim, buscou-se explorar, neste trabalho, um conjunto de artigos que incorporam discursivamente as três metáforas mencionadas, que problematizam o empreendedorismo e emprestam uma lente de análise multifocal relevante para o entendimento desse fenômeno.

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 estudo do modo de pensar e de 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).

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). Elas também são vistas como expressões que moldam e são moldadas pelo contexto sócio-histórico em que estão sendo construídas, carregando consigo traços culturais compartilhados, visão de mundo, concepções ontológicas, formulações teóricas e metonímias que as constituem (Morgan, 2016; Schoeneborn, Vasquez, & Cornelissen, 2016). Assim, as metáforas estão presentes nas práticas discursivas, incluindo as que dão origem aos textos acadêmicos produzidos em diferentes áreas do conhecimento.

Steen (2008; 2011) faz uma distinção conceitual entre metáfora deliberada e não deliberada. A metáfora deliberada expressa de forma propositiva a intenção de reorientar a perspectiva de sentidos do leitor sobre a referência ou o tópico alvo da metáfora. Ela imprime um movimento que induz o leitor a observá-la sob a ótica de domínio conceitual diferente daquele que serve como referência conceitual (Steen, 2008). As metáforas deliberadas são mapeamentos ou referenciais conceituais que interconectam domínios diferentes, isto é, elas incorporam a linguagem em uso e expressam a transposição de sentidos ou das concepções de um domínio conceitual para outro, numa relação de interação. Assim, as metáforas não podem ser vistas como conceitos estáveis e culturalmente entrincheirados, mas que 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 à obtenção de efeitos retóricos particulares. É isso que distingue a metáfora deliberada de toda e qualquer metáfora não deliberada (Steen, 2008). Para Steen (2008), a metáfora não deliberada não envolve o processamento consciente da metáfora e pode ser que não haja mapeamentos inconscientes entre domínios. A metáfora não deliberada também não carrega consigo a intencionalidade que se expressa ou se 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 inerente a uma ordem de discurso que produz efeitos.

Portanto, parece ser 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, da formulação e da explicação de conceitos, e da produção de textos de divulgação e popularização da ciência. Desse modo, as metáforas se manifestam na comunicação para cumprir um fim social, como representação que pode ser emergente e socialmente construída para explicar a realidade.

Ao discutir a aplicação das metáforas na geração de teorias administrativas, Morgan (2010) reconhece a imbricação entre linguagem, cognição e comunicação. Segundo o autor, além de fazerem uso de uma linguagem metafórica para a construção dessa visão de realidade e conceitos, os pesquisadores empregam as metáforas como recurso 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).

Ao investigar como as metáforas são desenvolvidas e selecionadas ao longo do processo de teorização e de pesquisa organizacional, Cornelissen, Kafouros & Lock (2005) buscaram evidências sobre como elas têm sido aplicadas como um recurso analítico que agrega valor conceitual. O estudo evidenciou seis modalidades de heurísticas que, quando combinadas, podem gerar explicações sobre como as metáforas são construídas e utilizadas na teoria administrativa. São elas a de integração, a relacional, a da conexão, a da disponibilidade, a da distância e a da concretude. As heurísticas são procedimentos de interpretação e avaliação intuitivos e sensíveis da aptidão e do potencial metafórico produzidos socialmente. 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 mencionadas. Portanto, por incorporarem regras e restrições, essas heurísticas condicionam o modo como as metáforas são selecionadas, desenvolvidas e interpretadas, e, além disso, elas são procedimentos de avaliação e julgamento do potencial explicativo das metáforas (Cornelissen, Kafouros, & Lock, 2005), cabendo ao analista das metáforas fazer o seu julgamento para tornar o processo de interpretação mais rigoroso e transparente.

Cornelissen (2004) aponta que a análise de metáforas não é algo trivial ou incondicional, pois a qualidade da teorização depende do potencial heurístico da metáfora em questão. A interpretação das metáforas será sempre marcada pelas experiências passadas, pelos hábitos cognitivos e pelos preconceitos de pesquisadores ou do coletivo de pensamento ao 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 a representação metafórica integrada, significativa e rica em termos de potencial explicativo. Na concepção dos autores, essas heurísticas podem ser utilizadas isoladamente ou de forma conjugada e em condições variadas. Elas

podem ser úteis para reorientar e ampliar o rigor necessário ao trabalho de teorização a partir da construção e da interpretação das metáforas. Destaque-se que essas 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 modo a 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, eles devem reconhecer a relevância de insights e de outras implicações geradas pela riqueza e poder elucidativo das metáforas, sem, contudo, esquecer dos efeitos discursivos que elas podem produzir sobre os pensamentos e as 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 convergente e divergente. Essa abertura poderá contribuir para a 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 esse modo aberto de pensar e imaginar precisa estar consciente de que todas as 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 as teorias a partir de meras descrições da realidade (Morgan, 2005). Assim, no próximo tópico apresenta-se a trilha, ou percurso, de análise empregada para decifrar o empreendedorismo sob a lente de diferentes metáforas.

Ciclo hermenêutico como trilha analítica para a análise das metáforas sobre empreendedorismo

Neste artigo, optou-se 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, que são 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).

A hermenêutica, como abordagem filosófica, abriga concepções ontológicas sobre a natureza da interpretação, o papel do intérprete e as premissas epistemológicas que orientam a interpretação (Gilhus 2016). Assim, a hermenêutica envolve a leitura e a releitura, a interpretação e a compreensão do texto. O uso desse método requer o deslocamento alternado da leitura entre as partes e o todo do texto, entre a sua estrutura e o sentido, entre o horizonte do analista e o do texto, e entre o texto e seu contexto. Para explicar esse movimento necessário à prática da hermenêutica, autores como Heidegger (2012), Gadamer (2007) e Schleiermacher (2005) recorrem à concepção de círculo hermenêutico. Trata-se de um entendimento prévio, oriundo de uma rede de significações compartilhadas, que serve de ponto de partida para o processo de leitura, releitura e interpretação de textos e comunicações.

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 pode ser continuamente modificado 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 metáforas a partir de textos acadêmicos sobre o empreendedorismo como fenômeno, buscou-se desenvolver uma trilha analítica para possibilitar a apreensão de evidências que apontassem para as perspectivas metafóricas de processo, de prática e de redes. Para fins de esclarecimento, dividiu-se esta trilha analítica de metáforas em quatro etapas, que compõem uma revisão de natureza não sistemática.

Na primeira etapa, a partir de uma delimitação prévia do escopo do trabalho, realizou-se um levantamento de artigos publicados em periódicos internacionais relevantes para a produção científica sobre empreendedorismo (Moroz&Hindle, 2012; Thompson, Verduijn, &Gartner, 2020). Neste cenário, foram mapeadas, especificamente, as revistas *Entrepreneurship Theory & Practice*, *Journal of Business Venturing*, *Entrepreneurship & Regional Development*, *Strategic Entrepreneurship Journal*, *Small Business Economics* e *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. De modo complementar, também foram buscados artigos sobre empreendedorismo em periódicos generalistas, incluindo *Academy of Management Review*, *Human Relations* e *Organization Studies*, e em livros que publicaram coletâneas de artigos sobre empreendedorismo e suas temáticas relacionadas. Os artigos foram consultados diretamente nos sistemas de busca dos sítios das revistas indicadas, sendo utilizada como critério de seleção, em um primeiro momento, a abordagem de temáticas que pudessem ser interpretadas sob a ótica metafórica de abordagem do fenômeno empreendedor. Em um segundo momento, o critério de seleção envolveu a categorização de artigos que abordassem o processo empreendedor, as práticas empreendedoras e a formação de redes empreendedoras, buscando atender, assim, aos objetivos previamente estabelecidos para o presente artigo. Por fim, o recorte temporal do levantamento variou desde a primeira edição publicada de cada periódico consultado até o ano de 2020, e foi instrumentalizado a partir das palavras-chave *entrepreneurial process(es)*, *entrepreneurial practice(s)*, e *entrepreneurial network(s)*.

O levantamento realizado nesta primeira etapa permitiu a reunião de um conjunto de 265 artigos que foram posteriormente reorganizados com base nos seguintes critérios: relevância do artigo para o campo do empreendedorismo (mensurada com base no número de citações do texto publicado), densidade e qualidade da fundamentação teórica empreendida (identificada a partir qualidade conceitual articulada nos textos e em sua estruturação com base em literatura pertinente especificamente ao campo do empreendedorismo) e contribuições para o entendimento das metáforas empreendedoras exploradas e de suas implicações para o campo de estudos sobre o fenômeno empreendedor. Portanto, após todos os refinamentos empregados, foram utilizados 38 textos (entre artigos de periódicos e capítulos de livros). Assim, foi construído o corpus de análise e de interpretação textual que deu sustentação às análises aqui empreendidas.

A segunda etapa envolveu a primeira leitura dos 38 artigos selecionados. com o objetivo de produzir um entendimento geral do conteúdo abordado no conjunto de

textos selecionados, sem, contudo, fazer uma imersão profunda dos seus conteúdos. Este entendimento inicial permitiu a categorização dos textos em torno das metáforas previamente estabelecidas e a sua compreensão no plano mais amplo da produção científica analisada. A longo da leitura, observou-se também em que “medida” os autores faziam uso da linguagem metafórica para explicar o processo de empreendedorismo, sem, contudo, rotulá-la como tal. De fato, observou-se que, embora se produza cientificamente sobre temáticas como o processo empreendedor, o empreendedorismo como prática, o empreendedorismo coletivo e a formação de redes empreendedoras, nem todos os autores reconhecem em seus artigos o potencial metafórico de suas análises, um fato que poderia ser agregado à própria evolução do campo de pesquisas sobre empreendedorismo (Cruz, Hamilton, & Jack, 2020; Lundmark, Krzeminska, & Shepherd, 2019).

Na terceira etapa, realizou-se uma leitura densa e em profundidade dos 38 artigos selecionados, já subdivididos em torno das metáforas do processo, de prática e de redes. Procurou-se examinar detalhadamente cada uma das seções dos artigos para entender e identificar as ideias e as argumentações dos autores. Também foram registrados comentários ou interpretações sobre os pressupostos ontológicos e epistemológicos, os conceitos e outros elementos do diálogo ou da intertextualidade construídos a partir da citação de outros autores ao longo do texto. Assim, ao complementar e aprofundar o entendimento construído inicialmente pela primeira leitura, a nova rodada de leitura de cada texto permitiu ampliar os horizontes de análise, o que enriqueceu as interpretações produzidas a partir da relação entre os elementos textuais e o contexto e as justificativas narradas nos artigos.

Na quarta etapa, deu-se a interpretação do conjunto dos textos selecionados sob a lente de cada metáfora de empreendedorismo previamente estabelecida em particular. Para promover a interpretação integrada dos textos, procurou-se estabelecer um diálogo entre aqueles que foram interpretados na etapa anterior, de modo a dar origem aos entendimentos compartilhados que foram objeto de análise neste trabalho. Com isso, estas etapas estão interconectadas entre si, ou seja, elas integram a trilha analítica que foi aplicada para desvendar três metáforas sobre o empreendedorismo. Evidentemente, a discussão sobre análises metafóricas não é e nem pode ser restrita a um número específico de metáforas, uma vez que há que se destacar o pleno reconhecimento da existência de múltiplas metáforas sobre o fenômeno empreendedor já documentadas na literatura, e de muitas outras que podem vir a ser objeto de racionalização e de desenvolvimento por parte dos pesquisadores da área (Cruz, Hamilton, & Jack, 2020; Lundmark, Krzeminska, & Shepherd, 2019). Não obstante, procurou-se ater-se às metáforas exploradas 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.

Empreendedorismo em perspectivas metafóricas e suas implicações

Nesta seção abordam-se as metáforas sobre empreendedorismo e suas implicações conceituais. Mais especificamente, submeteu-se o conjunto de textos, selecionados por esta revisão não sistemática, ao ciclo hermenêutico previsto trilha teórico-metodológica acima descrita. Esta escolha permitiu a produção de uma

reflexão sobre as metáforas do empreendedorismo como processo, como prática e como rede..

Empreendedorismo como processo e seus desdobramentos

O vocábulo “processo”, derivado do latim *processus*, é carregado de múltiplos sentidos, dependendo da cultura do grupo em que ele está sendo expresso ou comunicado. O processo pode ser visto como um conjunto de procedimentos para realizar alguma atividade, uma ação continuada que permite a criação e a transformação social e 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.

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 dessa 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 o todo, e da casualidade mútua entre as atividades e os eventos constitutivos do processo. A causalidade é, ontologicamente, concebida como relacional e deve ser traduzida na forma de inovação ou diferenciação do processo. Além de compreender que a causalidade figura nas relações entre atividades, é necessário que os pesquisadores analisem os diversos tipos de eventos que interagem entre si e dão origem à causalidade mútua ou circular. Esta compreensão evita que se tenha uma visão reducionista sobre os eventos e os constitutivos dos processos que nunca serão lineares e unidirecionais (Demir&Lychnell, 2015).

A temporalidade também marca 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 evidenciação ou a construção do conhecimento sobre a natureza e o 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, no sentido metafórico, carrega consigo ação, movimento e transformação. A espacialidade envolve lugares ou contextos habitados por processos que podem emergir ou ser construídos de forma deliberada, e incorpora arranjos materiais e atividades que os tornam reconhecíveis em quase todas as instâncias temporais de realização e observação. Esta concepção fornece uma lente

ontológica que potencializa a observação e a análise de processos sob uma perspectiva contextual. Assim, os pesquisadores podem explicar por que, como e quando os processos são criados, transformados e interrompidos, considerando o papel dos agentes nesse processo (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 que são: 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 dos problemas cotidianos enfrentados pelos agentes.

A descoberta de oportunidade fundamenta-se em uma concepção ontológica diferente daquela adotada pela teoria da criação. Sob esta ótica, as oportunidades, assim como as montanhas, existem independentemente do conhecimento que se tem delas. Empiricamente, elas existem como fenômenos reais e objetivos e independentes das ações ou percepções dos empreendedores. As oportunidades são elementos constitutivos do contexto que podem ser descobertos e explorados. A descoberta depende do posicionamento do empreendedor e da sua capacidade de agência. Nesta metáfora, os empreendedores vistos como agentes têm 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 os dispositivos contextuais que podem produzir causalidades circulares que afetam o processo empreendedor como a descoberta de oportunidades e a tomada de decisão como resposta a essa descoberta. Ressalte-se que a decisão relativa à exploração de oportunidades envolve riscos, que são inerentes à atividade empreendedora e ao próprio fenômeno do empreendedorismo (Alvarez & Barney, 2007).

A metáfora da criação, por sua vez, 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 (Aldrich & Martinez, 2010; Fletcher 2006; Lindgren & Packendorff, 2009), portanto, elas não existem de modo independente das percepções dos empreendedores. Sob esta ótica, os empreendedores são vistos como agentes ativos e suas ações são essenciais para a construção de novas oportunidades. Para tanto eles mobilizam a sua capacidade de agência e reflexão para construir as montanhas e exercitam continuamente a aprendizagem baseada na prática. Ao pensarem e agirem, os empreendedores criam oportunidades (Alvarez & Barney, 2007).

A vertente da criação pressupõe que as ações relacionadas à construção de oportunidades podem ser, simultaneamente, emergentes e deliberadas. Além disso, a criação de oportunidades depende do caminho feito pelo empreendedor, sendo que as decisões e as escolhas iniciais podem, ao longo do tempo, afetar a configuração deste processo. Por esta razão, a aprendizagem e a construção do conhecimento têm relevância crucial na construção e na gestão das oportunidades em contextos de incertezas. Os contextos macro e microssociais também são teorizados como construções sociais, constituídos por diferentes instituições que podem ser vistas como produto e produtores da 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).

Portanto, 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). Mais especificamente, a metáfora do processo pode 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 continuado. 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 microssociais em que ocorre a constituição do sujeito empreendedor, incluindo a sua visão de mundo, a identidade empreendedora e as suas competências.

Empreendedorismo como prática e seus desdobramentos

A noção de empreendedorismo como prática é emergente no campo de estudos sobre o fenômeno empreendedor (Borges, Lima, Brito, 2016; Borges, Volta, Brito, & Lima, 2021; Champenois, Lefebvre, & Ronteau, 2020; Thompson & Byrne, 2020; Thompson, Verduijn, & Gartner, 2020). Esta metáfora conceitual incorpora um conjunto de reflexões que estabelecem diálogos entre diferentes autores e baseia-se nas premissas da ontologia do lugar e nos fundamentos teóricos de diferentes abordagens.

Schatzki (2005) afirma que a ontologia do lugar reconhece a existência de contextos que precisam ser acessados para que os fenômenos sociais sejam descritos e analisados 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 dele. 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 na explicação dos fenômenos sociais. Esta particularidade requer o reconhecimento das ordens e

das práticas discursivas, das estruturas, dos mecanismos e das 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) descolocam 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 do 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 se 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 distinção entre as práticas performativas e as práticas como 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 vistas como inerentemente realizações coletivas que tenham 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 apropriados por pesquisadores da administração e, mais recentemente, por estudiosos do empreendedorismo (Johannisson, 2011; Steyaert, 2007). Esta transposição contribuiu para a criação de uma metáfora em que o empreendedorismo passou a ser explicado como fenômeno social constituído por um nexo 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 os projetos de ação empreendedora, e arranjos materiais, corpos humanos, atividades mentais, atividades corporificadas e outros organismos e coisas (Schatzki, 2001; 2005). Assim, 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 empresta aos pesquisadores uma nova lente teórica que lhes permite conceber, analisar explicar e comparar a dinâmica do emaranhado de práticas empreendedoras. Este novo olhar possibilita a investigação e a 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 o uso da linguagem e do discurso empreendedor. Eles deixam de ser

vistos como uma representação e passam a ser vistos 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, o empreendedorismo pode ser observado como umnexo de relações sociomateriais, um conjunto de atividades sócio-históricas que interagem entre si, bem como se reproduzem e se transformam ao longo do tempo (Champenois, Lefebvre, & Ronteau, 2020; Johannisson, 2011).

Esse modo de pensar metafóricamente o empreendedorismo pode produzir uma série de novos entendimentos e implicações para a geração de conhecimento. A primeira diz respeito ao risco do uso e do abuso dessa concepção ontológica sem preconizar as suas premissas ontológicas, epistemológicas e metodológicas. A virada para a prática requer o abandono de concepções, conceitos e terminologias próprios das abordagens ancoradas nos fundamentos das ontologias individualistas e realistas. É 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 como 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 e 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, em termos de 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 que seus arranjos sociomateriais, enfatizem os seus dizeres, bem como explorem a mutabilidade e o caráter relacional das práticas constitutivas do empreendedorismo como 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 o rigor e a relevância dos estudos sobre empreendedorismo. Para isso, é necessário que pesquisadores façam inserções e estejam no lugar em

que o empreendedorismo acontece. Na quarta proposição, a metáfora 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 prática.

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

Empreendedorismo como rede e seus desdobramentos

A noção de rede envolve uma noção polissêmica carregada por múltiplos sentidos e, portanto, objeto de múltiplas interpretações ou concepções metafóricas que permitem a reconstrução da historicidade dos pensamentos e das ações relacionadas ao fenômeno empreendedor (Korsgaard, 2011; Murdock&Varnes, 2017).

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 uma 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 o termo actante. Diferente da noção de ator aplicada em outras teorias sociais, este conceito se refere a toda e qualquer imbricação entre seres e coisas que produza 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, têm 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, carregados por 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 permite 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 a renovação das redes e explicar por que e como os actantes agem e produzem efeitos sobre a rede, ou seja, busca-se compreender como a capacidade de agência e o poder exercido pelos dos actantes 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 como 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), como 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 ao alinhamento e à coordenação entre os coletivos constitutivos da rede e 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 convidam os pesquisadores a pensarem nele como um fenômeno relacional e performativo. A análise desta metáfora pode produzir explicações sobre como as atividades ou as ações empreendedoras são ordenadas em rede, 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 unidades 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, preconizados por esta visão metafórica, incorporam uma linguagem única para explicar a construção de identidades e entidades, a multiplicidade e a sociomaterialidade inerentes à ação empreendedora, incluindo a descoberta e a criação de oportunidades (Korsgaard, 2011). Assim, esta metáfora faculta a produção de descrições mais densas sobre a abordagem da descoberta de oportunidades empreendedoras (Gaddefors, 2007; Korsgaard, 2011).

Para Korsgaard (2011), a metáfora da rede incorpora a noção de agência coletiva ou distribuída para explicar a descoberta, a avaliação e a exploração das oportunidades empreendedoras como um produto de múltiplas translações. Sob esta ótica, para o autor, a identificação e a exploração de oportunidades de negócio podem ser observadas como um processo criativo sucessivo que se desdobra ao longo de 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 que novas transações são realizadas, reorganizadas e, até mesmo, interrompidas.

A adoção da metáfora de rede também traz implicações para a observação e a elucidação da dinâmica da criação das oportunidades como um fenômeno construído coletivamente por empreendedores. Além de incorporar a noção de

agência distribuída ao processo de criação de oportunidades, a metáfora do ator-rede pode ser aplicada para elucidar como coletivos de empreendedores são edificadas e transformadas 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 as descobertas de oportunidades são realizadas, e como mercados e seus desdobramentos são ordenados e organizados, em termos de sua sociomaterialidade, multiplicidade e complexidade.

Considerações finais

Neste artigo, apresenta-se uma análise de metáforas aplicadas aos estudos do empreendedorismo. Para tanto, particularizaram-se as metáforas do empreendedorismo como processo, como prática e como rede, e discutiram-se algumas implicações dessas metáforas para a pesquisa sobre o referido fenômeno. Em termos gerais, acredita-se que essa trilha analítico-interpretativa apresente 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 e iv) promover o entendimento compartilhado sobre a relevância da relação entre pensamento, linguagem e ação empreendedora.

Ressalta-se que a leitura aqui apresentada explora um conjunto delimitado de metáforas conceituais que apresentam poder explicativo de algumas questões relevantes para o avanço do conhecimento sobre empreendedorismo. No entanto, os apontamentos aqui discutidos não foram endereçados no intuito de esgotar o debate sobre o tema, uma vez que não foi explorada toda a multiplicidade de perspectivas metafóricas passíveis de análise no plano mais amplo da pesquisa sobre o fenômeno empreendedor. Em outros termos, cabe, neste momento, ressaltar que a escolha pelas lentes metafóricas exploradas neste artigo – processo, práticas e redes – é resultante uma delimitação ontologicamente alinhada com a própria concepção teórica de metáforas trabalhada no quadro teórico deste artigo. Além disso, essas escolhas acabam sendo justificadas como uma iniciativa argumentativa que objetivou discorrer tanto sobre uma vertente mais consolidada na literatura (no caso, a processual), como também sobre vertentes relativamente emergentes no campo de estudos (prática e de redes). Evidentemente, existem outras metáforas disponíveis e documentadas na literatura, como é o caso da metáfora do herói empreendedor, por exemplo, e a ausência desta e de outras metáforas neste trabalho representa uma de suas limitações, embora elas não apresentem o alinhamento ontológico acima mencionado. Não obstante, acredita-se que a exploração das metáforas do processo, da prática e das redes permite contemplar parte da discussão sobre o desenvolvimento de metáforas na pesquisa em empreendedorismo, como também iniciar o debate acerca de sua utilização nas investigações sobre o tema no Brasil.

Nesse sentido, as proposições aqui discutidas podem auxiliar os pesquisadores na busca por alguns cenários específicos de investigação, explorando questões de pesquisa, como, por exemplo, por que e como as instituições, as estruturas e as práticas sociais moldam o nexo de processos e práticas constitutivos do fenômeno

empreendedor? Por que 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 a reorganização das práticas empreendedoras? Por que 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 configuram e reconfiguram o debate mais amplo sobre empreendedorismo?

De modo complementar, sugere-se a realização de pesquisas empíricas que explorem, de forma isolada, as expressões metafóricas (processo, práticas e redes) atreladas ao empreendedorismo, seja em nível teórico ou em nível teórico-empírico. Como exemplo, sugere-se uma investigação sobre como o fenômeno empreendedor como um processo, em uma perspectiva metafórica, poderia ilustrar trajetórias particulares de criação de novos negócios de modo muito mais aprofundado do que estudos tradicionais sobre o tema, narrando histórias de empresas e descrevendo as etapas cumulativas da abertura de empresas e as inovações criadas por empreendedores ao longo do tempo. Ao mesmo tempo, um estudo em que se analise o empreendedorismo por meio das práticas, a partir de expressões metafóricas, poderia apresentar uma narrativa em profundidade das ações e das atividades desenvolvidas no âmbito de atividades empreendedoras diversas, lançando luzes sobre aquilo que os empreendedores efetivamente fazem em seu cotidiano. Para tanto, sugere-se a aplicação de métodos de inspiração etnográfica nos processos de pesquisa em empreendedorismo. A realização de uma pesquisa sob a ótica da metáfora de redes empreendedoras poderá contribuir para a construção de novos conhecimentos sobre a teia de relacionamentos que estruturam as iniciativas de empreendedorismo coletivo, demonstrando como indivíduos, empresas, organizações, o Estado e a própria sociedade podem se articular para gerar valor, criar novos empreendimentos e criar inovações econômicas e ou sociais, dentre outras possibilidades.

Portanto, conclui-se que a análise metafórica permite a visualização de elementos intrínsecos à manifestação do fenômeno empreendedor de 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 as construções como os processos, as práticas e as redes, por outro. Adicionalmente, a análise das metáforas também pode ser utilizada durante o processo de Educação Empreendedora, pois trata-se de um recurso didático-pedagógico que permite a construção e aplicação de conhecimentos e práticas sob múltiplas perspectivas teóricas. O uso de metáforas, enquanto recurso educacional, poderá também contribuir para a aproximação entre os acadêmicos e os empreendedores e a formação de novos empreendedores. Por fim, ao discutir o uso de metáforas na pesquisa, este artigo poderá estimular o desenvolvimento de novos conceitos, imagens metafóricas e conhecimentos que sejam capazes de potencializar a compreensão do empreendedorismo no cenário brasileiro.

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. https://doi.org/10.1007/0-387-24519-7_15
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11-26. <https://doi.org/10.1002/sej.4>
- 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. <https://doi.org/10.1177/0170840609334952>
- 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. Uihøi (Orgs.). *Handbook of Qualitative Research Methods in Entrepreneurship*. (Vol. 1, chap. 2, pp. 49-74). Cheltenham: E. Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781847204387>
- 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.
- Borges, A. F., Lima, J. B., & Brito, M. J. (2017). *Fundamentos da pesquisa em empreendedorismo: aspectos conceituais, teóricos, ontológicos e epistemológicos*. (2017, outubro). Anais do Encontro Nacional da Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, São Paulo, SP, Brasil, 41.
- Borges, A. F., Volta, C. L. C. C., Brito, M. J., & Lima, J. B. (2021). A Construção de Práticas Empreendedoras em Empresas Familiares: Um Estudo no Setor de Cachaça Artesanal. *Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 19(1), 40-58. <https://doi.org/10.19094/contextus.2021.61424>
- 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.
- Champenois, C., Lefebvre, V., & Ronteau, S. (2020). Entrepreneurship as practice: systematic literature review of a nascent field. *Entrepreneurship & Regional Development*, 32(3-4), 281-312. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1641975>
- Clark, J., & Holt, R. (2017). Imagery of ad-venture: understanding entrepreneurial identity through metaphor and drawing. *Journal of Business Venturing*, 32(5), 476-797. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.06.001>

- Cornelissen, J. P. (2004). 'What are we playing at? Theatre, organization and the use of metaphor'. *Organization Studies*, 25(5), 705-726. <https://doi.org/10.1177/0170840604042411>
- Cornelissen, J. P. (2006). Metaphor and the dynamics of knowledge in organization theory. *Journal of Management Studies*, 43(4), 683-709. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00607.x>
- 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. <https://doi.org/10.5465/amr.35.4.zok539>
- 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. <https://doi.org/10.1177/0018726705061317>
- Cruz, A. D., Hamilton, E., & Jack, S. L. (2020). Understanding entrepreneurial opportunities through metaphors. *Entrepreneurship & Regional Development*, in press. <https://doi.org/10.1080/08985626.2020.1727089>
- Demir, R., & Lychnell, L.-O. (2015). Mangling the process: a meta-theoretical account of process theorizing. *Qualitative Research*, 15(1), 85-104. <https://doi.org/10.1177/1468794113517390>
- Fletcher, D. (2006). Entrepreneurial processes and the social construction of opportunity. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(5), 421-440. <https://doi.org/10.1080/08985620600861105>
- 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. <https://doi.org/10.1108/13552550710751049>
- Gartner, W. B. (2012). Entrepreneurship as organization creation. In: D. Hjorth. (Org.). *Handbook on Organisational Entrepreneurship*. Cheltenham: E. Elgar (Vol. 1, chap. 1, p. 21-30).
- 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. <https://doi.org/10.1177/0266242615583566>

- Johannisson, B. (2011). Towards a practice theory of entrepreneuring. *Small Business Economics*, 36(2), 135-15. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9212-8>
- Korsgaard, S. (2011). Entrepreneurship as translation: understanding entrepreneurial opportunities through actor-network theory. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(7-8), 661-680. <https://doi.org/10.1080/08985626.2010.546432>
- Lindgren, M., & Packendorff, J. (2009). Social constructionism and entrepreneurship: basic assumptions and consequences for theory and research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(1), 25-47. <https://doi.org/10.1108/13552550910934440>
- 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. <https://doi.org/10.1177/1042258717734369>
- 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. <https://doi.org/10.1177/0018726715624497>
- Moroz, P. W., & Hindle, K. (2012). Entrepreneurship as a process: toward harmonizing multiple perspectives. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 781-818. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00452.x>
- 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. <https://doi.org/10.1108/IJEER-01-2017-0039>
- 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. https://doi.org/10.1007/978-3-319-52897-7_2
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263. <https://doi.org/10.1177/13684310222225432>
- Ricoeur, P. (1978). *O conflito das interpretações: ensaios de hermenêutica*. Rio de Janeiro: Imago.
- Schatzki, T. R. (2001). Introduction: practicetheory. 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. <https://doi.org/10.4324/9780203977453>

- Schatzki, T. R. (2005). Peripheral vision: the sites of organizations. *Organization Studies*, 26(3), 465-484. <https://doi.org/10.1177/0170840605050876>
- 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. <https://doi.org/10.1177/0018726715612899>
- 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. <https://doi.org/10.2307/259271>
- 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. <https://doi.org/10.1080/10926480802426753>
- 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). 'Entrepreneuring' as a conceptual attractor? A review of process theories in 20 years of entrepreneurship studies. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(6), 453-477. <https://doi.org/10.1080/08985620701671759>
- Thompson, N. A., & Byrne, O. (2020). Advancing entrepreneurship as practice: previous developments and future possibilities. In W. B. Gartner & B. T. Teague. (Eds.). *Research Handbook on Entrepreneurial Behavior, Practice and Process*. (Vol. 1, chap. 3, pp. 30-55). Cheltenham: E. Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781788114523.00010>
- 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. <https://doi.org/10.1080/08985626.2019.1641978>
- Vereza, S. C. (2010). O lócus da metáfora: Linguagem, Pensamento e discurso. *Cadernos de Letras da UFF*, 41(2), 199-212.