

Empreendedorismo e capital social no discurso institucional do Sebrae¹

Recebido em 11-03-2014

Aceito para publicação em 14-06-2014

1

Antonia de Lourdes Colbari²

Resumo: A construção do artigo ancora-se em uma análise de documentos institucionais produzidos pelo Sebrae, tornando possível efetuar o mapeamento dos conteúdos retóricos que fundamentam a incorporação do empreendedorismo e da cooperação como eixos de atuação da referida instituição. Originalmente referenciados por padrões distintos de interesses e valores, esses fenômenos se articulam na modelagem de um discurso que, simultaneamente, afirma a importância e a legitimidade dos pequenos empreendimentos e das estratégias individuais e coletivas não assalariadas de inclusão produtiva. No delineamento de um quadro explicativo-compreensivo que associa empreendedorismo e cooperação, destaca-se o conceito de capital social, uma referência cada vez mais presente na discussão das políticas públicas de desenvolvimento e de promoção social.

Palavras-chave: Sebrae; capital social; empreendedorismo; cooperação; pequenas negócios.

¹ O artigo condensa resultados do desenvolvimento de pesquisa vinculada à bolsa de produtividade do CNPq.

² Professora do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal do Espírito Santo. Doutora em Sociologia. E-mail: alcolbari@terra.com.br

1. Introdução

São vários os autores que apontam, a partir da década de 1980, um verdadeiro “fervor” envolvendo o empreendedorismo, que se torna um movimento social de alcance mundial, ora sinalizando um *revival* do pequeno negócio, ora como sinônimo de inovação e de mudança (Kanter, 2000; Swedberg, 2000), portanto, passível de ser aplicado no interior das instituições-chave para as economias de mercado, entre todos os segmentos profissionais, ou em contextos alheios ao universo produtivo, como a comunidade e a gestão pública, e até em nichos da vida acadêmica, literária e artística (Martinelli, 1994; Harvey, 1992).

Quanto aos fatores impulsionadores dessa “onda”, alguns têm merecido destaque: a velocidade das mudanças que potencializaram a intensidade das interações, a densidade social, favorecendo a inovação; os desdobramentos do novo paradigma produtivo que têm estimulado a criação de novas estratégias de enfrentamento dos desequilíbrios no mercado de trabalho; e a crise dos valores coletivos típicos da sociedade das décadas de 1950 e 1960 e sua substituição pelo individualismo competitivo. Para alguns, um processo “destrutivo e ruinoso”, para outros, uma “explosão de energia” que se contrapôs à “ortodoxia e à burocracia rígidas do controle estatal e do poder monopolista” (Harvey, 1992, p.161), um antídoto contra os males da “gaiola de ferro” (Swedberg, 2000).

Observa-se, a partir dessa “explosão”, a configuração de vários tipos de empreendedores, incluindo os que extrapolam a forma clássica do “individualista schumpeteriano” e atuam de forma mais cooperativa, guiados ou não pela lógica do mercado (Kanter, 2000). Entre eles estão os intraempreendedores ou empreendedores corporativos identificados entre gerentes e trabalhadores (Stevenson; Jarillo, 1991), o empreendedor coletivo e o empreendedor social (Lévesque, 2004; Zen; Fracasso, 2008). Porém, fora do espaço corporativo, o registro é outro, pois algumas condições são necessárias, como a inserção em um contexto democrático e a presença de uma iniciativa coletiva fortemente enraizada em coletividades locais ou em organizações comunitárias. Apesar de ter origem no século XIX, a configuração conceitual dos tipos cooperativista ou mutualista, segundo Lévesque (2004), não teria ainda alcançado o mesmo nível de sistematização teórica encontrado na variante individual.

Aos propósitos deste artigo, interessa destacar a associação entre o recente movimento de ressignificação da noção de empreendedorismo e as mudanças no paradigma produtivo-organizacional e no contexto institucional, político e ideológico, o que contribui para a legitimidade de estratégias individuais e coletivas não assalariadas de inclusão produtiva. A imagem do empreendedor distancia-se do arquétipo clássico associado a determinados traços, tais como: sexo masculino, origem nos grupos étnicos dominantes, voluntarioso e zeloso quanto à afirmação da autonomia e da liberdade (Colbari, 2007). Em seu lugar, uma renovada e multifacetada concepção de empreendedor alimenta as crenças de que habilidades empreendedoras podem ser obtidas por meio de processos de aprendizagem e aplicadas em diversas modalidades produtivas destinadas a públicos diferenciados, abrangendo até os segmentos socioeconomicamente mais vulneráveis, como os beneficiários dos programas de inclusão produtiva e social.

A visibilidade da existência e da importância de vários arranjos ocupacionais fora o assalariamento tem projetado o Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) como centro promotor de ações de formação, apoio logístico e de afirmação de um referencial ético para as diversas modalidades de trabalho, em especial para o autoemprego e o micro e pequeno negócio. O desenvolvimento dos pequenos negócios e a propagação da cultura empreendedora potencializariam os recursos para superação de desafios do crescimento brasileiro, elevando a oferta de ocupação e renda e contribuindo para a redução das desigualdades e dos desequilíbrios regionais (Mancuso, 2002).

A construção do artigo teve como ponto de partida a análise de documentos institucionais selecionados que permitiram efetuar o mapeamento e a análise das construções retóricas que fundamentam a incorporação do empreendedorismo e da cooperação como eixos de atuação do Sebrae. O texto estrutura-se em três partes: breves comentários históricos sobre a construção institucional do Sebrae; o discurso sobre empreendedorismo e cooperação; e o delineamento de um quadro explicativo-compreensivo no qual o conceito de capital social, uma referência cada vez mais presente na discussão das políticas públicas de desenvolvimento e de promoção social, permite entender como se articulam fenômenos referenciados a padrões distintos de interesses e valores – o empreendedorismo e a cooperação.

2. Delineamento histórico e institucional do Sebrae

Juridicamente o Sebrae é uma “entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos, instituída sob a forma de serviço social autônomo” e vinculada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Atua como parceiro do governo federal prestando assistência técnica a empreendedores individuais e potenciais empreendedores, chegando até aos beneficiários do microcrédito produtivo e do Programa Bolsa Família. O chamado Sistema Sebrae é composto por 28 unidades operacionais presentes em cada estado da Federação, sob a coordenação e a orientação técnica e normativa da unidade nacional.

Um breve relato do processo histórico que culmina com a criação do Sebrae reporta à década de 1950, quando setores nacionalistas já incorporavam um discurso de proteção à indústria nacional no contexto de um padrão de industrialização alicerçado em maior intensidade de capital e tecnologia importados – um dos eixos do Plano de Metas do governo Juscelino Kubitschek. Apesar de algumas iniciativas isoladas, no âmbito de programas do BNDES e da Sudene, observa-se que, no Brasil do início dos anos 1970, ainda não havia um espaço institucional para o pequeno empreendedor, sendo muito baixa a visibilidade de sua importância social e econômica. Em 1972 seria criado o Cebrae (Centro Brasileiro de Assistência Gerencial à Pequena e Média Empresa), como mais um instrumento de política econômica voltada ao fortalecimento da empresa privada nacional, em um cenário dominado pelas grandes empresas, estatais e multinacionais. Buscava-se, na época, oferecer assistência técnica, apoio ao crédito e incentivar a capacitação gerencial, a competitividade e a reestruturação setorial do segmento das pequenas e médias empresas nacionais (Mancuso, 2002; Melo 2008). Mas eram ações pontuais de treinamento e consultoria centradas na modernização da gestão, distante da construção de políticas públicas dirigidas ao setor.

Na década seguinte, momento de intensificação do debate a respeito da nova ordenação jurídica brasileira, o desafio era garantir constitucionalmente o tratamento diferenciado à micro e pequena empresa. Em outubro de 1990, após quase perecer no bojo das tentativas do governo Collor de reforma do aparato estatal, surgiu o Sebrae com S: uma “instituição

nacional voltada ao desenvolvimento dos pequenos negócios e ao empreendedorismo” (Mancuso, 2002, p.15).³ Desvincilhou-se da estrutura governamental, deixando de ser pública para se tornar semipública e assumiu o *status* legal das instituições de “serviços autônomos” que compõem o Sistema S: instituições privadas com objetivos públicos e financiadas com recursos oriundos de impostos calculados sobre a folha de pagamento das empresas. Integram a sua diretoria, no plano nacional e nos estados, representantes dos setores público e privado: associações empresariais, instituições tecnológicas e representantes de organismos governamentais. Trata-se de um sistema que garante às organizações corporativas que o compõem uma atuação aberta, autônoma, descentralizada e diversificada. O caráter nacional, mas com estrutura federativa, favorece as “conexões horizontais” com suas congêneres, além de trânsito nos setores público e privado e a elaboração de ações dirigidas a uma ampla gama de interesses (Addis; Gomes, 2001, p.349-50).

O cenário pontuado pelo discurso acerca do caráter inevitável da globalização e da liberalização favoreceu a visibilidade do Sebrae, que antevia as oportunidades abertas ao micro e pequeno negócio. No final da década de 1990, valeu-se do apoio de especialistas em marketing e propaganda e de ações de mobilização e de articulação política tendo como alvo sensibilizar a opinião pública em geral, os acadêmicos e os políticos para a importância econômica e social da pequena empresa (Addis; Gomes, 2001; Mancuso, 2002).

A trajetória da instituição se confunde com o movimento em torno da “institucionalização” da pequena empresa, um processo alicerçado na matriz liberal individualista que sustenta a noção de competição regulada pelo mercado e o protagonismo do pequeno empresário capitalista (Cypriano, 2004). Principal disseminador da prática e da cultura do empreendedorismo, o Sebrae, pela extensa capilaridade de suas ações, tornou-se uma agência privilegiada na modelagem de uma cultura do trabalho para além do

³ O primeiro Plano Diretor do Sebrae estipulou oito políticas de ação ao setor de micro e pequenas empresas. Foram elas: Modernização da gestão empresarial; Fomento à capacitação tecnológica; Incremento da competitividade; Difusão de informações empresariais; Geração e disseminação do conhecimento da realidade das micro e pequenas empresas; Desregulamentação e tratamento jurídico diferenciado; Articulação do Sistema Sebrae com entidades de apoio às micro e pequenas empresas; e Atualização técnica do Sistema Sebrae (Mancuso, 2002).

assalariamento. Com pontos de atendimento espalhados pelo país, caracteriza-se pela diversidade na atuação em sintonia com as particularidades locais e com o tipo de demanda por elas gerado. Presença forte no discurso empresarial, dos governos e do terceiro setor, a instituição tem participado ativamente da discussão e da elaboração de políticas públicas destinadas à geração de emprego e renda, à qualificação profissional e capacitação social dos agentes econômicos e ao fomento de estratégias de desenvolvimento local.

3. Empreendedorismo e cooperação

A análise de um conjunto de documentos (registros de pronunciamentos de autoridades, relatórios e material de divulgação do Sebrae) forneceu indicações significativas a respeito do referencial ideológico-valorativo que modela as construções discursivas da instituição. Estrategicamente busca a “excelência no desenvolvimento das micro e pequenas empresas, contribuindo para a construção de um Brasil mais justo, competitivo e sustentável” e tem como missão institucional “promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas e fomentar o empreendedorismo” (Sebrae, 2012, p.16).

A insistência na defesa desse segmento inclui os aspectos legais; as ações pontuais com foco nos empreendimentos coletivos favorecidos pela articulação de redes e pelas ações coletivas; e a função educadora exercida por meio de ações de ensino/aprendizagem que capacitem o microempreendedor e a micro e pequena empresária para atividades sustentáveis e inserção ativa na comunidade. O resultado, na avaliação da própria instituição, é a geração de impactos econômicos e sociais mais promissores no fomento da inclusão social daqueles desencadeados pelas políticas sociais compensatórias.

Diversas são as qualidades associadas ao empreendedor no conteúdo dos documentos institucionais, porém uma foi escolhida pela sua propriedade de síntese. Define-se como empreendedor “o indivíduo que possui uma atitude de inquietação, ousadia e proatividade na relação com o mundo. Essa postura, condicionada por características pessoais, pela cultura e pelo ambiente, favorece a interferência criativa e realizadora no meio resultando em ganhos econômicos e sociais” (Sebrae, 2001, p.9). A definição não é inovadora, mas

condensa elementos extraídos de várias abordagens do fenômeno empreendedorismo, o que certamente acarreta desdobramentos de ordem conceitual⁴. A elaboração do Sebrae acerca dos significados do empreendedorismo e de seus derivados rende tributo à acepção clássica, quando o termo tinha um sentido fortemente delimitado pelo *ethos* capitalista. Porém, suas designações atuais são amplas e flexíveis e incluem uma miríade de práticas de natureza econômica, social e cultural.

Na aproximação teórica com o registro clássico, a principal referência é Schumpeter, que concebe o empreendedorismo como fenômeno cultural que envolve hábitos, práticas e um conjunto de valores. Inicialmente centrada no indivíduo, a imagem schumpeteriana do empreendedor desloca-se para a organização, evidenciando a antecipação de uma tendência atualmente muito explorada: a ocorrência da inovação como resultado de trabalho de um grupo, portanto, mais dependente da cooperação, de uma “personalidade corporativa construída”, do que das “genialidades” individuais. Outro desdobramento desse deslocamento conceitual é a figura do empreendedor encarnado em um sujeito coletivo, como o Estado e as organizações sociais (López-Ruiz, 2004).

Ainda sobre a concepção de empreendedorismo do Sebrae, não se refuta a estreita relação entre atributos psicológicos e a performance empreendedora, tal como explicitada por McClelland (1961), mas também não se ignoram as condições históricas, o ambiente macroeconômico e institucional e os arranjos estruturais e socioculturais que interferem no impulso a empreender, tal como identificados por Gershenkron (2000), Martinelli (1994) e Kanter (2000). Na matriz culturalista-valorativa, Ogbor (2000) destaca as abordagens que acentuam o peso das ideias e valores que favorecem ou dificultam a propensão para empreender, tal como exploradas em explicações consagradas sobre as diferenças de trajetórias de modernização capitalista observadas, respectivamente, entre Estados Unidos e América Latina (Lipset, 2000; Putnam, 1996). Na atuação da instituição, a presença dessas vertentes – a psicológica e a sociológica – pode ser ilustrada pelo programa EMPRETEC, fundamentado na metodologia de base comportamental proposta por McClelland (1961), e

⁴ São vários os autores considerados emblemáticos na compreensão do fenômeno empreendedorismo, a partir de diversos campos disciplinares. Low & MacMillan (1988) e Carland *et al.* (1984) sintetizam várias dessas contribuições teóricas das quais emerge um elenco de características normativas ou empíricas associadas ao empreendedor.

pelos programas e ações dirigidos aos arranjos produtivos, nos quais os condicionantes socioculturais são vistos como decisivos para estimular ou atravancar as iniciativas de empreendedorismo coletivo.

Na vertente do Sebrae, a ação empreendedora pode estar presente em atividades lucrativas e não lucrativas, sendo o empreendedorismo um movimento amplo que não se vincula a uma atividade específica; é uma forma de ser, ligada a estilo de vida, visão de mundo; inclui a motivação à inovação, protagonismo e capacidade de produzir mudanças; e abrange os meios e formas de buscar a autorrealização, incluindo as formas de lidar com a incerteza e as ambiguidades. A percepção de que a geração do espírito empreendedor está relacionada a uma plataforma de valores, práticas e relações sociais originárias na comunidade, no sentido de vida coletiva, permitiu o trasbordamento conceitual que abriga diversas situações e espécimes de empreendedor, muitas vezes sem contornos bem definidos ou precisos: empreendedor coletivo, empreendedorismo compartilhado, perfeito empreendedor, empreendedor político, comunidade empreendedora e empreendedorismo urbano.

São muitos os estudos nessa vertente analítica em que a “essência” do espírito empreendedor reside na postura e comportamentos assumidos diante da mudança, algo além da ação de criar uma nova empresa e de exercer a função de proprietário-gerente ou de empregador. Assim sendo, não seria supérflua a demarcação da diferença entre empreendedor e pequeno proprietário, entre ações empreendedoras e pequenos negócios (Stevenson; Jarillo, 1991; Carland *et al.*, 1984; Dornelas, 2003), associações, no entanto, cada vez mais presentes no debate atual em torno das alternativas de geração de emprego e renda fora das relações salariais.

Na variante do empreendedorismo coletivo, cabe iniciar a exposição com a definição de cultura da cooperação: “uma filosofia baseada em conceitos e valores humanísticos como solidariedade, confiança e organização funcional de grupos. Tem como propósito substituir o individualismo pela ação coletiva”.⁵ Apresentada como uma ferramenta para assegurar o êxito dos pequenos negócios diante dos desafios impostos pela economia globalizada, a

⁵ Extraído de Cultura da Cooperação (SEBRAE, 2009). Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br>> - Acesso: 13 de jun. 2005.

cooperação torna-se uma espécie de “nova fronteira” para ampliar a competitividade das micro e pequenas empresas, assegurando-lhes níveis de produtividade, qualidade e, principalmente, flexibilidade, esta indispensável em um cenário marcado por instabilidade e incertezas. A difusão da cultura da cooperação nas comunidades, sobretudo nas mais carentes, visa a estimular a criação de conexões virtuosas mediante a formação de associações, cooperativas, consórcios e outros tipos de enlaces organizacionais, formais e informais. Segundo a legislação brasileira, são vários os arranjos que podem surgir da vontade empreendedora coletiva, sendo citados os seguintes: Associação; APL (arranjo produtivo local); Central de negócios; Consórcio de empresas; Cooperativa; Cooperativa de crédito; Empresa de participação comunitária; Organização da sociedade civil de interesse público; Sociedade de propósito específico; Sociedade garantidora de crédito; e OSCIP (Sebrae, 2009).

A instituição se propõe a ser um “núcleo de inteligência orientador da disseminação do princípio da cooperação”, buscando ampliar as articulações entre os pequenos empresários dos diversos setores, tendo em vista “a formação de uma massa crítica de lideranças voltadas à cooperação”. Três tipos de líderes compõem este capital humano: os “estratégicos” (os formadores de opinião na cadeia produtiva); os “ponta” (geralmente jovens atuantes nos diversos programas de promoção social nos municípios); e os “agentes pedagógicos” (envolvidos no programa de educação). Por se tratar de “aquisição cultural importante em todos os setores da atividade humana”, a promoção da cooperação tem desdobramentos universais, abrindo caminhos e despertando em cadeia os sentimentos de solidariedade. (Mancuso, 2002, p.21-2).

Porém, na explicação da lógica das formas associativas, a noção de cooperação não seria um sinônimo de solidariedade, sendo o ato de cooperar concebido como meio, um esforço conjunto tendo em vista gerar benefícios a todos os envolvidos (SEBRAE, 2009). Observa-se a presença da clássica distinção de Mead (1937) entre as categorias de cooperação e prestância, de um lado, e competição e rivalidade, do outro. Se no eixo cooperação/competição impera a lógica racional e instrumental, no eixo prestância/rivalidade, o que conta é o sentimento, o bem e o mal que pode ser feito ao outro. A primeira conjunção opera sob a lógica utilitária, cimentando organizações

impessoais centradas na lógica do interesse; na segunda conjunção prevalece o eixo comunitário, sentimentos familiares e até religiosos que definem os modelos associativos.

As razões para a ênfase no lema “cooperar para competir” decorre da necessidade de sobrevivência ou crescimento dos negócios. Consta-se que isoladamente seria cada vez mais difícil ao pequeno empreendimento o enfrentamento desse desafio, tornando a cooperação imperativa uma forma de ampliação de mercados, redução de custos, diversificação de produtos, possibilidades de exportar e importar, divulgação de marcas, desenvolvimento de inovações e de tecnologias (Sebrae, 2009). Apesar dessa ênfase na prevalência dos interesses econômicos presente no ato de empreender, é bem mais complexa a matriz de racionalidade subjacente às motivações humanas: a ação racional, os esforços metódicos, calculados tendo em vista determinados objetivos expressos em termos de valores (ação racional com relação a valores) ou em termos de uma ação econômica instrumental ou de estruturas legais burocráticas (ação racional com relação a fins). Por outro lado, outras motivações, oriundas de estados emocionais intensos (o sonho e o desejo da conquista, por exemplo), incompatíveis com as rotinas, estão associadas ao ato de empreender, tanto individual quanto coletivo.

Nessas aparentes ambiguidades situa-se o empreendedorismo coletivo, que combina ativismo com competências profissionais; idealismo com pragmatismo; ética da convicção e ética da responsabilidade (Lévesque, 2004). Trata-se de um indivíduo ou grupo racionalmente empenhado em mobilizar o capital social, mas esse esforço está imerso na teia de significados que emerge da cooperação, das relações de confiança associadas ao compartilhamento de interesses materiais e de valores. Torna-se difícil, e talvez inócuo heurísticamente, a distinção entre o peso do carisma do indivíduo e do carisma do coletivo gerado na participação conjunta que provoca estados emocionais mais intensos e despersonalizados, reforçando os laços sociais (Lindholm, 1993).

4. Empreendedorismo coletivo e capital social

As construções discursivas sobre cooperação ancoram-se no aporte teórico das ciências sociais para enfatizar a importância do capital social na promoção do desenvolvimento econômico e social sustentável (Caporali; Volker, 2004). Retomam-se as referências históricas nas quais se destaca a importância das relações cooperativas, solidárias e de confiança mútua para o enfrentamento das adversidades (Putnam, 1996). Recomendam-se estratégias coletivas na execução de políticas públicas de geração de emprego e renda, bem como naquelas destinadas a criar condições propícias à competitividade e ao desenvolvimento local.

A compreensão dessa linha de atuação impõe uma reflexão acerca do capital social que, nas últimas décadas, seja como realidade substantiva (estoque de interesses e valores compartilhados) seja como variável conceitual, tornou-se um tema presente na literatura acadêmica, transversal a vários campos de conhecimento. Até então sem o *status* de capital ou não era assim reconhecido pelas demais formas de capital, a difusão do conceito de capital social, a partir da década de 1990, expressa um movimento teórico de visibilidade e de valorização de recursos não econômicos embutidos nas estruturas econômicas e nas redes sociais, capazes de gerar ambientes favoráveis aos processos interativos e cooperativos de aprendizagem e de inovação (Granovetter, 1985; Albagli; Maciel, 2003).

Uma das referências no debate teórico em torno do capital social é Bourdieu (1980, p.2), que assim o define: “o conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento”. A possibilidade de mobilizar estoques de recursos a partir do pertencimento a redes de relações (de vizinhança, de trabalho ou mesmo de parentesco) pode beneficiar uma pessoa ou um grupo, assegurando o êxito na competição individual ou entre grupos.⁶ Na concepção de capital social, Bourdieu destaca a dimensão dos interesses

⁶ Complementa Bourdieu (1980, p.3): “Em outras palavras, a rede de relações é o produto de estratégias de investimento social consciente ou inconscientemente orientadas para a instituição ou a reprodução de relações sociais diretamente utilizáveis, a curto ou a longo prazo, isto é, orientadas para a transformação de relações contingentes, como as relações de vizinhança, de trabalho ou mesmo de parentesco, em relações, ao mesmo tempo, necessárias e eletivas, que implicam obrigações duráveis subjetivamente sentidas (sentimentos de reconhecimento, de respeito, de amizade, etc.) ou institucionalmente garantidas (direitos).”

dos indivíduos e grupos, expressando recursos diferenciais de poder, portanto, os conflitos inerentes à desigualdade social.

Em Coleman (1990), o ponto de partida são as relações entre ambiente familiar, formas de organização social e as desigualdades sociais expressas no desempenho escolar e nas carreiras profissionais. Seriam três as formas de capital social: os laços de confiança entre os membros de um grupo (que favorecem a ação coletiva organizada e maximiza a capacidade de se aproveitar os recursos econômicos e humanos disponíveis); as trocas de informações; e as ideias, normas e sanções. O capital social localiza-se, portanto, nas interações e se refere ao conjunto das relações sociais (tanto formais, registradas em estatutos e contratos, quanto as informais, tacitamente reconhecidas, mas sem registro escrito) em que um indivíduo se insere e que podem facilitar o alcance de certos objetivos. Em ambos os autores, trata-se de um “bem” cujo uso não lhe provoca desgaste, pelo contrário, ativa as relações sociais que o constituem.

Na abordagem de Putnam (1996, p.177), a dimensão política do capital social se sobressai na exaltação das virtudes que desabrocham em uma comunidade ou sociedade herdeiras de um “bom estoque de capital social sob forma de regras de reciprocidade e sistemas de participação cívica”. Os compromissos cívicos brotam no processo interativo, na intensidade da vida associativa, produzida por práticas sociais que incluem associações horizontais, confrarias, guildas, cooperativas etc.; os hábitos de leitura em grupo que socializam as informações, a participação em corais e clubes, a confiança nas instituições etc. Essa densidade social produz um tipo de riqueza, pois, ao incitar a prática da reciprocidade, favorece a coordenação e a cooperação em benefício coletivo, além de fomentar a confiança mútua, que, por sua vez, atua dirimindo conflitos e evitando comportamentos oportunistas. Um tributo a Durkheim (1999), que visualizava propriedades integradoras nas associações profissionais, pois sua atuação suprimia a distância entre a força moral da sociedade, expressa no sistema de crença e de valores, e a individualização crescente gerada pela divisão do trabalho. Mas também a Tocqueville (1969), que vincula o associativismo a arranjos políticos nos quais prevalece a forma republicana de igualdade dos cidadãos, a possibilidade de um ajuste adequado entre o igualitarismo e a preservação das liberdades individuais, um antídoto contra o risco da tirania das majorias. O compromisso cívico e a

participação política ativa dos cidadãos em suas comunidades garantem a prosperidade econômica e o bom governo, pois além de serem fatores relevantes ao impulso de empreender, fortalecem as entidades da sociedade civil, portanto, atuam no processo de construção da democracia.

Um exemplo típico ilustra a força do capital social para estimular o empreendedorismo e alavancar de um padrão de desenvolvimento local integrado ao mercado: a experiência da região centro-norte da Itália, onde Piore e Sabel identificaram um modelo de “especialização flexível” – os “distritos industriais” –, formados por pequenas e médias empresas que extraem da cooperação as suas vantagens competitivas. Tais distritos combinam descentralização com competição e cooperação, competem no terreno da eficiência e cooperam em serviços administrativos, de pesquisa e de assistência técnica, bem como na aquisição de matérias-primas e no acesso a financiamentos (Putnam, 1996).

Sem consenso quanto à sua definição, o capital social é mais uma expressão polissêmica, com significados abertos, constituindo um terreno em disputa que serve a interesses e agendas diversas. Segundo Reis (2003) e Fialho (2008), apesar do mérito de ter pavimentando uma agenda promissora de pesquisa, a carência de especificações analíticas mais maduras sobre o conceito de capital social dificulta a operacionalização empírica e limita o seu alcance explicativo. Na abordagem de sua geração é possível identificar tanto variáveis histórico-culturais (Putnam, 1996), colocando-se em destaque as instâncias socializadoras e os consensos normativos, quanto as variáveis estruturais e relacionais (Coleman, 1990), sublinhando-se a relevância dos papéis das instituições e do contexto econômico.

Trata-se de capital porque gera riqueza, é social porque surge no processo interativo; é visto como fonte de recursos ou como os próprios recursos, incrustados em uma estrutura social e intencionalmente mobilizados (Lin, 2001), mas pode surgir como consequências não intencionais das interações; e é um conjunto de normas ou instituições e organizações (Milani, 2004). Parece inequívoco, nessa imprecisão conceitual, que o capital social não se desvincula de seu contexto, sendo sempre relacional; pode ser patrimônio do indivíduo, do grupo (Bourdieu, 1980) ou da coletividade (Putnam, 1996), mas não incorpora em si uma

superioridade moral (Coleman, 1990) que sempre gere efeitos virtuosos ou positivos. Sob o ângulo analítico de Granovetter (1985), o fato de o capital social se referir às vantagens possíveis (“relações ou conexões proveitosas”), extraídas da pertença a determinadas redes (grupos de *status* ou círculos de relações pessoais), pode também alimentar traços culturais “viciosos”, como o nepotismo, o acesso a favores, informações e profissões, ou a afirmação de posições hierárquicas que justifiquem benefícios institucionais e políticos, privilégios e deferências, em detrimento da igualdade e das virtudes cívicas. Em síntese, sublinhando a neutralidade moral do capital social, Fialho (2008) organiza as suas possibilidades de gerar efeitos supostamente “negativos” em três níveis: individual (limite à liberdade individual); grupal (promove o isolamento do grupo) e social (utilização para fins não desejáveis). Por outro lado, o próprio Granovetter (1985) admite que as redes possam estimular relações de confiança mútua entre os atores, benéficas tanto para a vida privada quanto para a vida pública, pois reduzem os efeitos das contingências e dos comportamentos oportunistas.

Por outro ângulo, se for válida a leitura de que a cultura da cooperação, fundada em valores como a solidariedade, a confiança, a reciprocidade e a organização funcional dos grupos, pode ser vista como um contraponto ao crescente individualismo e ao despotismo do mercado, seria correto também o argumento de que a mobilização do capital social não se afirma contra o mercado e o contrato, mas define formas alternativas de nele se inserir. Até porque as ações econômicas dos agentes estão imersas em redes de relações sociais que, por esta razão, se tornam fatores de estruturação dos comportamentos no mercado. Sobre os mercados, Abramovay (2004) chama atenção para o fato de que são constituídos por relações vivas, concretas, nas quais também se busca o reconhecimento mútuo. Segundo o autor,

...os mercados não são entes abstratos, neutros e impessoais que a tradição “engenheira” – em oposição à tradição ética – da ciência econômica quis deles fazer; mas nessa frase não está a demonização generalizada da categoria “mercado”, e sim um convite ao estudo das condições em que os mercados operam e das premissas que podem permitir que eles favoreçam a realização das capacidades dos mais pobres (Abramovay, 2004, p.47).

Reitera-se, por esta trilha teórica, a crença de que a luta pelo desenvolvimento consiste em garantir a todos, independente da condição social, o acesso a capacidades, qualificações e prerrogativas de participar do mercado tendo em vista as possibilidades de uma existência mais digna e humanamente mais significativa (Sen, 2000). Do ponto de vista conceitual, os mercados não são exteriores às esferas públicas da vida social e podem atuar expandindo a “dimensão pública”, ao assegurar acesso a determinados bens, como créditos bancários, aos que antes tinham que recorrer aos usurários (Abramovay, 2004, p.49).

Tal arquitetura conceitual contribui para iluminar a prática do Sebrae, na qual confiança, cooperação e participação são significadas como recursos para o enfrentamento das adversidades, favorecendo a emergência de oportunidades de geração de emprego e renda que garantem o acesso de contingentes populacionais em atividades produtivas fora do regime salarial. Na atuação da referida instituição, o associativismo não se distancia totalmente do sentido tocquevilliano, pois não deixa de ser um mecanismo autônomo de viabilizar a resolução dos problemas, a realização dos interesses de um grupo, independente dos organismos estatais, embora atue frequentemente como mecanismo de pressão junto às autoridades políticas.

Apesar da referência constante à experiência italiana, tal como analisada por Putnam, a concepção de capital social presente nos discursos do Sebrae parece mais distante do viés culturalista do autor e mais próxima da vertente neoinstitucionalista, na qual o papel das elites políticas ou das agências políticas pode ser decisivo na formação de capital social, não sendo este um atributo “natural” e endógeno, mas algo que pode ser criado ou estimulado por agências públicas ou privadas e aprendido pelos grupos ou comunidades. O capital social pode ser uma construção política (Abu-el-Haj, 1999). Observa Evans (1996, p.1130) que as dotações prévias de capital social não são decisivas, embora sejam consideradas valiosas para a construção de relações sinérgicas entre Estado e sociedade civil. Na ausência ou debilidade dessa herança prévia de confiança, redes e cultura de cooperação, a atuação institucional (organismos governamentais, associações, instituições de pesquisa, educação e treinamento etc.) pode favorecer a configuração de ambientes dinâmicos em aprendizagem coletiva, geração e socialização de conhecimentos e de inovações (Abramovay, 1998; Albagli; Maciel, 2003). O desempenho institucional, por sua vez, não independente das condições

políticas, das relações de poder que formatam o alcance e os limites da intervenção das instituições (Abu-El-Haj, 1999).

Outro aspecto digno de nota na compreensão deste discurso refere-se à presença do modelo de associações voluntárias que incorpora o cálculo racional e estratégico em torno da importância recíproca da cooperação, dos interesses comuns. Trata-se de arranjos coletivos movidos por razões pragmáticas e instrumentais e com foco no mercado, sendo menor o peso dos possíveis sentimentos altruístas, dos artefatos culturais como a presença de uma ética social ou de uma visão orgânica da sociedade (Putnam, 1996). No entanto, o reconhecimento da instrumentalidade da ação coletiva não significa a submissão a uma concepção de indivíduo subsocializado (Wanderley, 1999). A inserção em redes interativas não é aleatória, mas tem objetivos definidos: a obtenção de ganhos ou acesso a recursos escassos não retira da concepção de capital social a propriedade de ser um “ativo resultante ao pertencimento a uma dada coletividade, um investimento em relações sociais com retornos esperados” (Albagli; Maciel, 2003, p.426). Nesse caminho, cabe situar as ações voltadas para a constituição de arranjos produtivos, uma aglomeração dessas empresas que gera “ambiente propício para o aparecimento de outros negócios que passam a atuar e algum ponto da cadeia produtiva” (Mancuso, 2002, p.25).

A associação entre empreendedorismo e cooperação não é estranha, portanto, à articulação entre dois conceitos centrais nas ciências sociais contemporâneas – desenvolvimento e cultura – proposta por Sachs (1998), inspirador da abordagem do desenvolvimento incorporada pelo Sebrae. Uma vez que o desenvolvimento é visto como “‘aprendizagem social’ que recorre às faculdades de memória e da imaginação, traços distintivos da nossa espécie”, a proposta do autor é integrar a cultura do desenvolvimento na “educação cidadã” como forma de estimular a participação. A cultura do desenvolvimento “afigura-se como ponto de entrada para o diálogo intercultural em todos os níveis: inter-regional, internacional, intergeracional, interétnico” (Sachs, 2005, p.165).

Constata-se a heteronomia do sistema de mercado na produção do desenvolvimento econômico e social e na regulação de suas tendências em escala local, nacional ou global. O desenvolvimento não é consequência automática do crescimento econômico e nem pode

ser avaliado apenas por indicadores econômicos sociais e políticos. Por envolver a qualidade de vida e a ampliação das possibilidades de escolha dos indivíduos, torna-se necessária a presença de outros indicadores de avaliação, como a rede de segurança social, as liberdades civis e políticas, apreendidos como valores constitutivos da liberdade humana, independentes das razões instrumentais (Sen, 2000).

As insuficiências do mercado são apontadas tanto no campo conceitual (sua incapacidade de explicar uma dinâmica que incorpora outras dimensões para além das relações econômico-mercantis), quanto na ótica de suas falhas como agência reguladora, por exemplo, a sua incapacidade de gerar efeitos sociais equilibrados. O capital social pode contribuir para a ampliação da cidadania e aperfeiçoamento da ordem democrática, uma vez que favorece a articulação de alternativas de desenvolvimento, a redefinição das relações entre a sociedade e o poder público, bem como a intervenção em espaços e grupos sociais marginalizados (Albagli; Maciel, 2003), atuando no sentido de reduzir as desigualdades econômicas, regionais e sociais.

Essa concepção do mercado permite antever certas ilusões alimentadas pela visão essencialmente pragmática presente na retórica que alinhava empreendedorismo, cooperação e desenvolvimento local. Uma delas é a visão idealizada do pequeno negócio, da ação empreendedora, negligenciando-se o contexto histórico e as condições estruturais e conjunturais que impõem o autoemprego e o pequeno negócio como alternativas à escassez de “bons empregos”, aqueles associados a salários atraentes, proteção social e perspectiva de carreira profissional.

5. Comentários finais

O Sebrae, no curso de uma trajetória iniciada na década de 1970, afirmou-se como organização que atua transversalmente no espaço do mercado, da sociedade e das instituições públicas. Destacou-se, nos últimos anos, ao articular entidades de classe empresariais, parlamentares e setores da burocracia governamental no movimento em defesa de um marco legal e institucional diferenciado para a pequena empresa. O momento

culminante desse percurso foi a mobilização e pressão para aprovar no Congresso Nacional o Estatuto Nacional da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte, a Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, também conhecida por Lei Geral.

Além de organizar a agenda e as demandas de interesses da pequena empresa, o Sebrae atua na área da educação e capacitação por meio de uma matriz de cursos cujo objetivo é oferecer “soluções educacionais” aos pequenos e micro empresários ou a quem pretende sê-lo e de uma matriz de projetos educativos orientados para a disseminação da cultura empreendedora. Nesse aspecto, a instituição redefine o seu papel de prestadora de serviços e assume funções de um “aparato ideológico” portador de uma visão de mundo e de um projeto de sociedade em que a condição de micro e pequeno empreendedor é o suporte de um modelo de desenvolvimento, bem como a garantia da ampliação de possibilidades de inserção na ordem econômica e de afirmação de identidades sociais legítimas.

Como instituição que transita em espaços pautados por lógicas diferenciadas, orienta-se por uma matriz de ideias e valores na qual aparecem conteúdos do discurso gerencial e da agenda política contemporânea: inovação, aprendizagem, cultura empreendedora, cooperação, participação, eficiência coletiva, competitividade sistêmica e desenvolvimento sustentável. Três eixos de atuação delimitam este campo de interesses e de valores: a difusão do empreendedorismo, a mobilização e organização do capital social e a promoção do desenvolvimento local. Esse é o percurso desenhado para a inserção competitiva dos pequenos negócios no mundo globalizado.

A resignificação do discurso de empreendedorismo permite o descolamento da ação centrada no indivíduo ou na organização e a aproximação com as estratégias e valores cooperativos e comunitários. A ideia de solidariedade e as práticas de ajuda mútua e reciprocidade estiveram presentes na cultura dos segmentos mais desfavorecidos da sociedade brasileira, desde o início do século XX, tal como ilustram as associações operárias de auxílio mútuo, organizadas com objetivos de proteção social no enfrentamento das dificuldades que acometiam as pessoas, sobretudo na velhice. Esta tradição associativa em torno de um objetivo pragmático, submetida a uma lógica racional e instrumental, tem sido

resgatada como objetivo de articular um sistema social fundado em vínculos horizontais de solidariedade mútua ou de uma comunidade cívica.

Ainda são muitas as lacunas na delimitação de um marco conceitual dotado de recursos analíticos mais apropriados à compreensão de fenômenos sociais que envolvem padrões de atuação e uma matriz de representações, ideias e valores, à primeira vista, pouco afinados entre si: empreendedorismo e cooperação; *ethos* individualista e *ethos* coletivista; e orientação para o mercado e revalorização da comunidade, dos valores solidários e das motivações coletivas.

A plasticidade fenomenal e conceitual que, atualmente, reveste o empreendedorismo e a cooperação favorece o alargamento de seu escopo, atingindo as diversas esferas da vida social, ou mesmo fundindo a ação empreendedora e a ação cooperativa na concepção do empreendedor coletivo, estimulando a propagação do associativismo e do cooperativismo. Apesar das imprecisões semânticas e do enquadramento teórico inconsistente do discurso atual do empreendedorismo e da cooperação, seus conteúdos simbólicos e culturais inserem-se em universo de representações mentais ou realidades conceituais que, na acepção clássica, reportam a matrizes teórico-culturais distintas, a padrões diferentes de solidariedade social e a conteúdos específicos de socialização.

Ao transbordar da área dos negócios e se espalhar no tecido social mais amplo, o empreendedorismo descola-se gradativamente da matriz teórica e ideológica e da teia de significados de cunho liberal e se apropria de conteúdos mais próximos das vertentes comunitaristas, como cooperação, solidariedade, reciprocidade e confiança. A tensão entre empreendedorismo e cooperação, no campo conceitual, se esmorece quando ambos perdem características originárias para se converterem em híbridos: o empreendedorismo ressignificado se despoja da dimensão individualista e do economicismo; por sua vez, a cooperação é uma ação instrumental em torno de interesses e de objetivos estratégicos, direcionada para o mercado, portanto, distante de um padrão de relações sociais, fundado na lógica afetiva, familiar e comunitária. Não se trata da cooperação sustentada pelo compartilhamento de significados e de valores típicos de “estruturas comunitárias”, mas sim pelo compartilhamento de interesses típicos das “estruturas coletivas” (Giddens, 1997; Lash,

1997). Se a rede de relações pode ser instrumentalizada por indivíduos ou permanecerá como patrimônio da coletividade é uma questão aberta, pois depende da mobilização e da eficiência dos atores.

A genealogia das ideias ou dos conceitos que nutrem o discurso contemporâneo sobre o empreendedorismo, capital social, capital humano e desenvolvimento remete a diversos registros teóricos e se apresenta fortemente marcada pelo repertório analítico oriundo dos modelos econômicos e das ciências da organização. Outras ideias e conceitos presentes neste discurso, como cooperação e capital social, integram o patrimônio conceitual das Ciências Sociais, tais como: solidariedade (Durkheim); associação (Weber e Tocqueville); e capital social (Coleman e Bourdieu). O aparente dualismo ou ambiguidade entre empreendedorismo e cooperação se desfaz na concepção do mercado como construção social, tal como emerge do aporte teórico da sociologia econômica.

Referências

- ABRAMOVAY, R. (1998). **Capital social: cinco proposições sobre desenvolvimento rural**. II Fórum CONTAG de Cooperação Técnica, São Luís (MA), 6 a 8 de dezembro, 16p.
- _____. (2004). **Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais**. Tempo Social. Revista de Sociologia da USP, v.16, n.2, p.35-64, novembro de 2004.
- ABU-EL-HAJ, J. (1999). **O debate em torno do capital social: uma revisão crítica**. BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, n.47, p.65-79.
- ADDIS, C.; GOMES, E. R. (2001). "Um outro lado da liberalização: impactos sociais transformadores do apoio ao Sebrae às micro e pequenas empresas". In: Guimarães, N. A.; Martin, S. **Competitividade e desenvolvimento: atores e instituições locais**. São Paulo: Editora do Senac, São Paulo.
- ALBAGLI, S.; MACIEL, M. L. (2003). "Capital social e desenvolvimento local". In: Lastres, M. H.; Cassiolato, J. E.; Maciel, M. L. **Pequena empresa: cooperação e desenvolvimento local**. Rio de Janeiro: Relume Dumará.

- BOURDIEU, P. (1980). **Le capital social – notes provisoires**. Actes de la recherche em sciences sociales. Paris, n.31, p.2-3.
- CAPORALI, R.; VOLKER, P. (Org.). (2004). **Metodologia de desenvolvimento de arranjos produtivos locais: Projeto Promos-Sebrae-BID: versão 2.0**, Brasília: Sebrae-NA.
- CARLAND, J.; HOY, F.; BOULTON, W.; CARLAND, J. A. (1984). **Differentiating entrepreneurs from small business owners: a conceptualization**. The Academy Management Review, p.354-9.
- COLBARI, A. (2007). **A retórica do empreendedorismo e a formação para o trabalho na sociedade brasileira**. SIN AIS. Revista Eletrônica, Vitória (ES), v.1, p.1-28.
- COLEMAN, J. (1990). **Foudations of social theory**, Cambridge, Harvard University.
- CYPRIANO, C. A. (2004). **Pequena empresa, desenvolvimento social e ação institucionalizadora do Sebrae**. Tese de Doutorado, Escola de Administração, UFBA.
- DORNELAS, J. C. A. (2003). **Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar em sua empresa**. Rio de Janeiro: Elsevier.
- DURKHEIM, E. (1999). **Da divisão do trabalho social**. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes.
- FIALHO, F. M. (2008). **As múltiplas definições do conceito de capital social**. BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, n.65, p.71-87.
- EVANS, P. (1996). **Government action, social capital and development: reviewing the evidence on synergy**. *World Development*, v.24, n.6, p.1119-1132.
- GERSHENKRON, A. (2000). "The Modernization of Entrepreneurship". In: Swedberg, R. (Ed.) **Entrepreneurship: the social science view**. Oxford: Oxford University Press.
- GIDDENS, A. (1997). "A vida em uma sociedade tradicional". In: Beck, U; Giddens, A.; Lash, S. **Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social**. São Paulo: Editora da UNESP.

- GRANOVETTER, M. (1985). *Economics action and social structure: the problem of embeddedness*. American Journal of Sociology, Chicago, v.91, n.3, p.71-87.
- _____. (1973). *The strength os weak ties*. American Journal of Sociology, v.78, n.6, p.1360-1380.
- HARVEY, D. (1992). *A condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola.
- KANTER, E. M. (2000). "When a Thousand Flowers Bloom". In: Swedberg, R. (Ed.) *Entrepreneurship: the social science view*. Oxford: Oxford University Press.
- LASH, S. (1997). "A reflexividade e seus duplos: estrutura, estética e comunidade". In: Beck, U; Giddens, A.; Lash, S. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social*. São Paulo: Editora da UNESP.
- LÉVESQUE, B. (2004). *Empreendedor coletivo e economia social: outra forma de empreender*. Revista Virtual de Gestão de Iniciativas Sociais, v.1, p.44-64.
- LIN, N. (2001). *Social capital: a theory of social structure and action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LINDHOLM, C. (1993). *Carisma: êxtase e perda de identidade na veneração do líder*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- LIPSET, S. M. (2000). "Values and Entrepreneurship in the Americas". In: Swedberg, R. (Ed.) *Entrepreneurship: the social science view*. Oxford: Oxford University Press.
- LÓPEZ-RUIZ, O. J. (2004). *O 'ethos' dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo*. Tese de Doutorado. Departamento de Sociologia do IFCH-Unicamp.
- LOW, M.; MACMILLAN, I. (1988). *Entrepreneurship: past research and future challenges*. *Journal of Management*, 35, p.139-161.
- MANCUSO, H. (2002). *Sebrae: 30 anos parceiro dos brasileiros*. Brasília: Sebrae/NA.

- MARTINELLI, A. (1994). "Entrepreneurship and Management". In: Smelser, N; Swedberg, R. (Ed.). *The handbook of economics sociology*. Princeton: Princeton University Press.
- MCCLELLAND, D. (1961). *The achieving society*. New York: Van Nostrand.
- MEAD, M. (1937). *Cooperation and competition among primitive people*. Nova York: McGraw-Hill.
- MELO, N. M. (2008). *SEBRAE e empreendedorismo: origem e desenvolvimento*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. São Carlos: UFSCar.
- MILANI, C. (2004). *Teorias do capital social e desenvolvimento local: Lições a partir da experiência de Pintadas (Bahia, Brasil)*. *Organizações & Sociedade*, v.11, Edição Especial, p.95-113.
- OGBOR, J. (2000). *Mythicizing and reification in entrepreneurial discourse: ideology-critique of entrepreneurial studies*. *Journal of Management Studies*, 37:5, p.605-35.
- PUTNAM, R. (1996). *Comunidade e democracia: a experiência da Itália Moderna*. Rio de Janeiro: Ed. da Fundação Getúlio Vargas.
- REIS, B. P. W. (2003). *Capital social e confiança: questões de teoria e método*. *Revista de Sociologia e Política*, n.21, p.35-49, novembro.
- SACHS, I. (2005). *Desenvolvimento e cultura. Desenvolvimento da cultura. Cultura do desenvolvimento*. *Organização & Sociedade*, v.12, n.33, p.151-165, abr/jun.
- _____. (1998). *O desenvolvimento enquanto apropriação de direitos humanos*. *Estudos Avançados*, 12 (33), p.149-156.
- SCHUMPETER, J. A. (1982). *A teoria do desenvolvimento econômico*. São Paulo: Abril Cultural.
- SEBRAE. (2001). *Referenciais para uma nova práxis educacional*. Série Documentos. 2. ed. Brasília: Edições Sebrae, 2001.

- _____. (2005). *Relatório de gestão estratégica do sistema SEBRAE*. Brasília: Sebrae/NA.
- _____. (2009). *Cultura da cooperação. Série empreendimentos coletivos*. Brasília: SEBRAE.
Disponível em: <www.sebrae.com.br>.
- _____. (2012). *Relatório de gestão do exercício 2012*. Brasília: Sebrae-NA.
- SEN, A. K. (2000). *Desenvolvimento com liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras.
- STEVENSON, H; JARILLO, J. (1991). "A new entrepreneurial paradigm". In: Etzioni, A; Lawrence, P. (Ed.). *Socio-economics: toward a new synthesis*, New York: M. E. Sharp.
- SWEDBERG, R. (2000). "The social science view of entrepreneurship: introduction and practical applications". In: Swedberg, R. (Org.). *Entrepreneurship: the social science view*. New York: The Oxford University Press.
- TOCQUEVILLE, A. (1969). *Democracia na América* (edição condensada por Richard Heffner). São Paulo: Companhia Editora Nacional/EDUSP.
- WANDERLEY, F. (1999). *Pequenos negócios, industrialização local e rede de relações econômicas: uma revisão bibliográfica em sociologia econômica*. BIB. Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, n. 48, p. 15-49, 2º semestre.
- ZEN, A. C.; FRACASSO, E. M. (2008). *Quem é o empreendedor? As implicações de três revoluções tecnológicas na construção do termo empreendedor*. RAM. Revista de Administração Mackenzie, v.9, n.8, Edição Especial, p.135-150, nov./dez. 2008.
Disponível em: <www.scielo.br/pdf/ram/v9n8/a08v9n8.pdf>. Acesso: 10 abr. 2014.

Abstract: This article construction has been anchored on an analysis of Sebrae's institutional documents, which allowed us to carry on a mapping of the rhetorical contents that found entrepreneurship and cooperation incorporation as the institution performance axis. These phenomena have originally been placed by distinct standards of interests and values, and they fit into a discourse mode that, simultaneously, set the importance and legitimacy of small businesses, and also of non-salary individual and collective strategies of productive inclusion. On an explanatory-comprehensible picture design that associates entrepreneurship and cooperation, one can highlight the social capital concept as an ever-greater current reference in the debates on social development and promotion public policies.

Key words: Sebrae; social capital; entrepreneurship; cooperation; small businesses.

Resumen: La construcción de este artículo se basa en un análisis de los documentos institucionales producidos por el Sebrae, por lo que es posible llevar a cabo el mapeo del contenido retórico que subyacen a la incorporación de el emprendedorismo y la cooperación como ejes de acción de la institución. Originalmente referenciado por patrones distintos de los intereses y valores, estos fenómenos se articulan en un discurso que afirma al mismo tiempo la importancia y la legitimidad de las pequeñas empresas y las estrategias individuales y colectivas de los trabajadores autónomos de inclusión productiva. En la delimitación de un marco explicativo-compreensivo que asocia el emprendedorismo y la cooperación, el concepto de capital social se destaca; el es cada vez más presente en las investigaciones sobre las políticas públicas de desarrollo y el bienestar.

Palabras clave: Sebrae; capital social; emprendedorismo; cooperación; pequeñas empresas.