

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

ANÁLISE DE UM MOVIMENTO LOCAL DE
EMPREENDEDORISMO POR MEIO DA ABORDAGEM DOS
CAMPOS DE AÇÃO ESTRATÉGICA

Sergio Ricardo Mazini

SÃO CARLOS
2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

**ANÁLISE DE UM MOVIMENTO LOCAL DE
EMPREENDEDORISMO POR MEIO DA ABORDAGEM DOS
CAMPOS DE AÇÃO ESTRATÉGICA**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos, como parte dos requisitos para obtenção do título de Doutor em Engenharia de Produção.

Sergio Ricardo Mazini
Orientador: Prof. Dr. Silvio Eduardo Alvarez Candido
Coorientadora: Profa. Dra. Karina Gomes de Assis

SÃO CARLOS
2024



UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de Ciências Exatas e de Tecnologia
Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção

Folha de Aprovação

Defesa de Tese de Doutorado do candidato Sergio Ricardo Mazini, realizada em 26/02/2024.

Comissão Julgadora:

Prof. Dr. Silvio Eduardo Alvarez Candido (UFSCar)

Profa. Dra. Karina Gomes de Assis (UFSCar)

Prof. Dr. Julio Cesar Donadone (UFSCar)

Prof. Dr. Jose Alcides Gobbo Junior (UNESP)

Prof. Dr. Bruno Brandão Fischer (UNICAMP)

Prof. Dr. Luciano Rossoni (UnB)

O Relatório de Defesa assinado pelos membros da Comissão Julgadora encontra-se arquivado junto ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção.

DEDICATORIA

Dedico esse trabalho a Mirian, amada esposa e companheira de todos os momentos, e a Isabela minha filha amada e carinhosa, que me apoiaram e que sempre estiveram comigo ao longo deste trabalho e de outros momentos especiais em minha vida.

AGRADECIMENTOS

Os meus agradecimentos são direcionados à UFSCar e a todo o departamento de Engenharia de Produção pela receptividade e acolhida durante toda a trajetória até aqui realizada para que pudéssemos chegar a este momento.

Aos professores e colegas de doutorado e mestrado que sempre estiveram dispostos a compartilhar conhecimento e colaborar com o meu desenvolvimento e a elaboração deste trabalho.

Aos atores do Voti Valley que contribuíram de alguma forma para que esta pesquisa fosse concretizada.

Um agradecimento especial à professora Karina Gomes de Assis e ao professor Silvio Eduardo Alvarez Candido por todo o aprendizado e orientações recebidas e que levo para minha vida profissional e pessoal.

E a meus pais, Osvaldo Mazini (*in memoriam*) e Maria José Brazini Mazini, pela educação e valores que fizeram parte da minha formação e caráter.

EPÍGRAFE

“Os covardes nunca tentam, os fracos nunca terminam, os vencedores nunca desistem”

Norman Vincent Peale

RESUMO

As mudanças e transformações do capitalismo ao longo dos anos, como a financeirização e o capitalismo de plataforma, formam um pano de fundo que contribui para uma reflexão das mudanças ocorridas em relação a temática empreendedora. Nesse contexto, identificou-se o surgimento de novas formas de pensarmos e realizarmos a prática empreendedora, como por meio de modelos de negócios associados ao termo *startups*. Esta tese propõe analisar o processo de mobilização em um movimento local de empreendedorismo denominado Voti Valley, situado a partir da cidade de Araçatuba no estado de São Paulo, usando a perspectiva da Sociologia Econômica e da abordagem dos Campos de Ação Estratégica. Essa análise permite investigar as relações de forças existentes na estruturação de um novo campo, bem como os recursos e interações que são movimentados nesse processo. O método utilizado foi o do estudo de caso com uma abordagem qualitativa, e a coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas e da observação participante. O estudo possibilitou compreender as dinâmicas dos campos que formam o Voti Valley e os interesses e as disputas de poder entre os atores participantes e permitiu a compreensão da realidade local por meio da perspectiva sociológica. Concluiu-se que o movimento foco do estudo se apresenta como um campo emergente que concentra em um único ator dominante a responsabilidade por determinar as diretrizes que estão sendo praticadas, estando as regras de governança ainda em processo de construção e validação. Verificou-se ainda a necessidade de um melhor alinhamento entre todos os campos e atores envolvidos para que a evolução e o amadurecimento do movimento possa ocorrer, mesmo sabendo que um campo nunca será harmônico de acordo com a Teoria dos Campos de Ação Estratégica.

Palavras-chave: Campos de ação estratégica; empreendedorismo; *startups*; Voti Valley.

ABSTRACT

The changes and transformations of capitalism over the years, such as financialization and platform capitalism, form a backdrop that contributes to a reflection of the changes that have occurred in relation to the entrepreneurial theme. In this context, the emergence of new ways of thinking and carrying out entrepreneurial practice was identified, such as through business models associated with the term startups. This thesis proposes to analyze the mobilization process in a local entrepreneurship movement called Voti Valley, located in the city of Araçatuba in the state of São Paulo, using the perspective of Economic Sociology and the Strategic Action Fields approach. This analysis allows us to investigate the relations of forces that exist in the structuring of a new field, as well as the resources and interactions that are moved in this process. The method used was a case study with a qualitative approach, and data collection was carried out through semi-structured interviews and participant observation. The study made it possible to understand the dynamics of the fields that form the Voti Valley and the interests and power struggles between the participating actors and allowed the understanding of the local reality through a sociological perspective. It was concluded that the movement that is the focus of the study presents itself as an emerging field that concentrates on a single dominant actor the responsibility for determining the guidelines that are being practiced, with the governance rules still in the process of construction and validation. There was also a need for better alignment between all fields and actors involved so that the evolution and maturation of the movement can occur, even knowing that a field will never be harmonious according to the Theory of Fields of Strategic Action.

Keywords: Strategic action fields; entrepreneurship; startups; Voti Valley.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 2.1 -	Características de estruturação dos campos de ação estratégica	51
Figura 2.2	Campos de ação estratégica e o ambiente de ações coletivas	55
	Distribuição temporal de artigos contendo os tempos	
Figura 4.1	pesquisados	61
Figura 4.2	Evolução temporal da mobilização dos atores do movimento	77
Figura 4.3	Adesão de novos atores ao processo de mobilização	93
Figura 4.4 -	Visão Geral do CAE: Voti Valley.	114

LISTA DE TABELAS

Tabela 4.1	Resumo quantitativo dos atores do Voti Valley	110
Tabela 4.2	Resumo quantitativo dos atores dominantes e desafiantes do Voti Valley...	110
Tabela 4.3	Total de Comunidades de <i>Startups</i> por região do Brasil.....	118

LISTA DE QUADROS

Quadro 2.1	Os conceitos da teoria dos campos de ação estratégica.....	55
Quadro 3.1	Atores do movimento que foram entrevistados	63
	<i>Startups</i> participantes do programa STARTUP SP Araçatuba em	
Quadro 4.1	2019	74
Quadro 4.2	Os grupos de trabalho e os atores participantes	89
Quadro 4.3	Os campos e atores do movimento local de empreendedorismo...	115
Quadro 4.4	Algumas empresas e <i>startups</i> estabelecidas no Voti Valley	116
Quadro 4.5	Comunidades de <i>startups</i> por região do Brasil	118
	Ações desenvolvidas no movimento regional de	
Quadro 4.6	empreendedorismo nos últimos 11 anos.....	121
	<i>Startups</i> participantes do programa START Cidades no ano de	
Quadro 4.7	2022	126

LISTA DE SIGLA E ABREVIACÕES

ABSTARTUPS	Associação Brasileira de <i>Startups</i>
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CAE	Campos de Ação Estratégica
CASE	Conferência Anual de <i>Startups</i> e Empreendedorismo
CIESP	Centro das Indústrias do Estado de São Paulo
FAPESP	Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo
PITCE	Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior
SEBRAE	Serviços Brasileiro de apoio às micro e pequenas empresas
TCAE	Teoria dos Campos de Ação Estratégica
TI	Tecnologia da Informação

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	15
1.1 Contextualização	15
1.2 Objetivos	18
1.3 Justificativas	19
1.4 Estrutura da Tese	20
2. O CONTEXTO DE TRANSFORMAÇÕES DO CAPITALISMO	22
2.1 Das transformações do capitalismo e o surgimento de um “novo espírito”	22
2.1.1 Financeirização	35
2.1.2 Capitalismo de plataforma	40
2.2 A abordagem dos campos de ação estratégica	45
2.2.1 Emergência e mudanças nos campos	45
2.2.2 O posicionamento dos atores no campo e o processo de mobilização emergente	52
2.2.3 O Capital Social e a Habilidade Social dos atores	54
2.2.4 Os frames nos campos de ação estratégica.....	59
3. MÉTODO DE PESQUISA	63
4. O MOVIMENTO VOTI VALLEY: OS ANTECEDENTES, A GÊNESE, E A REFORMULAÇÃO	68
4.1. O novo espírito do empreendedorismo e a ascensão do frame das startups no Brasil	68
4.2 Os antecedentes do “novo espírito” do empreendedorismo na região (tempo 1).....	69
4.3 A gênese do Hell Valley: uma nova “onda” de empreendedorismo tecnológico (tempo 2)	73
4.4 A reformulação do movimento Hell Valley para o Voti Valley (tempo 3).....	87
4.5 Análise dos campos e principais atores do movimento.....	102
4.5.1 Campos Estatais	102
4.5.2 Campo Consultorias	109
4.5.3 Campo Mercado	112
4.5.4 Campo Acadêmico	114
4.6 Visão Geral do movimento Voti Valley.....	117
4.7 Linha histórica de ações realizadas e principais ações do movimento.....	127
4.7.1 STARTUP WEEKEND e STARTUP SP	131
4.7.2 START e START U.....	132
4.7.3 Voti Conecta.....	138
4.7.4 Voti Learning	138
4.7.5 Café com Mentoria.....	139
4.8 Análise dos aspectos facilitadores e entraves do movimento.....	140
5. DISCUSSÕES	144

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	158
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	161
ANEXO A – QUESTIONÁRIO CAMPOS ESTATAIS	169
ANEXO B – QUESTIONÁRIO CAMPO CONSULTORIAS	173
ANEXO C – QUESTIONÁRIO CAMPO MERCADO	176
ANEXO D– QUESTIONÁRIO CAMPO ACADÊMICO	179

1. INTRODUÇÃO

Neste capítulo, são apresentados a contextualização da pesquisa e a abordagem teórica utilizada como referencial para o desdobramento da tese. Segue-se com a apresentação dos objetivos da pesquisa, justificativas, o método utilizado, finalizando com a apresentação da estrutura da tese.

1.1 Contextualização

Uma das principais características que moldam o capitalismo é a sua capacidade de sofrer evolução e adaptações ao longo dos anos, buscando se adequar as mudanças ocorridas na sociedade em geral. Segundo Boltanski e Chiapello (2009), a dinâmica ideológica do capitalismo passou por três grandes transformações desde o final do século XIX, associadas ao que os autores chamam de “espíritos do capitalismo”, que servem para justificar o engajamento nas práticas capitalistas e buscam compreender as condições para o processo de mobilização de atores na busca pelos lucros e resultados.

A primeira transformação ocorreu no fim do século XIX e é caracterizada pela figura do “burguês empreendedor” que se aventurava na especulação, no risco e na inovação. Nesta fase, a principal justificativa de engajamento dos atores estava nos próprios valores da burguesia, que buscavam autonomia e liberdade em relação as práticas tradicionais vivenciada pelas famílias e onde a principal motivação se dava em razão da libertação das comunidades locais e a busca pelo progresso.

A segunda fase ocorreu entre os anos 1930 e 1960, caracterizando-se menos pelas iniciativas individuais e mais pelas organizações centradas no desenvolvimento industrial da época. Nesta fase, o desenvolvimento econômico era a principal justificativa para o engajamento dos atores, representados pelas grandes empresas integradas e simbolizadas pelos diretores assalariados e onde a principal motivação se dava pelas oportunidades na carreira e a posições de poder que se poderiam conquistar .

A terceira fase, é descrita como um ambiente de capitalismo globalizado e de novas tecnologias, na qual ocorre o que os autores chamam de “novo espírito do capitalismo”. Esta nova fase, associada à ideologia neoliberal que se configurou na década de 1980, contribuiu para mudanças no contexto organizacional como, por exemplo, a intensificação e possibilidade da instituição de projetos, muitas vezes terceirizados, que acabaram impactando na geração de

novas oportunidades de empreendedorismo proporcionado principalmente pelas novas tecnologias emergentes. Nesta fase, a dinâmica e oportunidades proporcionada pelos projetos é uma das principais justificativas no engajamento dos atores participantes, além da ausência de chefes autoritários, as organizações buscavam constante mudanças por meio da inovação e criatividade.

Neste contexto de evolução, segundo Harvey (2010), o capitalismo vivencia os processos de globalização dos mercados de trabalho, o aumento dos fluxos internacionais do capital. Outro fator a ser considerado é o da financeirização, o qual as conexões e os impactos, por exemplo, são descritas por Boyer (2000), como a ideia de um regime de acumulação liderado pelas finanças e com um impacto direto nas formas de competição, visando um maior retorno aos acionistas. Na visão de Boltanski e Chiapello (2009), a lógica do mercado está justamente associada a ideia do espírito do capitalismo, enquanto para a financeirização, a lógica do mercado se faz suficiente para a construção da ideologia capitalista.

A partir dos anos 2000, um contexto denominado de capitalismo de plataforma, que surge a partir da evolução do capitalismo financeiro, possibilita o surgimento de novos modelos de negócios, como as *startups*¹, se utilizando dos dados e informações em novos empreendimentos por meio das tecnologias digitais possibilitando a interação de grupos em plataformas como o Google, Facebook, Uber, Airbnb e que representam um novo regime de acumulação ou uma sequência de regimes anteriores. Este contexto cria um pano de fundo que busca discutir e analisar dois diferentes momentos da prática empreendedora, um mais consolidado e tradicional formado pelas empresas já constituídas e atuantes que entendem o ato empreendedor como um processo lento e de grandes desafios e outro mais recente baseado na dinâmica das *startups* que entendem que empreender é uma oportunidade com expectativas de crescimento mais rápido e acentuado, apoiado muito em uma estreita relação que as *startups* podem ter com instituições que as financiam, e onde os desafios são enfrentados em cada fase vivenciada por elas. (SRNICEK, 2017)

Com isso o discurso empreendedor ganha ainda mais força neste cenário, potencializado pelas plataformas digitais e pelas mudanças organizacionais, fomentando iniciativas empreendedoras que possibilitam aos trabalhadores a busca por soluções e alternativas para um mercado de trabalho mais competitivo e flexível. Verifica-se na prática, que o surgimento de

¹ *Startup* é uma empresa que nasce a partir de um modelo de negócio ágil e enxuto, capaz de gerar valor para seu cliente resolvendo um problema real, do mundo real. Oferece uma solução escalável para o mercado e, para isso, usa tecnologia como ferramenta principal (ABSTARTUP, 2022).

movimentos voltados a fomentar e apoiar práticas empreendedoras começam então a despontar em diversas cidades e regiões, como o *boom* ocorrido no Vale do Silício, localizado na Califórnia nos Estados Unidos, a partir da democratização da Internet no final dos anos 1990 e início dos anos 2000. As temáticas da inovação e do empreendedorismo se intensificam e passam a caminhar muito mais próximas, criando um certo discurso que nos apresenta uma espécie de modismo que procura influenciar as práticas empreendedoras para um caminho onde novos paradigmas são apresentados, como os modelos de negócio característicos das *startups*.

Neste contexto, o objeto desta pesquisa é a análise desta espécie de modismo vinculado a inovação e ao empreendedorismo em novas práticas baseadas na lógica e nos modelos de negócios das *startups*, aqui representados por um movimento local de empreendedorismo, denominado Voti Valley, que ocorre a partir da cidade de Araçatuba situada no noroeste do Estado de São Paulo. O Voti Valley tem a participação de diferentes campos envolvidos com o movimento empreendedor, com o objetivo de criar uma identidade e desenvolver a cultura para um novo movimento de inovação e empreendedorismo que começa a surgir na cidade e região, por meio da criação de *startups*, como já é visto em outras localidades do estado de São Paulo e do Brasil.

Este movimento busca desenvolver uma nova cultura, além de potencializar as iniciativas empreendedoras, e faz frente a um modo de empreender mais consolidado e tradicional. Apesar da existência de alguns setores produtivos de destaque na região administrativa de Araçatuba, conforme apresentado anteriormente, não existe ainda por parte do movimento algum tipo de estratégia ou ação focada nestes setores produtivos de destaque, sendo sua atuação mais generalista.

A proposta e contribuição desta tese é apresentar uma abordagem para auxiliar na análise e compreensão do empreendedorismo a partir da lente da sociologia econômica, considerando-o uma construção social, utilizando-se para isso da teoria dos Campos de Ação Estratégica (CAE) que nos permite considerar que o empreendedorismo não é resultado apenas de uma vertente econômica ou comportamental, mas também de uma vertente social e política resultante das interações e interconexões entre atores de diferentes campos, onde vão existir diversas relações de influência e disputas de poder.

A perspectiva teórica empregada na tese, a Teoria dos Campos de Ação Estratégica, possibilitou uma análise dos fenômenos que envolvem o movimento emergente. Entre estes

fenômenos, temos o processo de mobilização emergente no qual pudemos analisar as motivações dos atores participantes a saírem a princípio de seus campos de origem para um novo campo que começa a se formar.

A tese proporcionará compreender como os atores participantes se posicionam, a partir de seus campos, e se relacionam com os demais campos que participam deste movimento, fazendo o uso dos recursos que possuem para persuadir e formatar cenários que os favoreçam. Neste contexto, apresentamos a seguinte questão de pesquisa: Como o discurso da inovação e do empreendedorismo, característicos das *startups*, passou a influenciar o movimento empreendedor no Voti Valley, traduzindo ou não em práticas concretas?

Compreender o surgimento e a evolução de um movimento local de empreendedorismo, no contexto da teoria dos campos de ação estratégica, contribui para entendermos as disputas e narrativas que estão em jogo e que são empregadas para o desenvolvimento da lógica empreendedora através do posicionamento e influência dos atores, pois as transformações ocorridas no sistema capitalista ao longo dos anos ocasionaram mudanças na compreensão do que é empreender e na forma de mobilização dos atores, alterando-se assim as estruturas do movimento empreendedor (SOUZA, HOELTGEBAUM e SILVEIRA, 2008).

1.2 Objetivos

O objetivo desta tese é analisar um movimento local de empreendedorismo por meio da abordagem dos Campos de Ação Estratégica.

Os objetivos específicos a serem desenvolvidos na tese são:

- Identificar os diferentes campos e atores envolvidos no processo de mobilização, apresentando uma análise geral da estrutura de cada campo e as origens e posicionamento dos atores.
- Analisar os *frames* utilizados, pelos diferentes atores, apresentando o entendimento e posicionamento destes atores que ocasionam convergências ou divergências no processo de mobilização.
- Apresentar os aspectos facilitadores e os entraves, identificados nas ações realizadas e nas disputas de poder que ocorrem entre os atores.

1.3 Justificativas

Existem estudos em algumas cidades e regiões do Brasil e do Estado de São Paulo sobre o movimento empreendedor e *startups*, como o caso da cidade de Belo Horizonte com o San Pedro Valley (Pereira, 2017; Dornelas, 2018), as cidades de Florianópolis e São José dos Campos (MINEIRO et.al., 2016), a cidade de Ribeirão Preto (BOMFIM, 2017; BOMFIM e TORKOMIAN, 2019) e cidades como São Paulo, Campinas, Sorocaba, Araraquara, São Carlos, Piracicaba, São José do Rio Preto (ALVES et. al., 2019) que foram baseados em outras abordagens sobre o empreendedorismo.

Esta pesquisa contribui duplamente para a discussão pois traz o estudo de um movimento empreendedor, direcionado pela dinâmica das *startups*, em uma região ainda não estudada e baseada na perspectiva da teoria dos campos de ação estratégica, ainda não explorada pelos estudos sobre tal temática. Vale ressaltar que nenhuma localidade está exposta às mesmas condições, devido às particularidades como a população e o PIB, renda per capita, setores estratégicos e as estruturas sociais e culturais destas regiões, inclusive os atores que a partir de suas percepções sobre o jogo estabelecido direciona as suas ações.

A região administrativa de Araçatuba, formada por 43 municípios, possui um perfil agroindustrial e tem como característica a integração entre as atividades primárias e secundárias. Considerado o maior polo sucroalcooleiro do oeste paulista, possui aglomerados produtivos de destaque como o de couro e o de calçados presente em 16 municípios, além do setor de vestuário e confecção. Por ter uma localização estratégica próxima a hidrovía Tietê-Paraná foi incluída no Sistema Multimodal de Logística do Etanol (DESENVOLVE SP, 2021).

Na região foco desta pesquisa um crescente número de ações vem ocorrendo, principalmente nos últimos sete anos, buscando desenvolver uma nova cultura empreendedora baseada na dinâmica das *startups* e onde a teoria dos campos de ação estratégica pode auxiliar e possibilitar uma melhor compreensão das estratégias utilizadas pelos atores envolvidos e as disputas de poder existentes neste novo movimento e os conflitos em relação aos padrões e saberes já estabelecidos em relação as práticas empreendedoras, o que gera uma ampla agenda de pesquisa afim de compreender as mudanças do movimento empreendedor na cidade e região.

A contribuição teórica desta tese foi aplicar a perspectiva sociológica baseada na Teoria dos Campos de Ação Estratégica para a análise de uma nova perspectiva de empreendedorismo baseada na dinâmica das *startups* justamente por não termos estudos com esta ótica e perspectiva aplicadas aos estudos do empreendedorismo.

Os estudos, encontrados no campo teórico, sobre a formação de movimentos empreendedores prioritariamente abordam aspectos mais econômicos, desenvolvimento da comunidade e impacto social. As abordagens nos estudos sobre o empreendedorismo, ao longo das transformações citadas no início desta introdução, focam principalmente nos estudos de rede que posicionam o empreendedor como um criador de conexões destoando da ideia do empreendedor como um ator individualista ou no estudo das “competências” dos empreendedores como inovação, proatividade e visão para novas oportunidades, contudo, não contemplam uma análise focada nas estratégias utilizadas pelos atores envolvidos afim de se posicionarem e influenciarem outros atores neste processo de mobilização, além das disputas de poder existentes entre atores.

Além disso, compreender as disputas e narrativas em um novo campo ainda não institucionalizado, como o caso apresentado nesta pesquisa, auxilia na construção de uma identidade coletiva e na construção de um modelo de governança, que auxiliarão no desenvolvimento deste novo movimento empreendedor baseado na lógica das *startups* (FLIGSTEIN e McADAM, 2011).

A contribuição empírica desta tese foi poder discutir acerca das estratégias de atuação dos atores envolvidos no movimento empreendedor local, possibilitando assim uma reflexão sobre o momento e o nível de maturidade e governança em que se encontra o próprio movimento, além de identificar as disputas de poder existentes, possibilitando assim discussões e planejamento de ações que possam contribuir com o amadurecimento e crescimento do empreendedorismo baseado na lógica das *startups*.

O próprio autor da presente pesquisa, que atua em um dos campos identificados durante o desenvolvimento da tese: o campo Acadêmico, tem participado de ações realizadas em prol do movimento empreendedor organizadas pelo Voti Valley, além de ter participado com sua empresa de treinamento e consultoria de um programa de aceleração denominado *Start Cidades*, uma parceria do SEBRAE e da ABStartups, onde recebeu mentoria para o desenvolvimento de uma *startup*.

1.4 Estrutura da Tese

Neste Capítulo 1, são apresentados a temática e contextualização da pesquisa e a estruturação do caminho seguido no seu desenvolvimento, onde são apresentados o objeto de

pesquisa e a abordagem utilizada. Segue-se com justificativas, o método utilizado e a estruturação da tese.

No Capítulo 2, busca-se um aprofundamento teórico do contexto de transformações do capitalismo que permite compreender as mudanças ocorridas na conformação de cenários organizacionais e o surgimento de novas possibilidades de empreendedorismo a partir da implementação da lógica de financeirização e do desenvolvimento do conceito de capitalismo de plataforma. Pontos que auxiliam na compreensão das alterações e dinâmicas que impactaram a atividade empreendedora ao longo dos anos.

No Capítulo 3, discute-se o conceito de campo empreendedor, além de apresentarmos os motivos que nos levaram a utilizar nesta tese o termo movimento ao invés de ecossistema. O conceito de empreendedorismo cultural é apresentado e discutido em como pode favorecer os discursos de empreendedores na busca por engajar outros atores que poderão contribuir com o seu empreendimento. Outro conceito abordado é a teoria dos campos de ação estratégica, que permite compreender a estrutura e dinâmica relacionada a composição dos campos e atuação dos atores envolvidos.

No Capítulo 4, apresenta-se o movimento empreendedor denominado Voti Valley, como foram pensados a constituição de cada campo, seus atores e as justificativas para as escolhas e análises apresentadas. São apresentadas também as estratégias de atuação e as disputas de poder identificados após a realização das entrevistas semiestruturadas realizadas junto aos atores atuantes dentro do movimento. Neste contexto, também são apresentadas as análises iniciais do objeto de pesquisa a partir da teoria.

No Capítulo 5, são apresentadas as discussões realizadas do objeto de pesquisa em relação ao referencial teórico abordado e como cada teoria utilizada na pesquisa, bem como a combinação das teorias utilizadas, contribuiu na análise dos dados coletados e na obtenção dos resultados, propiciando as contribuições da tese.

No Capítulo 6, são apresentadas as considerações finais e conclusões em relação ao estudo, além da proposta de uma agenda de pesquisas futuras em relação a temática abordada.

2. O CONTEXTO DE TRANSFORMAÇÕES DO CAPITALISMO

Neste capítulo busca-se um aprofundamento teórico do contexto de transformações do capitalismo que contribuem para uma reflexão sobre as mudanças ocorridas na conformação de cenários organizacionais e o surgimento de novas possibilidades de empreendedorismo. As duas principais teorias abordadas neste capítulo são o novo espírito do capitalismo que busca apresentar as implicações para um novo modo de empreender e a teoria dos campos de ação estratégica que busca apresentar os processos de emergência e mudanças apresentadas neste novo cenário.

2.1 Das transformações do capitalismo e o surgimento de um “novo espírito”

As reflexões iniciais sobre o surgimento do capitalismo moderno se dão a partir das ideias e dos argumentos propostos por Weber (2004), que aborda uma força inicial em um momento de expansão do capitalismo, principalmente na segunda metade do século XIX e início do século XX. Segundo Weber, é no protestantismo, baseado na ética calvinista, que se encontra uma justificação divina para a aprovação da acumulação capitalista e do comportamento que contém os elementos essenciais da atitude que ele denominou de espírito do capitalismo, caracterizando assim uma mentalidade e um modo de conduta. Na forma como é expressa por Weber, o moderno espírito do capitalismo, é representado pelo homem que trabalha de forma árdua e que busca fazer o seu melhor não somente por obrigação, mas também como um sinal de virtude e satisfação pessoal, seguindo uma conduta ascética do puritanismo e mostrando-se apto para a tarefa de organização das empresas e para a racionalização da economia. A visão de espírito do capitalismo está ligada ao *éthos*, ou seja, um conjunto dos costumes e hábitos fundamentais para justificar o engajamento no capitalismo (TARGINO, 2017).

Posteriormente, outras influências em relação ao comportamento e as práticas capitalistas podem ser identificadas e que são fundamentais para entender o comportamento das organizações e dos indivíduos em situações de insatisfação e engajamento, como as apresentadas por Albert Hirschman, a partir da primeira metade do século XX. Hirschman reconheceu o potencial do capitalismo para gerar inovação e crescimento econômico. Ele valorizava a capacidade do sistema de estimular a concorrência e a busca pelo lucro, o que poderia levar a melhorias na eficiência e na qualidade dos produtos e serviços. Ao mesmo tempo, Hirschman destacou as contradições e limitações inerentes ao capitalismo. Ele argumentava que o capitalismo poderia gerar desigualdades econômicas significativas, criar instabilidade

financeira e levar a crises periódicas. Hirschman estava interessado nas reações e formas de resistência que surgiam em resposta às falhas e injustiças do capitalismo. Ele explorou como as pessoas poderiam optar por sair do mercado ou buscar alternativas não convencionais para resolver problemas econômicos e sociais. Uma de suas contribuições mais importantes foi a teoria da "possibilidade da ruptura" (*exit, voice, and loyalty*), que descreve as diferentes maneiras pelas quais os indivíduos podem responder a situações insatisfatórias dentro de organizações ou sistemas. Segundo essa teoria, as pessoas podem optar por "sair" (*exit*), abandonando a situação, ou "falar" (*voice*), expressando suas preocupações e tentando mudar as coisas de dentro. Albert Hirschman ofereceu uma visão do capitalismo, reconhecendo tanto suas potenciais vantagens quanto suas falhas e desafios. Sua obra estimulou reflexões críticas sobre as dinâmicas do sistema econômico e as maneiras pelas quais as pessoas respondem a elas.

A partir da segunda metade do século XX, a Escola de Regulação, originada na França nas décadas de 1970 e 1980, onde os regulacionistas franceses argumentam que as organizações desempenham um papel essencial na regulação das atividades econômicas, moldando as relações entre os atores econômicos e influenciando o funcionamento dos mercados. Eles se concentram em entender as mudanças institucionais e as formas como essas mudanças afetam o desempenho econômico. A Escola Regulacionista Francesa oferece uma perspectiva crítica sobre o capitalismo, destacando a importância da regulação política e institucional na estabilidade e transformação do sistema econômico. A escola enfatiza a ideia de que o capitalismo não é apenas um sistema econômico, mas também um sistema social e político que requer mecanismos de regulação para funcionar de forma estável. Eles propõem a existência de diferentes "modos de regulação" que organizam a economia e a sociedade em períodos históricos específicos. A Escola Regulacionista argumenta que as crises são inerentes ao capitalismo e resultam de desequilíbrios entre diferentes partes do sistema econômico e entre as forças do mercado e as instituições de regulação. Eles veem as crises não como anomalias, mas como parte integrante da dinâmica do capitalismo. Destacam a importância das instituições e normas sociais na estabilidade e na mudança do capitalismo. Eles argumentam que as instituições, incluindo o Estado, desempenham um papel fundamental na criação de condições para o funcionamento eficiente do sistema econômico e na mitigação de suas falhas. A Escola Regulacionista também se interessa pela ideia de hegemonia, argumentando que diferentes modos de regulação refletem a ascendência de certas ideias, valores e interesses sobre outros. Eles exploram como as mudanças de paradigma, como a transição do fordismo para o pós-

fordismo, afetam a estrutura e a dinâmica do capitalismo. Os regulacionistas também se preocupam com as condições de reprodução do sistema capitalista, incluindo a distribuição de renda, o papel do Estado na economia e as relações de poder entre diferentes atores sociais. Eles argumentam que a estabilidade do capitalismo depende da capacidade de satisfazer as necessidades básicas da população e de garantir um equilíbrio aceitável de poder. A Escola Regulacionista Francesa oferece uma análise crítica do capitalismo, destacando a importância das instituições, das relações de poder e das ideias na organização e na transformação do sistema econômico. Eles enfatizam a necessidade de políticas e instituições que promovam a estabilidade e a justiça social dentro do contexto do capitalismo (DU GAY e MORGAN, 2014).

Esse sistema capitalista que está em constante transformação é abordado por Boltanski e Chiapello (2009), em um momento posterior e mais recente situado a partir do final da década de 1980, que fazem uma crítica a sustentação da ordem capitalista apenas em razão da acumulação de capital, argumentam a necessidade constante de se justificar o engajamento na prática capitalista, no qual os atores participantes precisam incorporar modos de ações relacionados a essas práticas vigentes. Para Boltanski e Chiapello (2009), a visão de espírito do capitalismo está mais ligada aos modos de organização das empresas e os processos de obtenção de lucro possibilitando com isso demonstrar as transformações ocorridas no capitalismo ao longo dos anos, através de uma divisão em três espíritos do capitalismo que apresentam as mudanças ideológicas que acompanharam tais transformações.

O primeiro espírito do capitalismo, do fim do século XIX, é caracterizado pela figura do burguês empreendedor que assume todo o risco e especulação proveniente da atividade de empreender, mas que proporciona uma emancipação das comunidades locais e da dependência da terra e da família (FORNO, 2014). A lógica empreendedora desta primeira fase é caracterizada por iniciativas individuais e sem maiores integrações com outros atores, predominando as práticas empreendedoras que vinculavam muito o sucesso dos empreendimentos ao sucesso da família, onde o engajamento era justificado muito mais em razão de um progresso do que no liberalismo econômico.

O segundo espírito do capitalismo, no início do século XX, é caracterizado pelo crescimento de produtividade e a formação de uma economia industrial. Neste período ocorre a predominância da grande empresa capitalista e a figura do diretor representa bem o modelo industrial desta época (OLIVEIRA e MEIRA, 2013). A lógica empreendedora desta segunda fase é caracterizada pelo aumento das iniciativas, agora não apenas individuais, e potencializadas principalmente pelas inovações surgidas no âmbito industrial.

O terceiro espírito do capitalismo, a partir dos anos 1960 e que foi denominado por Boltanski e Chiapello (2009) de “novo espírito do capitalismo”, é caracterizado em seu início pela descentralização e autonomia, onde as empresas se baseiam nos resultados para a “cobrança” dos gestores. Posteriormente, nos anos 1990, o que se vê é um cenário maior liberdade, justificada pelo que os autores denominam de cidade por projetos, onde as palavras de ordem são a criatividade e a flexibilidade proporcionada pela atuação em projetos, baseando a lógica empreendedora.

Entretanto, vale ressaltar que está sendo abordado neste tópico o sistema capitalista em momentos distintos ao longo da linha do tempo, portanto, em contextos diferentes. Neste contexto, pode-se verificar como a lógica empreendedora evoluiu inicialmente, sendo considerada uma iniciativa individual baseada em justificações religiosas, como proposto no primeiro espírito do capitalismo e que passou posteriormente a uma lógica motivada pelo crescimento econômico, principalmente de grandes empresas no segundo espírito do capitalismo, e que agora se depara neste “novo espírito do capitalismo” com mudanças no contexto organizacional que possibilitam o surgimento e a ampliação de iniciativas empreendedoras em um contexto de expansão e apoiado pelas novas tecnologias e pela prestação de serviços e a realização de projetos. Como contraponto, os críticos em relação ao “novo espírito do capitalismo” apontam que a autonomia e o empreendedorismo individual podem levar a uma diminuição das relações sociais e a fragmentação dos trabalhadores, onde a ênfase na competitividade individual pode prejudicar a colaboração entre os trabalhadores (SENNETT, 2005).

O capitalismo industrial, muito caracterizado pelas práticas do segundo espírito do capitalismo, conclui a partir do final da década de 1970, um ciclo onde a produção de bens e serviços é o ponto central na geração de lucro e um novo período que apresenta uma mudança para uma lógica financeira é iniciado, no qual passa a vigorar a regra do “dinheiro que gera dinheiro”, um processo de acumulação por espoliação no qual a maior parte do lucro é obtido através de aplicações no mercado financeiro e não é reinvestido na produção. Nesta nova fase, denominada de financeirização e propiciada pelos reflexos das mudanças apresentadas no novo espírito do capitalismo, apresenta um novo contexto dando continuidade ao processo de evolução das práticas capitalistas onde o poder dos acionistas é reforçado e as recompensas em razão do desempenho organizacional são exaltados, além disso, os contratos de trabalho são revistos substituindo os tradicionais empregos permanentes por contratos mais contingenciais e se visualiza o *downsizing* da média gerência através da aplicação da melhoria do uso da

tecnologia de informação. (HARVEY, 2010; DiMAGGIO, 2001).

Nas últimas décadas esses processos de transformação caracterizaram-se por uma crescente deslegitimação das empresas burocráticas de produção em massa, que passaram a ser vistas como antiquadas por sua rigidez hierárquica e incapacidade de adaptação a ambientes organizacionais em constante transformação. Ao mesmo tempo, verificou-se, a partir dos anos 1990, a ascensão do modelo de empresa em rede, caracterizado pela adoção de estruturas enxutas, orientadas aos clientes, atuando em rede com parceiros comerciais e com o trabalho organizados em equipes pluridisciplinares e não hierarquizadas (BOLTANSKI; CHIAPELLO, 2009; CANDIDO; SACOMANO NETO; DONADONE, 2019).

Estudos recentes mostram que esse modelo tem se desenvolvido com base no questionamento do planejamento organizacional deliberado e na valorização de uma cultura de experimentação e inovação, ancorada não só na diversidade de conhecimentos técnicos, mas na própria diversidade de pessoas (DUARTE; CANDIDO, 2024). Um dos efeitos dessas transformações ideológicas é a valorização do empreendedorismo tecnológico, que passa a ser visto como a base para o desenvolvimento econômico. Regiões em que empresas tecnológicas se concentram nas economias desenvolvidas, como o Vale do Silício, na Califórnia, passam a ser tidas como referência e imitadas ao redor do globo.

As mudanças ocorridas no capitalismo no final do século XX, segundo Boltanski e Chiapello (2009), relatam a necessidade de uma nova ideologia que justifique e impulsionem o engajamento dos trabalhadores no capitalismo, que a partir deste momento poderá ocorrer através da multiplicidade de projetos que poderão participar e demonstrar sua criatividade, reatividade e flexibilidade, aumentando assim a sua empregabilidade e legitimando o discurso da participação ativa do trabalhador garantindo a lógica na qual o capitalismo opera. Segundo os autores, as formas assalariadas existentes na sociedade industrial não eram mais suficientes para motivar os trabalhadores, apesar das garantias e direitos para o futuro oferecidas pelos capitalistas, pois os trabalhadores perderam a propriedade do seu trabalho e a possibilidade de terem uma vida ativa além da subordinação exigida na sociedade industrial.

Os dois principais protagonistas do capitalismo, de um lado os trabalhadores e de outro os capitalistas, necessitam de uma justificação para que possam efetivamente empenhar-se na prática capitalista. No caso dos trabalhadores, a motivação material de seu salário utilizado para viver já não é suficiente para justificar a participação e empenho e é considerada pouco estimulante. Neste contexto, Zamora (2019) discute dois conceitos considerados centrais, baseado em Boltanski e Chiapello (2009), que suportam este novo espírito do capitalismo: a

justificação e o conceito de cidades.

O conceito de justificação tem relação com a dimensão de valores, ideais e expectativas morais que se tornam lógicas de legitimação em determinados contextos sociais e históricos e deve representar duas dimensões: de um lado as justificações individuais onde uma pessoa encontra os motivos para empenhar-se na empresa capitalista e de outro lado as justificações gerais que aborda o sentido do empenho na empresa capitalista ligada ao bem comum. Boltanski e Chiapello (2009) descrevem como as práticas sociais e econômicas são justificadas e legitimadas na sociedade contemporânea, especialmente no contexto do capitalismo. Os autores argumentam que as instituições, práticas e valores dentro do sistema capitalista precisam ser constantemente justificados e legitimados para serem aceitos pela sociedade. Essa justificação é crucial para manter a ordem social e evitar a contestação ou rebelião contra o *status quo*. Eles identificam diferentes formas de justificação que são usadas para legitimar as práticas do capitalismo. Isso inclui a justificação por referência ao mérito individual (por exemplo, a ideia de que o sucesso econômico é o resultado do esforço pessoal e da competência), a justificação por referência ao interesse geral (como a ideia de que as práticas econômicas beneficiam a sociedade como um todo), e a justificação por referência à ordem natural (por exemplo, a ideia de que as desigualdades econômicas são uma consequência natural da competição). Boltanski e Chiapello argumentam que as formas de justificação do capitalismo mudaram ao longo do tempo. Eles descrevem uma mudança no discurso de justificação do capitalismo, especialmente desde a década de 1970, que passou de uma justificação baseada em valores como segurança e estabilidade (associada ao modelo fordista de produção) para uma justificação baseada em valores como flexibilidade, criatividade e autonomia (associada ao modelo pós-fordista). O conceito de justificação também é importante para entender a crítica e a resistência ao capitalismo. Boltanski argumenta que as práticas e instituições do capitalismo são frequentemente contestadas por indivíduos e grupos que rejeitam as justificativas predominantes e buscam formas alternativas de legitimar suas ações e posições. O conceito de justificação de Boltanski descreve como as práticas e instituições do capitalismo são legitimadas e contestadas na sociedade contemporânea, e como essas dinâmicas influenciam a estabilidade e a transformação do sistema econômico.

O conceito de cidades, como abordado por Boltanski e Thevenot (1991), tem relação com o regime de justificação e serve de referência generalizada quando ocorrem conflitos e disputas entre atores, como os trabalhadores e os capitalistas e servem como pontos de apoio normativos para a construção de justificações (SABOTTKA e SAAVEDRA, 2012). Os autores

apresentam seis categorias de cidades, sendo elas:

- A cidade inspirada, onde a grandeza das pessoas é representada pela ascensão do santo a um estado de graça ou do artista que recebe inspiração;
- A cidade doméstica, onde a grandeza das pessoas depende da sua posição hierárquica numa cadeia de dependências pessoais;
- A cidade da fama, a grandeza depende da opinião alheia, das pessoas que concedem crédito e estima;
- A cidade cívica, a grandeza é o representante de um coletivo cuja vontade geral ele exprime;
- A cidade mercantil, a grandeza é traduzida por aquele que enriquece pondo no mercado as mercadorias mais desejadas;
- A cidade industrial, a grandeza se baseia na eficácia e determina uma escala de capacidades profissionais.

Neste novo espírito do capitalismo surge o conceito de cidades por projetos como forma de justificação deste novo período e que faz referência a um mundo flexível onde existem uma alusão a empresa cuja estrutura é constituída por muitos projetos que associam diversas pessoas as quais participam inclusive de vários projetos (BOLTANSKI e CHIAPELLO, 2009). A cidade por projetos possui três formas de justificação a serem destacadas e que acabam servindo de base para alavancar mais o discurso pró-empresendedorismo, contribuindo com as discussões desta tese, a partir desse novo espírito do capitalismo. A primeira delas é o engajamento que é uma das características determinantes na cidade por projetos, pois permite a mudança do controle externo, realizado por supervisores e chefes, para um autocontrole dos trabalhadores gerando um engajamento baseado e orientado em valores morais relacionados ao bem comum. A segunda delas é a autonomia que é uma das características que aparecem como críticas ao modelo de trabalho fordista e que busca o abandono do controle burocrático e passa a defender uma empresa mais características mais humanas e que os trabalhadores podem buscar a autorrealização. E a terceira, é a alternância que é uma das características que discutem a possibilidade de mudança de trabalho em determinados períodos, possibilitando o engajamento em novos projetos, em diferentes lugares e com diferentes pessoas para manter em evidência o sentido do trabalho.

Em relação a literatura normativa sobre empreendedorismo, que se concentra em prescrever diretrizes, recomendações e princípios de como o empreendedorismo deve ser, identifica-se que ela serve de "*lócus*" para a manifestação e a incorporação dos valores

associados a esse novo espírito, como nos comportamentos e práticas empreendedoras. Assim, o empreendedorismo seria visto como o *locus* onde se inscrevem e expressam as mudanças culturais e sociais associadas ao novo espírito do capitalismo, contexto o qual o empreendedorismo é considerado um terreno onde esse novo espírito se inscreve e se manifesta. Os empreendedores são vistos como agentes que personificam esses valores emergentes, desafiando estruturas tradicionais e promovendo uma abordagem mais individualista e inovadora para enfrentar desafios. Essa perspectiva também destaca a influência de fatores culturais e sociais na promoção do empreendedorismo como uma prática valorizada. A ênfase na autonomia, na criatividade e na flexibilidade como características empreendedoras reflete a mudança nas expectativas sociais e culturais em relação ao trabalho e ao sucesso.

A literatura associada ao novo espírito do capitalismo, como abordada por autores como Boltanski e Chiapello, destaca-se por explorar o empreendedorismo não apenas como uma prática econômica, mas como um fenômeno cultural e social que reflete transformações mais amplas na sociedade contemporânea. Essa perspectiva busca compreender o empreendedorismo não apenas como uma atividade econômica, mas como um *locus* de inscrição do que esses autores denominam de novo espírito do capitalismo. Os autores analisam as mudanças nas práticas e valores do mundo empresarial ao longo do tempo. Eles argumentam que, nas últimas décadas, houve uma transformação no *ethos* do capitalismo, passando de um modelo baseado em hierarquias e burocracias para um modelo mais orientado pelo empreendedorismo e pela busca da inovação.

Essa transição é caracterizada pelo surgimento de um novo espírito que enfatiza a flexibilidade, a adaptação, a criatividade e a autonomia como valores fundamentais. Os autores destacam a ascensão de uma cultura empreendedora que permeia diferentes esferas da sociedade, não se limitando apenas ao mundo dos negócios. O empreendedorismo está intrinsecamente associado aos conceitos do novo espírito do capitalismo, refletindo e impulsionando essa transformação na mentalidade empresarial contemporânea. Este novo paradigma não se trata apenas de buscar o lucro a qualquer custo, mas sim de adotar valores como flexibilidade, inovação e autenticidade como pilares fundamentais do sucesso empresarial, situação a qual o empreendedorismo é alimentado pela flexibilidade, uma característica-chave do novo espírito do capitalismo.

Neste contexto, uma nova reflexão surge em relação ao comportamento e características apropriadas aos empreendedores, que devem buscar se destacar pela sua capacidade de se adaptar rapidamente às mudanças no mercado, identificar oportunidades emergentes e ajustar

suas estratégias conforme necessário. Em um ambiente empresarial cada vez mais volátil e incerto, essa flexibilidade é essencial para o sucesso a longo prazo. Além disso, o empreendedorismo é impulsionado pela inovação, outro princípio central do novo espírito do capitalismo e que nos remete a outras reflexões sobre os comportamentos e características apropriadas aos empreendedores, que devem ser movidos pela busca de soluções criativas e disruptivas para os problemas existentes, aproveitando novas tecnologias, modelos de negócios e formas de pensar para criar valor de maneiras únicas e impactantes. Eles devem desafiar as convenções e estão constantemente procurando maneiras de melhorar e fazer as coisas de forma diferente. O empreendedorismo também está profundamente ligado à autenticidade, um valor que ganhou destaque no contexto do novo espírito do capitalismo. Os empreendedores devem buscar serem genuínos em sua visão e missão, demonstrando que são apaixonados pelo que fazem e que se comprometem com seus valores e princípios, mesmo quando enfrentam desafios, construindo marcas autênticas e relacionamentos significativos com seus clientes (DA COSTA e SARAIVA, 2012)

Apresentado o contexto do novo espírito do capitalismo e suas implicações para o empreendedorismo, existe mais de uma perspectiva em que se enquadra a análise do empreendedorismo e estes estudos passam por diferentes concepções teóricas como (VALE, 2014):

- a vertente econômica, que associa o empreendedor a um executivo que precisa tomar decisões em um ambiente de incertezas, está sempre alerta a novas oportunidades e é capaz de introduzir inovações no mercado;
- a vertente da inovação, que identifica o empreendedor como centro do processo de mudança e transformações econômicas. Para Schumpeter (1934), o termo empreendedorismo é associado a inovação a partir do momento em que novos recursos são combinados ou introduzidos diferenciando-se dos recursos já existentes, o que leva, através da reformulação da ordem econômica por meio da introdução de novos produtos e serviços ao desenvolvimento econômico;
- a vertente da psicologia, que atribui o empreendedor a fatores internos, valores e motivações humanos que possibilitam a promoção do desenvolvimento econômico;
- a vertente sociológica, que relaciona o empreendedor ao contexto e relações sociais e afirma que as estruturas econômicas mudam com o tempo e o empreendedor possui um papel neste processo de mudança;
- a vertente da sociologia econômica, que analisa, de acordo com Granovetter (2007),

o empreendedor no centro de duas imersões: a relacional e a estrutural. A dimensão relacional se refere às estruturas de relações pessoais dos atores que são capazes de refletir e influenciar suas iniciativas econômicas e a dimensão estrutural como sendo à estrutura social mais ampla a qual um ator está inserido.

Nota-se que as abordagens originadas das perspectivas econômica, de inovação e da psicologia buscam focar características individuais de determinado agente, enquanto as abordagens da sociologia e da sociologia econômica busca focar os elementos de um determinado contexto ou estrutura social. No contexto da sociologia econômica, Fligstein e Dauter (2012), enfocam duas abordagens para representar as estruturas sociais do mercado para além das abordagens de redes, instituições e performatividade apresentada por outros autores: a primeira abordagem refere-se a economia política que aborda as relações entre o Estado e a legislação na criação de aspectos peculiares do mercado como alianças e formas de cooperação; e a ecologia populacional que aborda diretamente os efeitos da competição sobre os mercados; a segunda abordagem é sobre como o comportamento e as instituições são afetadas pelas relações sociais, propondo “o argumento de que os comportamentos e as instituições a serem analisados são tão compelidos pelas contínuas relações sociais que interpretá-los como sendo elementos independentes representa um grave mal-entendido” (GRANOVETTER, 2007, p. 3).

A abordagem utilizada para esta tese está alinhada com a abordagem da sociologia econômica que visa demonstrar que o empreendedorismo, para além de uma concepção econômica e comportamental, deve ser analisado como uma construção social. Em termos práticos para a análise desta tese, a vertente da sociologia econômica contribui para uma análise mais ampla do comportamento empreendedor, onde para isso é necessário conhecer suas relações pessoais e como essas estão inseridas em uma estrutura mais ampla de relações sociais, pois trata-se de analisar um movimento empreendedor emergente que é impulsionado pelas relações sociais existentes entre os atores participantes, bem como os interesses que motivam o engajamento destes atores e os conflitos existentes neste processo de mobilização. Através da análise baseada na Teoria dos Campos de Ação Estratégica, como veremos em detalhes no próximo tópico, esta pesquisa busca contribuir com o referencial teórico aplicando nos estudos sobre movimentos de empreendedorismo uma nova perspectiva até então não utilizada nesta temática, apesar da Teoria dos Campos de Ação Estratégica já ter sido aplicada em diversos tipos de atividades e setores como o de energia (Lourenço, 2012); agricultura (Deon, 2015; Rodrigues, 2017); indústrias de transformação (Candido, 2016); políticas públicas (Barbalho,

2014; Vaz, 2017; CSEH, 2019).

Neste sentido, decidimos utilizar a nomenclatura de movimento empreendedor para apresentar este novo momento no empreendedorismo local onde se busca fomentar as iniciativas empreendedoras baseadas na lógica das *startups*, buscando apresentar um contraponto a definição de ecossistema empreendedor onde pode-se compreender que apenas o mais forte irá sobreviver. O movimento empreendedor refere-se a um fenômeno social mais amplo que envolve um aumento no número de pessoas interessadas em empreender e criar negócios próprios. Ele se concentra nas tendências e mudanças culturais que promovem e apoiam o empreendedorismo, como o aumento do acesso à educação empreendedora, a valorização da inovação e da criatividade, e o reconhecimento do empreendedorismo como um caminho legítimo de carreira. O movimento empreendedor pode ser impulsionado por diversos fatores, incluindo avanços tecnológicos, mudanças nas condições econômicas, e uma cultura que valoriza o risco e a autonomia.

Neste contexto de mudanças em relação a prática empreendedora, considerando a abordagem da sociologia econômica, se faz necessário e importante agregarmos outros conceitos que irão nos auxiliar na compreensão da construção dos discursos apresentado pelos empreendedores e como são construídas as relações sociais vivenciadas. As temáticas associadas a compreensão do papel do capital social nas práticas dos empreendedores e do conceito de empreendedorismo cultural que auxilia na compreensão da construção dos discursos dos empreendedores são válidas, justamente porque outras abordagens não as consideram. Estes temas nos ajudarão a compreendermos de que maneira os atores envolvidos nestas práticas se mobilizam no processo empreendedor buscando atingir seus interesses e objetivos.

O conceito de empreendedorismo cultural pode ser definido como o processo de “contar histórias” que auxilia na intermediação entre os recursos necessários ao empreendimento e a aquisição de capital para a geração de riquezas. Nesse conceito, as histórias servem para gerar a legitimidade necessária do empreendimento a investidores, parceiros de negócios e clientes, facilitando desta forma o acesso ao capital, bem como a outras oportunidades que possam contribuir com o negócio (LOUNSBURY e GLYNN, 2001). A geração de vantagem competitiva que as histórias, elaboradas e apresentadas pelos empreendedores, podem proporcionar possuem um papel crítico no processo que habilita novos negócios a emergir. Essas histórias, que possuem uma carga simbólica densa, possuem sentido no contexto em que o empreendedor se apresenta, bem como a sua ideia de negócio. O chamado “empreendedor

cultural” é aquele que sabe contar histórias que façam sentido e inspirem, proporcionando assim um mecanismo de legitimação que irá auxiliar o acesso a investimentos e outros recursos (DAVEL e CORÁ, 2016).

Segundo Lounsbury e Glynn (2001), nos apresenta um modelo para o processo de empreendedorismo cultural, composto dos seguintes elementos: a) capital de recursos, refere-se aos ativos que irão aumentar o valor específico e capacidade da empresa, sendo uma categoria que contempla diversos outros tipos de capital como financeiro, tecnológico, humano e social; b) capital institucional: refere-se à legitimidade do grau em que produtos e serviços são aceitos e apropriados por um determinado público, as normas e regras que são apropriadas e socialmente aceitáveis, e as oportunidades no mercado que podem ser aproveitadas e que podem contribuir para impulsionar o desenvolvimento e o crescimento dos negócios; c) histórias empreendedoras, são histórias que servem para legitimar as ações empreendedoras, estruturadas com base na argumentação elaborada que é fundamentada simbolicamente e é praticada pelo empreendedor e composta por argumentos técnicos utilizados, mas também por argumentos representativos e emocionais; d) identificação e legitimidade do negócio, esse elemento está relacionado a avaliação da eficácia do novo empreendimento a partir das histórias contadas; e) aquisição de capital: neste momento é onde ocorre a obtenção dos capitais necessários ao novo empreendimento, sejam capital de recurso ou capital institucional; f) criação de riqueza, é o momento onde ocorre o aumento na performance do negócio e consequentemente o desenvolvimento e crescimento econômico.

O empreendedorismo cultural está intrinsecamente associado ao novo espírito do capitalismo, pois o empreendedorismo cultural representa uma das manifestações do capitalismo contemporâneo que é moldado por valores e práticas específicas. O empreendedorismo cultural é uma expressão do novo espírito do capitalismo, refletindo os valores de criatividade, flexibilidade e autonomia que caracterizam o paradigma pós-fordista. Ele se beneficia das mudanças nas atitudes e práticas empresariais que surgiram nas últimas décadas e desempenha um papel significativo na economia e na cultura contemporâneas.

Os discursos associados ao novo espírito do capitalismo, conforme proposto por Boltanski e Chiapello, oferecem recursos culturais significativos aos empreendedores. Esses discursos não são apenas ideias abstratas, mas moldam e influenciam as práticas sociais, fornecendo um conjunto de valores, normas e significados que orientam o comportamento empreendedor. Algumas formas pelas quais esses discursos oferecem recursos culturais aos empreendedores, são a ênfase na autonomia e criatividade pois o novo espírito promove a

autonomia e a criatividade como valores-chave. Isso oferece aos empreendedores uma base cultural que valoriza a iniciativa individual, encorajando-os a buscar soluções inovadoras para desafios e a se destacar através da originalidade. Outra forma é por meio da flexibilidade e adaptação, em que a flexibilidade se torna um elemento crucial no discurso do novo espírito. Isso proporciona aos empreendedores uma mentalidade adaptativa, incentivando-os a se ajustarem rapidamente às mudanças no ambiente de negócios e a abraçarem a incerteza como uma oportunidade para inovação. A valorização do risco é outra forma, onde o discurso em torno do empreendedorismo destaca a valorização do risco como parte integrante do processo empreendedor. Isso oferece aos empreendedores um recurso cultural que legitima a assunção de riscos, encorajando-os a buscar oportunidades mesmo em situações incertas. Outra forma que se apresenta é a descentralização e a antiburocracia em que a oposição à burocracia e hierarquia é uma característica central do novo espírito. Isso fornece aos empreendedores um contexto cultural que os encoraja a buscar estruturas organizacionais mais horizontais, promovendo a agilidade e a tomada de decisões rápidas. A cultura do empreendedorismo como estilo de vida é outra forma, em que os discursos associados ao empreendedorismo também transformam a prática em um estilo de vida. Essa perspectiva cultural oferece aos empreendedores um conjunto de valores que vai além dos limites do trabalho, influenciando suas escolhas e identidades pessoais. E por fim, a valorização da inovação, em que o novo espírito coloca uma ênfase particular na inovação como um motor de progresso. Isso oferece aos empreendedores um recurso cultural que os encoraja a buscar constantemente novas ideias, tecnologias e abordagens para permanecerem competitivos.

Estes discursos não apenas moldam a mentalidade dos empreendedores, mas também têm um impacto na cultura organizacional e na sociedade em geral. Eles oferecem uma linguagem comum e um conjunto de significados compartilhados que conectam os empreendedores a uma narrativa mais ampla sobre o papel do trabalho, do sucesso e da realização na sociedade contemporânea. Estes recursos culturais podem influenciar a forma como os empreendedores abordam desafios, constroem suas empresas e interagem com o mundo ao seu redor.

Nesse momento, ocorre uma mudança do emprego em relação ao padrão fordista, considerado rígido, para um modelo considerado mais flexível e que permite contratos de trabalho mais flexíveis e que fomentam a lógica do empreendedorismo por meio da prestação de serviços e da pejetização, termo usado para designar a forma flexível de contratação via pessoa jurídica. A ideia de empreendedorismo por meio da prestação de serviços feita via

pejotização propõe um modelo idealizado de vínculo entre empresas e trabalhadores baseados em uma ideologia neoliberal que é a favor de contratos de trabalho mais flexíveis e que permitem aos trabalhadores uma maior autonomia em relação a seu tempo de trabalho e sua vida pessoal (SILVA, 2016). Essa perspectiva de mudanças organizacionais e de prestação de serviços por empresas, formada por pessoas que até então eram funcionários, está alinhada com a criação de novos empreendimentos que interagem de acordo com o posicionamento dos atores envolvidos e das regras de governança determinadas pelos atores dominantes.

Este momento, reflete mudanças na forma como o capitalismo é vivenciado e praticado, propiciando um contexto onde o surgimento da financeirização buscar ser uma resposta a essa nova lógica do capitalismo, pois reflete uma ênfase crescente na maximização de lucros financeiros, muitas vezes em detrimento da produção real de bens e serviços. Além disso, a financeirização também está ligada à ideia de flexibilidade e individualidade, pois muitas vezes envolve a gestão de carteiras de investimentos pessoais e estratégias de investimento individualizadas. Assim, o novo espírito do capitalismo e a financeirização estão interconectados como parte de uma transformação mais ampla na economia e na sociedade contemporâneas (DUARTE e CANDIDO, 2024).

2.1.1 Financeirização

A financeirização é definida como um novo regime de acumulação onde existe um padrão de valorização do capital em que os lucros estão muito mais ligados aos canais financeiros do que na produção de bens e serviços, sendo a globalização e a internacionalização dos mercados globais o que possibilita essa expansão e hegemonia do capital pelo capital e a consequente evolução do sistema capitalista (SANTANA, 2020). Esse processo das economias capitalistas significa uma reorganização de prioridades e razões que podem ser usadas com eficiência para justificar a ação econômica, onde antes a qualidades de produtos, as condições de mercado ou aspectos técnicos eram usados para definir as oportunidades e os limites de lucros, agora os parâmetros financeiros ou os requisitos dos mercados financeiros passam a ser prioridade (KÄDTLES, 2011).

Esse domínio do capital financeiro é chamado por alguns autores de financeirização (VAN DER ZWAN, 2014). A financeirização se refere, ainda, à estratégia de gestão das corporações não financeiras que possuem como foco principal a maximização do valor ao acionista gerando a necessidade de identificar mecanismos e canais de transmissão da financeirização para a gestão de pessoas e as relações de trabalho.

Na financeirização, o interesse dos acionistas em buscar do retorno máximo a curto prazo é priorizado em contrapartida a privilegiar o retorno de longo prazo, apresentando assim duas visões ou modelos de empresa considerados “mundos” distintos, onde uma visão se baseia na lógica industrial que apresenta um modelo hierárquico sobre as relações internas às empresas e a sociedade e considera que o ambiente fabril deve apresentar certa estabilidade para tornar-se produtivo, enquanto a outra visão se baseia na lógica financeira cuja base são os interesses dos acionistas em detrimento dos demais *stakeholders*, considerando a eficiência sinônimo de valorização das ações. Nesse momento, há a crescente financeirização das organizações através de novos arranjos organizacionais e fabris (GRÜN, 1999).

Segundo Lapavistas (2011) a financeirização possibilita a compreensão sobre as transformações do capitalismo e de suas diversas implicações para as organizações, onde a prevalência de normas financeiras, que gerem valor para o acionista, exige uma estrutura nova e coerente para o modo de governança das empresas, mudando a forma de competição e as relações de trabalho assalariado. A influência da ação econômica na estrutura das relações sociais e institucionais já vem sendo foco de estudos da Sociologia Econômica, como o de Granovetter (1985).

A financeirização, definida como um regime de acumulação que sucede o regime de acumulação fordista, seria uma resposta do capital pela queda dos ganhos de produtividade na década de 1970 e que resulta em uma maior flexibilização do mercado de trabalho e expansão do crédito (BOYER, 2000). Segundo Dias e Zilbovicius (2009), a financeirização fez com que os sistemas produtivos passassem a ser avaliados por critérios estritamente financeiros. Para Fligstein (1990), as grandes empresas criam um *set* de estratégias e estruturas para preservar o crescimento do lucro. O aumento do valor para o acionista, ferramentas para medir o desempenho, alocação do capital, fusões, reestruturação corporativa seriam algumas das ações geradas pela financeirização.

A participação de bancos e grandes grupos de investidores no controle acionário de empresas é um exemplo do aumento do setor financeiro na sociedade como observado no setor automobilístico. Neste setor, a lucratividade das atividades produtivas tem sido menor que a lucratividade obtida por meios das atividades financeiras, como financiamentos, *leasing*, empréstimos, cartão de crédito e seguros. Um outro exemplo da financeirização é o caso do setor varejista que se aproximou das instituições financeiras e passaram a ofertar produtos financeiros para seus clientes, com destaque para a emissão de cartões (CARMO, NETO e DONADONE, 2018a e 2018b; BATISTA et.al., 2014).

Os impactos da financeirização na economia americana, por exemplo, são discutidos por Krippner (2005), onde o autor retrata as mudanças ocorridas nas organizações são causadas principalmente pelas mudanças ocorridas em razão da tecnologia e da globalização. Esses grandes desenvolvimentos permitem novas formas de organização por meio de fatores como a redução das barreiras à entrada e uma redução no valor de economias de escala.

A financeirização refere-se a crescente importância das finanças, dos mercados financeiros e das instituições financeiras para o funcionamento da economia. A orientação de valor para os acionistas gerou mudanças consideráveis na estrutura organizacional das empresas, bem como nas estratégias, incentivando de certa forma a externalização por meio de terceirização e projetos (DAVIS e KIM, 2015). A governança corporativa é tida como a principal ferramenta no qual as organizações forma absorvendo as diretrizes da visão financeira de mundo e passou a priorizar os pontos de vista externos de acionistas e outros *stakeholders* em relação a visão interna, gerando um contraponto as tradicionais teorias de administração com uma visão muito mais interna de gerentes e outros decisores existentes nas organizações (GRUN, 2013).

A interseção entre o novo espírito do capitalismo e a ascendência da financeirização na economia contemporânea revela uma dinâmica complexa e profundamente entrelaçada. O novo espírito do capitalismo descreve uma transformação na mentalidade empresarial, na qual valores como flexibilidade e inovação se tornam centrais. Este espírito é marcado pela promoção do empreendedorismo e por uma ênfase na adaptação constante às demandas do mercado. Por outro lado, a financeirização refere-se à crescente importância do setor financeiro na economia global, onde as atividades financeiras e os mercados de capitais exercem uma influência sobre as decisões econômicas e estratégias empresariais. Isso se manifesta através da expansão do setor financeiro, da proliferação de instrumentos financeiros complexos e da orientação das empresas para maximizar o valor para os acionistas.

Embora o novo espírito do capitalismo e a financeirização possam ter algumas características em comum, como a ênfase na individualidade e na flexibilidade, suas visões e impactos podem ser contrastantes em vários aspectos. O novo espírito do capitalismo destaca a importância do trabalho como fonte de realização pessoal e social, incentivando a criatividade e a inovação na produção de bens e serviços. Por outro lado, a financeirização enfatiza os mercados financeiros como o principal local de geração de riqueza, muitas vezes desvinculando a criação de valor econômico da produção tangível. Outro aspecto contrastante é que o novo espírito do capitalismo muitas vezes promove a ideia de que o trabalho árduo e a inovação

podem levar a recompensas pessoais e sociais, como reconhecimento e realização. Por outro lado, a financeirização pode aumentar a ênfase nos ganhos financeiros de curto prazo, muitas vezes dissociados do desempenho real das empresas e da economia real, o que pode levar a uma alocação de recursos distorcida e a comportamentos arriscados. Além disso, o novo espírito do capitalismo pode promover relações de trabalho mais flexíveis e horizontais, buscando uma maior participação e autonomia dos trabalhadores. No entanto, a financeirização pode contribuir para a desigualdade, concentrando poder e riqueza nas mãos dos investidores e das instituições financeiras, em detrimento dos trabalhadores e das comunidades locais. O novo espírito do capitalismo pode estar mais preocupado com a sustentabilidade a longo prazo e a estabilidade econômica, buscando uma abordagem mais equilibrada entre crescimento econômico e bem-estar social. Por outro lado, a financeirização pode aumentar a volatilidade e os ciclos econômicos, devido à especulação e aos movimentos rápidos de capital, o que pode levar a crises financeiras e instabilidade econômica.

Estes dois movimentos estão intrinsecamente ligados. O novo espírito do capitalismo promove uma ênfase na flexibilidade e na adaptação contínua que é alimentada pela natureza volátil dos mercados financeiros, onde as empresas devem ser ágeis para responder às mudanças nas condições econômicas e às expectativas dos investidores. Portanto, a relação entre o novo espírito do capitalismo e a financeirização é complexa e multifacetada, moldando não apenas as práticas empresariais e as estratégias de investimento, mas também os padrões de desenvolvimento econômico e social, sendo ambos importantes no contexto e na análise do objeto de pesquisa desta tese.

Quando analisamos a relação entre o empreendedorismo e a financeirização, pode-se verificar o surgimento de contextos em decorrência da financeirização, como a redução dos custos e a maximização dos lucros, que possibilitam novas formas de empreendedorismo como a migração do trabalho celetista para a pejotização, onde se cria um canal que possibilitará de certa maneira um empreendedorismo em troca de uma antiga relação empresa-funcionário existente. Estas mudanças no capitalismo, impulsionadas pelas práticas da financeirização que contribuem e fomentam novas formas de obter ganhos por parte das empresas e que por consequência acaba refletindo e impactando no surgimento de novas práticas empreendedoras.

A financeirização por meio da prática do emprego-projeto, justificada segundo Boltanski e Chiapello (2009) pelo conceito de cidade de projetos apresentada no tópico anterior, potencializou as iniciativas empreendedoras, em razão da busca por parte das empresas da maximização dos resultados e transferindo de certa forma os riscos capitalistas para o

“colaborador” em um processo onde a relação capital e trabalho passa a ser questionada pois se apresenta um novo cenário onde todos devem ser empreendedores em um dilema de empregabilidade e empreendedorismo (POWELL, 2001).

É importante reforçar que a financeirização está atrelada às mudanças ocorridas no capitalismo e que o seu direcionamento impactou o surgimento de novos modelos de negócios, como por exemplo, as *startups* que valorizaram e potencializaram a prática empreendedora. As *startups* possibilitaram uma nova condição para a prática empreendedora, onde um cenário de incertezas, onde não há como afirmar que uma ideia de negócios irá prosperar, pode ser mais bem contextualizado e direcionado. A relação entre a financeirização e as *startups* pode ser complexa e multifacetada, dependendo de vários fatores, incluindo o estágio de desenvolvimento das startups, as características do setor em que operam e as condições econômicas gerais.

Algumas formas pelas quais a financeirização pode estar relacionada às *startups*, segundo Wolff (2019) é por meio de financiamentos e investimentos, pois a financeirização implica um aumento no papel dos mercados financeiros. As *startups*, principalmente aquelas em estágios iniciais, geralmente dependem de financiamento externo para impulsionar o seu crescimento. A financeirização pode facilitar o acesso a diferentes formas de financiamento, incluindo investimentos de *venture capital* e investidores anjo. Outra forma é por meio da inovação financeira o qual as *startups*, especialmente aquelas no setor de tecnologia financeira (*fintech*), muitas vezes exploram inovações financeiras em resposta ao processo de financeirização, criando soluções inovadoras para questões relacionadas a pagamentos, empréstimos, investimentos e outros serviços financeiros. A relação com investidores e a expectativa de retorno é outra forma, na qual as *startups* ao receberem financiamento de investidores muitas vezes estão sujeitas as regras e expectativas desses investidores em relação ao retorno do investimento. A financeirização pode intensificar essas expectativas, afetando as prioridades e direcionamento estratégico das *startups* para atender os investidores.

No contexto da financeirização entendemos que ela contribuiu para uma situação onde as organizações passaram a direcionar seus esforços em razão do retorno aos acionistas e que nesse momento contribuiu para o crescimento de ações que pudessem maximizar os ganhos como o trabalho por projetos ou a terceirização que de certa maneira desonera e contribui para a redução de custos operacionais. Este cenário contribuiu para um aumento de novos “empreendimentos” que precisam ser dinâmicos e ágeis suficientes para atender as necessidades das empresas, fomentando de certa maneira a dinâmica de novos modelos de negócios característico das

startups. Essas novas práticas de dominação ideológica surgidas com o novo espírito do capitalismo e potencializadas pela financeirização, contribuíram para o desenvolvimento do que é considerado um elemento chave na economia contemporânea, o capitalismo de plataforma, tema que será abordado no próximo tópico.

2.1.2 Capitalismo de plataforma

As mudanças ocorridas no sistema capitalista ao longo dos anos refletiram nas formas de controle e estruturas organizacionais, passando de um controle racionalista de produtividade no final do século XIX e início do século XX, para uma reestruturação e controles baseados em flexibilização da força de trabalho e terceirização em razão da financeirização, até o surgimento de novos modelos de negócios, como as *startups*, potencializadas pela evolução do capitalismo financeiro e o surgimento do capitalismo de plataforma, possibilitando o desenvolvimento de uma nova forma de empreendedorismo, que oportunizou a externalização de atividades produtivas ou mesmo dos trabalhos de inovação, principalmente através dos editais de inovação (CHAVES, 2020; WOLFF, 2019).

O desenvolvimento do capitalismo financeiro, apoiado pelo processo de financeirização e o desenvolvimento dos recursos tecnológicos característicos do capitalismo de plataforma, contribuíram para potencializar o empreendedorismo via *startups* que se utilizam destes recursos tecnológicos com maior intensidade se comparado ao início dos anos 1990, onde mesmo assim já conseguia-se identificar a abordagem de novos empreendimentos através da denominação de *startups*.

O capitalismo de plataforma surge então como uma manifestação de uma nova mentalidade empresarial, característica do novo espírito do capitalismo, em um contexto digital. As plataformas digitais, como Amazon, Uber, Airbnb e Google, transformaram fundamentalmente a economia ao criar ecossistemas digitais que conectam produtores e consumidores de maneiras inovadoras e altamente eficientes. Essas plataformas funcionam como intermediários que facilitam transações, compartilhamento de recursos e acesso a serviços de uma forma que antes era impensável.

A relação entre o novo espírito do capitalismo e o capitalismo de plataforma é profunda pois ambos compartilham uma mentalidade centrada na inovação e na adaptação às demandas do mercado. Empresas que operam no modelo de plataforma estão constantemente buscando maneiras de melhorar e expandir seus serviços, incorporando *feedback* dos usuários e aproveitando novas tecnologias para oferecer experiências mais personalizadas e convenientes.

Além disso, tanto o novo espírito do capitalismo quanto o capitalismo de plataforma enfatizam a importância da agilidade e da flexibilidade organizacional. As empresas que operam nessas plataformas precisam ser capazes de responder rapidamente às mudanças nas preferências dos consumidores, às novas tendências do mercado e às inovações tecnológicas. Isso requer estruturas organizacionais mais planas e descentralizadas, que incentivem a experimentação e a tomada de decisões rápida.

O capitalismo de plataforma se apresenta como um novo modelo de negócios que possui como base a exploração de dados através de um conjunto de novos recursos tecnológicos, as chamadas plataformas, e que vem sendo usado por empresas que necessitaram se adaptar ou emergiram neste novo cenário (SRNICEK, 2017). As plataformas podem ser classificadas em cinco diferentes tipos: o primeiro é denominado de propaganda e são as plataformas que extraem dados dos usuários, analisam estes dados e posteriormente vendem espaços publicitários, como o Google e Facebook; um segundo tipo denominado de nuvem são as plataformas que detêm o *hardware* e *software* necessários a empresas que dependem de um ambiente digital para sobreviverem e os alugam, como a Salesforce e Amazon Web Services; um terceiro tipo de plataforma é conhecida como industrial e são as plataformas que constroem o *hardware* e o *software* necessários a transformação digital das indústrias, como o MindSphere da Siemens ou Predix da GE; outro tipo de plataforma é conhecida como produto e são as plataformas que oferecem tradicionais bens em serviços, como o Spotify; e por fim, temos as plataformas conhecidas como *lean* que são as plataformas que buscam reduzir seus ativos e custos o máximo possível, como o Uber e o Airbnb.

A inovação no modelo de negócios proporcionado pelo capitalismo de plataforma pode ser exemplificada através das inovações tecnológicas, políticas e estratégicas de investimentos encontrados na região denominada *Silicon Valley* nos Estados Unidos, onde as empresas são flexíveis e se movem rapidamente focando não somente em produtos e em segmentos de clientes, mas também em uma parte de sua cadeia de valor (NEVENS, 2000). Na análise feita por Langley e Leyshon (2017), as plataformas estão no centro da compreensão crítica da economia digital e são vistas como um arranjo dinâmico formado por uma combinação de práticas empresariais capitalistas e os recursos tecnológicos.

Neste contexto do capitalismo de plataforma, as *startups* são potencializadas como opção para responder a ambientes complexos e em constante mudança, partindo de um pressuposto inovador, como o apresentado por Ries (2012) em seu livro *Startup Enxuta* onde propõe uma forma de acelerar o processo de construção de uma *startup*, eliminando tempo e

desperdícios. A plataformização, denominação dada ao processo de difusão das plataformas tecnológicas enquanto melhores práticas organizacionais, tem reflexo em quase todos os setores de negócio, sobre o mundo do trabalho através de novas possibilidades e relações mais autônomas, e sobre o padrão de competição possibilitando e fomentando novas formas de empreendedorismo (KENNEY, et. al., 2019). Como exemplo desta influência sobre o mundo do trabalho, um estudo realizado por Kane (2010) demonstrou a importância das *startups* na criação de empregos nos Estados Unidos, apresentando dados que comprovam que não haveria crescimento líquido de empregos na economia americana sem as *startups*.

Outro aspecto importante em relação ao capitalismo de plataforma são as interações entre diversos atores formados por educadores, *venture capital*, advogados, *headhunters*, instituições políticas, que não estão interagindo apenas com as empresas de tecnologia, mas sim com todo um conjunto de atores que possibilitam o desenvolvimento do empreendedorismo (CASTILLA, et. al., 2000).

O Estado, por exemplo, exerce um papel importante no fomento à inovação e ao empreendedorismo. Baseados no teor de inovação e potencial de difusão que as plataformas nos apresentam, o Estado serve de base para discussões sobre políticas nacionais de inovação e estabelece estratégias digitais para abordar e incentivar a temática, além da definição de ações relacionadas a Políticas Públicas (NETO, BONACELLI e PACHECO, 2019). Entre as principais ações que o Estado pode realizar neste sentido estão o financiamento a longo prazo, a participação e envolvimento de várias agências governamentais, criação de incentivo a vários setores, fazendo assim com que o Estado tenha um contato direto com a tecnologia, inovação e empreendedorismo.

No Brasil temos a Política de Desenvolvimento Produtivo de maio de 2008 que faz parte da Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE) de março de 2004 e que propõe metas e ações para o fortalecimento da economia nacional (GUIMARÃES e AZAMBUJA, 2010). Outra iniciativa importante do Estado, no Brasil, no suporte à qualificação de *startups* é o Programa Nacional de Aceleração de Start-Ups, o Start-Up Brasil, criado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia em 2013, onde empresas de qualificação denominadas de Aceleradoras, juntamente com o governo, investem nas *startups* participantes do Programa (MAIA, 2019).

A presença das chamadas *Venture Capital* em um movimento empreendedor possibilita a interação entre diversos outros atores do movimento empreendedor como universidades, grandes empresas e laboratórios. O *Venture Capital* é um investidor formal que atua na

aceleração de *startups* assim como os investidores denominados “Investidores Anjo” que são considerados informais em razão de iniciativas pessoais de investimento em novos negócios (FERRARY e GRANOVETTER, 2009).

O capitalismo de plataforma, conceito que surgiu posteriormente as *startups*, permite que haja um grande crescimento das propostas de empreendimento baseados nos modelos de negócios utilizados por elas. A partir desse período, com os recursos e estruturas fornecidas pelo capitalismo de plataforma ocorre uma intensificação e uma facilidade para desenvolver novos negócios. A ascensão das *startups* na economia capitalista contemporânea e sua dependência de capital externo, como forma de alavancar seu desenvolvimento, nos apresenta uma nova forma de empreendedorismo em que a relação entre empreendedores e investidores precisa ser intensificada e readequada a fim de construir diversos caminhos que possibilitem o acesso ao crédito. Assim, as *startups* vão em busca de capital em dois principais momentos: em um primeiro momento buscam um investimento inicial e por isso são consideradas potenciais empreendedores e devem apresentar suas ideias, protótipos ou produtos a investidores capitalistas; e em um segundo momento devem planejar seus negócios com a intenção de obterem um crescimento e se tornarem uma “*startup* viável” (MAIA, 2016).

A relação entre o capitalismo de plataforma e as *startups* pode ser considerada bastante próxima, pois muitas *startups* adotam modelos de negócios que estão baseados em plataformas digitais (SRNICEK, 2017). As formas pelas quais o capitalismo de plataforma e as *startups* interagem são por meio de modelos de negócios baseados em plataformas digitais, contexto em que muitas *startups* desenvolvem os seus modelos de negócios centrados em plataformas digitais para facilitar as transações entre diferentes grupos de pessoas. Essas plataformas podem conectar consumidores a fornecedores, prestadores de serviços a clientes, ou facilitar a interação entre demanda e mercado fornecedor. Outra forma é por meio da chamada economia de compartilhamento onde muitas *startups* adotam os conceitos da economia de compartilhamento, um componente importante do capitalismo de plataforma, que envolve facilitar o acesso a recursos compartilhados em vez de posse. Além disso, a escalabilidade é uma prática comum nas *startups* é a busca da escalabilidade. Elas buscam atrair rapidamente muitos clientes para suas plataformas, aproveitando os recursos ofertados pelos modelos de negócios baseados em plataformas.

Ao analisarmos as práticas empreendedoras baseadas na dinâmica das *startups*, é importante que possamos compreender as principais etapas que uma *startup* precisa passar desde a sua concepção, consolidação e crescimento. Esse contexto proporciona um discurso

que busca promover uma cultura em relação a prática dos modelos de negócios típicos das startups. Entre as etapas de estruturação de uma *startup* temos a ideação caracterizado pelo momento inicial que está relacionado a identificação de oportunidades de negócio e eventuais soluções que possam contribuir. Nesta primeira etapa é importante definir o público alvo e o segmento que a *startup* irá atender e atuar, bem como o empreendedor deve compreender as dores, necessidades e desejos dos potenciais clientes. Posteriormente, temos a validação onde neste segundo momento está relacionado a validação por parte do mercado, da solução que será apresentada. É nesta etapa que deve ser elaborado o Mínimo Produto Viável – MVP e apresentado ao mercado para validação da solução ofertada, que se necessário sofrerá ajustes de acordo com os retornos recebidos. Em seguida temos a etapa da operação, onde neste terceiro momento está relacionado ao início da comercialização da solução ofertada, sejam um produto ou um serviço. É também o momento de colocar em prática as estratégias comerciais e de marketing digital, bem como a geração de receitas. Na próxima etapa, temos a tração, momento que está relacionado a um estágio de maturidade da *startup*, que já está em operação e com seu modelo de negócio validado. Neste momento, a *startup* já possui sua base de clientes e processos padronizados, visando alcançar a escalabilidade. E por fim, a etapa denominada de *scale-up* que está relacionado a busca de escalar e expandir a *startup*. É a etapa onde se busca um aumento significativo na base de clientes, sem onerar muito os custos operacionais.

Em todo esse contexto, tanto a financeirização quanto o capitalismo de plataforma representam campos de ação estratégica distintos na economia contemporânea. Na financeirização, os atores buscam vantagens estratégicas através de atividades financeiras, como investimentos, especulação e gestão de ativos. No capitalismo de plataforma, os atores competem e colaboram na criação e controle de ecossistemas digitais que facilitam transações, interações e criação de valor. Os campos da financeirização e do capitalismo de plataforma não são independentes um do outro; eles estão interconectados em várias maneiras. Por exemplo, empresas de tecnologia que operam em ecossistemas de plataforma muitas vezes dependem de financiamento e investimento de instituições financeiras. Além disso, a valorização de empresas de tecnologia e plataformas digitais nos mercados financeiros pode influenciar a dinâmica competitiva dentro desses campos. Tanto a financeirização quanto o capitalismo de plataforma podem influenciar e ser influenciados pela dinâmica dos campos de ação estratégica. Por exemplo, a ascensão do capitalismo de plataforma pode levar a mudanças nas regras e estruturas dos mercados financeiros, à medida que novas formas de valor são criadas e avaliadas. Da mesma forma, as estratégias financeiras adotadas por empresas de plataforma podem moldar as

condições de competição dentro do campo tecnológico.

2.2 A abordagem dos campos de ação estratégica

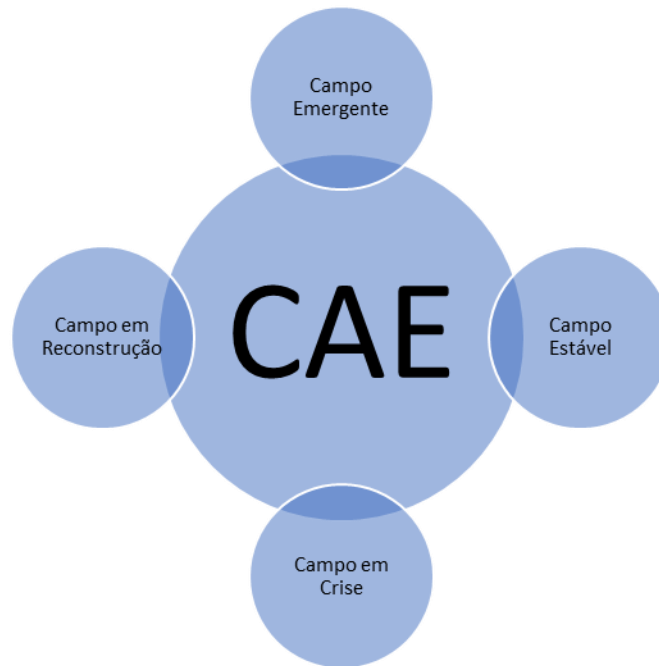
A teoria dos campos de ação estratégica oferece uma lente útil para entender as inter-relações entre a financeirização, o capitalismo de plataforma e outros fenômenos econômicos e sociais na era contemporânea, destacando como os atores competem e colaboram em diferentes esferas da atividade humana. O conceito de campos de ação estratégica nos permite compreender a estrutura e dinâmica relacionada a composição dos campos e seus atores, além de auxiliar na investigação das relações de forças e as estratégias que cada um desses atores utiliza para se fortalecer.

2.2.1 Emergência e mudanças nos campos

A teoria dos campos de ação estratégica apresenta a definição de campo como uma ordem social de nível meso na qual os atores (que podem ser individuais ou coletivos) estão sintonizados para interagir uns com os outros com base em entendimentos compartilhados (o que não quer dizer consensuais) sobre os objetivos do campo, relacionamentos com outras pessoas na área (incluindo quem tem poder e por que), e as regras para governar a ação legítima no campo. Um campo de ação estratégica pode ser uma organização, uma comunidade de marca, um município, um movimento social ou qualquer outro coletivo social existente em um ambiente formado por outros campos que fornecem seus atores, recursos e estruturas de governança, demonstrando que os campos de ação estratégica são interligados e interdependentes (FLIGSTEIN e McADAM, 2012).

Vale destacar, que a teoria dos campos de ação estratégica é uma abordagem que busca compreender e analisar a dinâmica das interações sociais e institucionais em contextos específicos, como mercados, indústrias ou comunidades profissionais. Neste sentido, um primeiro conceito importante nesta teoria são as características que descrevem o momento na estruturação dos campos, que podem ser: emergente, estável, em crise ou em reestruturação. A Figura 2.1 apresenta as principais características de estruturação dos campos de ação estratégica.

Figura 2.1. Características de estruturação dos campos de ação estratégica.



Fonte: Próprio Autor, (2024).

Os campos emergentes são aqueles em que as principais características estão associadas aos atores participantes que interagem entre si, mas que ainda não desenvolveram um padrão e uma ordem mais estável nestas relações. Os campos emergentes referem-se a novos espaços sociais ou estruturas organizacionais que surgem como resultado de mudanças nas condições sociais, econômicas ou políticas. Eles representam áreas onde novas ideias, práticas e atores estão começando a se desenvolver e influenciar a dinâmica existente do campo.

Um aspecto importante dos campos emergentes é a interação entre diferentes atores e instituições que buscam estabelecer e definir as regras, normas e recursos dentro desses novos espaços. A interação e o estabelecimento de regras geralmente ocorrem de maneiras complexas e dinâmicas, onde os atores-chave, como empresas, instituições financeiras, reguladores governamentais e outros stakeholders, frequentemente negociam e competem para moldar as regras e estruturas que governam o campo. Muitas vezes não existem regras claras ou estabelecidas desde o início, portando os atores podem se envolver em experimentação e inovação para explorar novas oportunidades e moldar as normas do campo. Isso pode incluir o lançamento de novos produtos, serviços ou modelos de negócios que desafiam as convenções existentes. Os campos emergentes são caracterizados por uma alta incerteza e turbulência, já que estão sujeitos a mudanças rápidas e imprevisíveis. Nesses contextos, é comum que ocorram

disputas e conflitos entre os diferentes atores que buscam influenciar a direção e os resultados do campo emergente.

No entanto, os campos emergentes também oferecem oportunidades para a inovação e a experimentação, à medida que novas ideias e abordagens são exploradas e testadas. Eles podem se tornar locais de criatividade e colaboração, onde novos modelos de negócios, práticas organizacionais e tecnologias são desenvolvidos e difundidos. A compreensão dos campos emergentes é essencial para os estudiosos e profissionais que buscam entender e navegar por ambientes organizacionais complexos e em constante mudança. Ao reconhecer e analisar os padrões e processos que ocorrem nos campos emergentes, é possível identificar oportunidades de inovação, antecipar mudanças no mercado e desenvolver estratégias eficazes para o sucesso organizacional. Portanto, os campos emergentes são espaços dinâmicos e fluidos onde novas ideias, práticas e atores estão começando a influenciar a dinâmica existente do campo. Eles representam oportunidades e desafios para aqueles que buscam compreender e moldar a evolução dos contextos sociais e organizacionais em que estão inseridos.

À medida que os campos emergentes se desenvolvem, os atores frequentemente buscam estabelecer padrões e mecanismos de autorregulação para orientar o comportamento e promover a confiança no campo. Isso pode envolver a criação de associações comerciais, códigos de conduta e certificações que definem as melhores práticas e os padrões de qualidade. A interação nos campos emergentes também envolve um processo contínuo de feedback e aprendizado, à medida que os atores respondem às mudanças no ambiente externo e às consequências não previstas de suas ações. Isso pode levar a ajustes nas estratégias, normas e regras do campo ao longo do tempo. Em suma, a interação e o estabelecimento de regras nos campos de ação estratégica emergentes são caracterizados por negociação, competição, inovação, autorregulação, intervenção regulatória e aprendizado contínuo, à medida que os atores buscam influenciar o desenvolvimento e a direção do campo.

O campo estável é aquele o qual a característica relevante irá descrever o momento em que as instituições e atores participantes atingem um estágio de estabilidade e onde não ocorrem grandes mudanças e sim apenas mudanças incrementais. Na teoria dos campos de ação estratégica, os campos estáveis representam os espaços sociais ou estruturas organizacionais consolidadas e relativamente estáveis dentro de um determinado contexto, como uma indústria, um mercado ou uma comunidade profissional. Em campos estáveis, os atores geralmente conformam-se às regras e normas existentes que governam o campo. Isso inclui leis, regulamentos, padrões industriais e práticas estabelecidas ao longo do tempo. Os atores operam

dentro dessas estruturas para evitar sanções legais ou sociais e para manter a legitimidade e a confiança no campo. Embora as regras possam ser estáveis, a competição entre os atores continua a ser uma característica importante dos campos estáveis. Os atores procuram obter vantagens competitivas por meio de estratégias como diferenciação de produtos, inovação, eficiência operacional e marketing. No entanto, essas estratégias geralmente ocorrem dentro dos limites das regras existentes do campo. Esses campos são caracterizados por relações institucionalizadas, regras claras, normas estabelecidas e recursos bem definidos, que moldam e governam as interações entre os atores envolvidos. Dentro dos campos estáveis, há uma estabilidade relativa das relações de poder e das estruturas de governança, o que torna as dinâmicas e os resultados previsíveis em comparação com os campos emergentes. As organizações e os indivíduos que operam dentro desses campos muitas vezes seguem padrões estabelecidos e aderem às normas e práticas aceitas, buscando manter sua posição e legitimidade dentro do sistema existente.

Um aspecto fundamental dos campos estáveis é a presença de atores-chave que exercem influência significativa sobre as dinâmicas e os resultados do campo. Esses atores podem incluir empresas líderes, associações comerciais, reguladores governamentais, sindicatos e outros grupos de interesse que desempenham papéis importantes na definição das regras e na alocação de recursos dentro do campo. Os atores-chave frequentemente exercem influência significativa sobre os processos de governança do campo. Isso pode envolver a participação em associações comerciais, grupos de interesse, comitês regulatórios e outras instituições que moldam as regras e normas do campo. Eles utilizam sua expertise, recursos e redes de contatos para influenciar decisões que afetam o campo, geralmente estipulando às regras e normas estabelecidas do campo, garantindo a conformidade com regulamentos, padrões e práticas aceitas. Os atores-chave investem na gestão de relacionamentos com outros atores do campo, incluindo clientes, fornecedores, parceiros comerciais, reguladores e influenciadores. Eles cultivam redes de contatos e constroem alianças estratégicas para fortalecer sua posição e influência dentro do campo.

No entanto, os campos estáveis não são estáticos e imutáveis. Eles estão sujeitos a mudanças graduais ao longo do tempo, à medida que novas ideias, tecnologias e pressões externas afetam as estruturas e dinâmicas existentes. Essas mudanças podem resultar em conflitos e disputas entre os atores envolvidos, à medida que buscam proteger seus interesses e influenciar a direção do campo. Os campos estáveis são importantes para o estudo da estratégia organizacional e da dinâmica competitiva, pois fornecem um contexto para entender as

interações entre as empresas e outras instituições em um mercado específico. Compreender as normas, regras e estruturas de poder dentro de um campo estável é essencial para desenvolver estratégias eficazes de posicionamento, diferenciação e inovação que permitam às organizações prosperar e se destacar dentro desse ambiente competitivo. As regras estabelecem uma estrutura clara para o funcionamento do campo, fornecendo diretrizes sobre o que é permitido, proibido e esperado. Isso cria previsibilidade para os atores do campo, permitindo-lhes tomar decisões informadas sobre estratégias de negócios, investimentos e outras atividades. Elas ajudam a garantir que as interações dentro do campo sejam justas e equitativas para todos os participantes. Elas estabelecem padrões de conduta que protegem os direitos e interesses dos atores, evitando práticas injustas, antiéticas ou prejudiciais. Ao definir diretrizes claras de comportamento, as regras ajudam a reduzir conflitos e disputas entre os atores do campo. Elas fornecem um quadro para resolver disputas de forma eficiente e justa, muitas vezes por meio de mecanismos de resolução de conflitos ou processos de arbitragem. Em resumo, os campos estáveis na teoria dos campos de ação estratégica representam espaços sociais ou estruturas organizacionais consolidadas e relativamente estáveis, onde regras, normas e recursos são bem definidos e institucionalizados. Eles são fundamentais para entender a dinâmica competitiva e as estratégias organizacionais em um determinado contexto, fornecendo um quadro para analisar as interações e as forças que moldam o comportamento e o desempenho das organizações.

O campo em crise é caracterizado com uma mudança na rotina de operação do campo, que anteriormente encontrava-se em estabilidade, causada por choques internos e externos que desencadeiam a desestabilização do campo. Na teoria dos campos de ação estratégica, os campos em crise representam situações em que os contextos sociais, econômicos ou institucionais enfrentam desafios significativos que ameaçam a estabilidade e o funcionamento normal do campo. Essas crises podem surgir de uma variedade de fatores, como mudanças tecnológicas disruptivas, crises econômicas, mudanças regulatórias, pressões ambientais ou até mesmo escândalos que abalam a confiança dos stakeholders.

Um aspecto fundamental dos campos em crise é a presença de um estado de incerteza e instabilidade que permeia todo o ambiente. Um campo em crise muitas vezes experimenta uma alta volatilidade, com flutuações significativas nas condições econômicas, políticas e sociais que afetam o campo. Essa volatilidade pode criar incerteza e dificultar a previsão de tendências futuras. A crise pode levar a uma deterioração da estabilidade do campo, com uma maior probabilidade de eventos disruptivos que podem minar a confiança dos participantes e causar danos à reputação do campo. Em alguns casos, uma crise em um campo de ação estratégica

pode representar um risco sistêmico para a economia ou para outros campos interconectados. Por exemplo, uma crise financeira em um setor específico pode se espalhar para outros setores da economia, causando uma recessão mais ampla. Durante uma crise, os participantes do campo podem se tornar mais resistentes à mudança, preferindo se apegar a práticas e estruturas familiares, mesmo que não sejam mais viáveis ou eficazes. Essa resistência pode dificultar a inovação e a adaptação necessárias para superar a crise. As regras e normas estabelecidas podem se tornar menos eficazes ou até mesmo obsoletas diante das novas circunstâncias, levando a um questionamento generalizado sobre as práticas e instituições existentes. Nesses momentos de crise, os atores dentro do campo muitas vezes se encontram em conflito sobre como responder aos desafios emergentes e redefinir as direções futuras do campo. Pode haver uma luta pelo poder e pela influência, à medida que diferentes interesses competem para moldar a resposta coletiva à crise e garantir sua posição dentro do novo contexto.

As crises também podem criar oportunidades para a inovação e a mudança, pois embora uma crise em um campo de ação estratégica possa ser inicialmente desafiadora, ela também pode servir como uma fonte de inspiração e novas oportunidades para a inovação, colaboração, transformação e crescimento. A chave está em aproveitar essas oportunidades de maneira proativa e criativa para construir um futuro mais resiliente e sustentável para o campo. Os atores dentro do campo podem ser incentivados a buscar novas soluções, adotar práticas mais eficazes e colaborar de novas maneiras para enfrentar os desafios emergentes. Isso pode levar a uma reestruturação significativa do campo, com novos atores emergindo, novas normas sendo estabelecidas e novas formas de cooperação e competição se desenvolvendo.

No entanto, as crises também representam ameaças sérias para as organizações e instituições estabelecidas dentro do campo. Aqueles que não conseguem se adaptar às novas realidades e mudanças no ambiente correm o risco de perder sua relevância ou até mesmo falir, em um contexto onde as ameaças podem impactar a competitividade dos atores dentro do campo, especialmente se seus concorrentes conseguirem se adaptar melhor à crise ou oferecer soluções mais eficazes. Isso pode resultar na perda de participação de mercado e na diminuição do poder de negociação. Enfrentar ameaças pode exigir que os atores demonstrem resiliência e capacidade de adaptação às mudanças nas condições do mercado e nas expectativas dos clientes. Aqueles que conseguem se adaptar rapidamente e encontrar novas maneiras de criar valor têm maior probabilidade de sobreviver e prosperar durante a crise. Portanto, a capacidade de resposta e adaptação torna-se crucial para a sobrevivência e o sucesso no contexto de um campo em crise. Portanto, os campos em crise na teoria dos campos de ação estratégica representam

situações de incerteza e instabilidade em que os contextos sociais, econômicos ou institucionais enfrentam desafios significativos. Essas crises podem criar tanto ameaças quanto oportunidades para os atores dentro do campo, e a forma como respondem e se adaptam à crise pode moldar profundamente o futuro do ambiente em questão. As ameaças em um campo de ação estratégica em crise podem impactar profundamente os atores, afetando sua estabilidade financeira, reputação, competitividade, capacidade de inovação, força de trabalho e conformidade regulatória. A capacidade de responder eficazmente a essas ameaças pode determinar o sucesso ou fracasso dos atores em superar a crise e se adaptar às novas realidades do campo.

E por fim, o campo em reestruturação é caracterizado por promover o restabelecimento da ordem ou uma nova ordem se estabelece e onde ocorre a definição ou redefinição dos papéis dos atores (FLIGSTEIN e McADAM, 2012). Na teoria dos campos de ação estratégica, os campos em reestruturação representam contextos sociais, econômicos ou institucionais que estão passando por mudanças substanciais em suas estruturas, normas e dinâmicas. Essas mudanças podem ser impulsionadas por uma variedade de fatores, como avanços tecnológicos, mudanças nas preferências dos consumidores, pressões competitivas ou transformações políticas e regulatórias.

Um aspecto fundamental dos campos em reestruturação é a presença de uma dinâmica de mudança e adaptação que afeta profundamente a forma como as organizações e os indivíduos operam dentro do campo. Durante a reestruturação, as organizações dentro do campo passam por mudanças significativas em sua estrutura, processos e operações. Isso pode incluir reorganizações internas, realinhamento de equipes, revisão de funções e responsabilidades, e eliminação ou criação de unidades de negócios. A reestruturação muitas vezes traz consigo mudanças culturais significativas dentro das organizações, à medida que buscam se adaptar a novas realidades e prioridades. Isso pode envolver a promoção de uma cultura de agilidade, colaboração, transparência e aprendizado contínuo. Durante a reestruturação, as organizações geralmente revisam suas estratégias de negócios para garantir que estejam alinhadas com os objetivos de longo prazo e as condições de mercado. Isso pode envolver a definição de novos objetivos, identificação de oportunidades de crescimento e formulação de planos de ação claros. Uma característica chave da reestruturação é a necessidade de flexibilidade e adaptabilidade por parte das organizações e de seus colaboradores. À medida que enfrentam mudanças rápidas e imprevisíveis, as organizações precisam ser capazes de se ajustar rapidamente e responder de forma ágil às novas demandas e desafios.

As estruturas tradicionais podem se tornar obsoletas ou inadequadas diante das novas realidades, levando à necessidade de redefinir as regras do jogo e as estratégias de atuação. Nesses momentos de reestruturação, os atores dentro do campo frequentemente se encontram em um estado de transição e transformação. Pode haver uma luta pelo poder e pela influência, à medida que diferentes interesses competem para moldar a direção e a forma do novo campo emergente. As alianças entre os atores podem se desfazer e novas coalizões podem se formar à medida que as estratégias e objetivos mudam em resposta às novas condições.

As reestruturações também representam oportunidades para a inovação e a renovação. Os atores dentro do campo podem ser incentivados a buscar novas abordagens, adotar tecnologias emergentes e experimentar novos modelos de negócios para se manterem competitivos em um ambiente em rápida evolução. Isso pode levar à emergência de novos líderes e pioneiros que são capazes de aproveitar as oportunidades oferecidas pela mudança.

No entanto, as reestruturações também podem trazer desafios e incertezas significativas para as organizações e os indivíduos envolvidos. Aqueles que não conseguem se adaptar ou antecipar as mudanças no campo correm o risco de ficar para trás ou até mesmo desaparecer. Portanto, a capacidade de responder de forma ágil e estratégica às mudanças no ambiente se torna essencial para o sucesso e a sobrevivência no contexto de um campo em reestruturação. Em resumo, os campos em reestruturação na teoria dos campos de ação estratégica representam contextos que estão passando por mudanças substanciais em suas estruturas, normas e dinâmicas. Essas reestruturações podem criar tanto desafios quanto oportunidades para os atores envolvidos, e a forma como respondem e se adaptam às mudanças pode determinar seu sucesso e sua capacidade de prosperar em um ambiente em constante evolução.

2.2.2 O posicionamento dos atores no campo e o processo de mobilização emergente

Um segundo conceito importante na teoria é a contextualização da ação coletiva através de atores participantes, em que o processo de mobilização emergente em campos de ação estratégica envolve a formação de coalizões e redes de atores que compartilham interesses comuns, a definição de objetivos e estratégias para alcançá-los, a mobilização de recursos para apoiar suas atividades e o engajamento com outros atores do campo para promover suas agendas e influenciar o curso do campo. Os atores dominantes muitas vezes desempenham um papel central nesse processo, fornecendo liderança, recursos e influência para impulsionar a mobilização e alcançar resultados significativos.

Os atores considerados dominantes são aqueles que possuem influência e poder para

moldar as instituições no campo e mobilizar recursos materiais através de insumos, financeiros através de linhas de crédito e fomento à pesquisa e humanos através de *know-how* para o desenvolvimento de competências técnicas e comportamentais, para os atores do campo e ocupam uma certa hierarquia de maior posição e a capacidade de induzir cooperação, criando significados compartilhados e ações coletivas. Em contrapartida, os atores considerados desafiantes são aqueles que buscam oportunidades para melhorar o seu posicionamento no campo, além de possuírem menor influência na estrutura do campo (FLIGSTEIN e McADAM, 2012).

Como visto anteriormente, os campos de ação estratégica passa por diversos estágios de estruturação, mas o que devemos também discutir é sobre o processo de mobilização emergente que impulsiona os atores participantes em um determinado campo. O processo de mobilização parte dos atores considerados dominantes que possuem capacidade de construir relações de cooperação e ações coletivas em um campo ou mesmo pelos atores considerados habilitados, que conseguem, motivados pelos seus interesses e desejos, engajar outros atores a participarem a partir de uma visão construída e direcionada por estes atores dominantes (MARGARITES e FREITAS, 2018).

No tópico anterior, ao abordarmos os espíritos do capitalismo apresentados por Boltanski e Chiapello (2009), eles se apresentam como estruturas que dão base para podermos compreender um contexto de configuração de discursos e ideologias que são propagadas por diversos campos. Já na visão dos Campos de Ação Estratégica estamos nos referindo a uma estrutura mais analítica e que busca se concretizar a partir das práticas realizadas, ou seja, é como se as ideologias no novo espírito do capitalismo pudessem ser traduzidas em práticas locais que irão depender do posicionamento e relacionamento existentes entre atores de diversos campos, gerando o processo de mobilização emergente. O novo espírito se caracteriza por uma valorização da flexibilidade, criatividade e autonomia individual, em contraste com os valores tradicionais associados à hierarquia e à disciplina. Já os campos de ação estratégica referem-se aos diferentes domínios nos quais os atores sociais, como empresas, governos e organizações não-governamentais, operam para alcançar seus objetivos e interesses. Ambas as teorias contribuem para o olhar e a análise do cenário do objeto de pesquisa desta tese por proporcionarem uma visão mais macro por meio do novo espírito do capitalismo e uma visão a nível meso com os campos de ação estratégica, potencializando assim as discussões e análises do objeto de pesquisa.

2.2.3 O Capital Social e a Habilidade Social dos atores

Nos campos de ação estratégica, o capital social e as habilidades sociais dos atores estão interligados de maneiras complexas, com cada elemento influenciando e sendo influenciado pelos outros. O desenvolvimento e a utilização eficaz do capital social e das habilidades sociais podem proporcionar vantagens significativas aos atores dentro do campo, promovendo o sucesso individual e coletivo. A definição de capital social pode ser compreendida por meio de duas vertentes: a primeira está relacionada aos recursos que indivíduos podem acessar através da interação com outras pessoas em sua rede de relacionamentos e a segunda através da natureza e da extensão do envolvimento de agentes por meio da confiança (GROOTAERT et.al., 2003). O capital social é visto como um elemento importante na organização de uma sociedade, na sua capacidade de cooperar e no seu desenvolvimento político e econômico (OLIVEIRA et. al., 2007).

Os campos de ação estratégica proporcionam um contexto onde os atores podem construir redes de relacionamentos. O capital social refere-se ao valor que surge das conexões sociais, confiança e cooperação entre os atores. A habilidade social dos atores influencia sua capacidade de estabelecer e manter essas conexões, facilitando a troca de informações, recursos e suporte mútuo dentro do campo. O capital social acumulado pelos atores em um campo de ação estratégica pode aumentar sua influência e poder dentro do campo. A habilidade social desempenha um papel fundamental na construção desse capital social, pois indivíduos com habilidades de comunicação eficazes, capacidade de negociação e empatia são frequentemente capazes de desenvolver relacionamentos mais fortes e influentes. O capital social pode fornecer aos atores acesso a uma variedade de recursos e oportunidades dentro do campo, como informações privilegiadas, financiamento, parcerias estratégicas e oportunidades de colaboração. As habilidades sociais dos atores podem facilitar a formação e manutenção dessas conexões, aumentando suas chances de aproveitar esses recursos e oportunidades.

As contribuições do capital social para o desenvolvimento das sociedades podem ser resumidas em: explorar melhor as oportunidades que estão ao seu alcance em razão da potencialização das relações entre os agentes; tornar as organizações mais eficientes através do compartilhamento de informações gerando assim um melhor e maior aprendizado organizacional; a redução nos custos de transação em razão da maior proximidade e negociações entre os agentes; melhora no funcionamento das organizações através da troca de melhores práticas possibilitando assim um maior desempenho; redução e melhora na regulação de conflitos entre os agentes possibilitadas pela confiança entre os mesmos; mais produção de

bens públicos ou privados possibilitadas por um crescimento coletivo e conjunto; constituição de diversos atores sociais estabelecidos nas relações existentes nas redes; e fortalecimento da sociedade civil facilitando a prosperidade econômica e governança, impulsionando tanto o desenvolvimento quanto um aprofundamento da democracia (FRANCO, 2001).

O capital social pode ser dimensionado em três partes: a estrutural que aborda e facilita o fluxo de informações e as ações coletivas, além das decisões que precisam ser tomadas através das estruturas sociais apoiadas por regras e procedimentos; a relacional que aborda a relação direta entre os atores e aos conteúdos transacionais que podem ser desde a amizade, confiança e a troca de informações; e a cognitiva que aborda os recursos estabelecidos pelo compartilhamento de significado que une os atores (TÓDERO, 2011). O capital social, dentro da abordagem dos campos de ação estratégica, é fundamental para a construção e o entendimento das relações de força e de poder no interior do campo em formação e permitem compreender como os atores envolvidos se articulam para fomentar o espaço empreendedor a partir de suas relações sociais.

O capital social, bem como as habilidades sociais dos atores estão inter-relacionados e podem se complementar para promover o sucesso individual e coletivo nos campos de ação estratégica. O desenvolvimento e a utilização eficaz desses recursos sociais são fundamentais para maximizar o potencial dos atores e promover a colaboração, inovação e sustentabilidade dentro do campo. Neste contexto, entende-se por habilidade social a capacidade dos atores de mobilizar e reunir outros atores do campo com interesses similares ou mesmo distintos, defendendo assim os interesses do grupo ao qual pertencem. Os atores possuem dinâmicas moldadas por valores e habilidades distintas e consequentemente desenvolvem estratégias de atuação e engajamento nas práticas sociais, dependentes do papel que ocupam, com o objetivo de manter ou desafiar a ordem dos campos. Essas práticas sociais são dependentes das habilidades sociais dos atores dominantes e desafiantes para (re) constituir e (re) negociar as características do campo, bem como seus recursos e suporte de outros atores. Nos campos, os agentes estão em constante disputa entre si e entre os campos existentes (LAAMANEN e SKALEN, 2015).

A habilidade social, de acordo com a Teoria dos Campos de Ação Estratégica, irá dizer muito sobre a ação e a estrutura existentes em um campo, onde irão existir diferentes *frames* ou quadros interpretativos que orientam os atores de cada campo, uma consequência da habilidade social de cada ator. Os atores considerados dominantes, são também considerados atores hábeis, justamente por sua capacidade de mobilização e atuação, inclusive que o mantém na posição

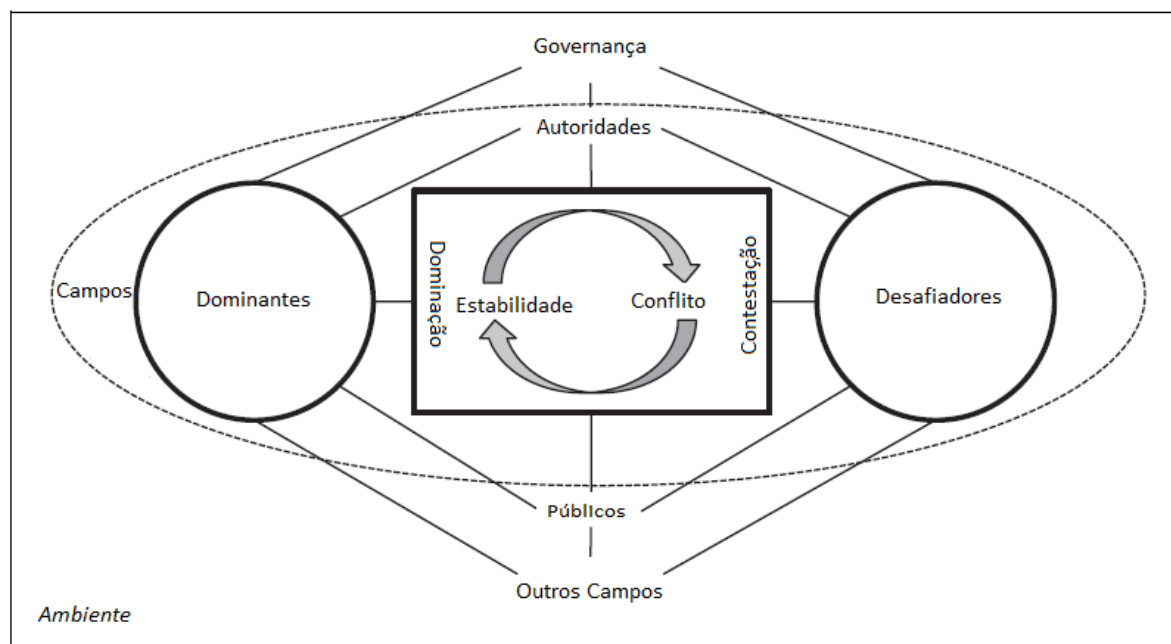
de dominante dentro do campo, enquanto os atores desafiantes buscam cooperar com os atores dominantes para obterem acesso e poder dentro dos campos. As estratégias de ação entre os atores e as disputas de poder servem para contestar, cooperar ou formar coalizões capazes de convergir na movimentação destes atores desafiantes.

Em relação ao cenário abordado nesta tese, o capital social pode ser captado a partir das características sociais dos atores participantes do movimento. Entre estas características identificadas temos a atuação de alguns atores em instituições já consolidadas e reconhecidas por apoiar as práticas empreendedoras, como é o caso dos atores que atuam junto ao SEBRAE, e que instituem um *know-how* a estes atores que são vistos como dominantes. Uma segunda característica social é a ampla rede de relações que os atores participantes do movimento possuem seja com o setor privado ou público, o que pode ser um facilitador tanto para a promoção do movimento e das mudanças que vem ocorrendo em relação a prática empreendedora quanto para a possibilidade e a capacidade destes atores de induzirem o envolvimento e a cooperação entre seus pares dentro do próprio movimento ou mesmo trazendo novos atores para participarem das ações. Como terceira característica social podemos destacar o contato e a participação que alguns atores do movimento possuem com outros movimentos empreendedores do estado de São Paulo ou mesmo a nível Brasil, possibilitando a troca de experiências e a buscar por boas práticas.

A Estrutura dos Campos de Ação Estratégica

Em relação a estruturação dos campos de ação estratégica é importante compreendermos os principais componentes que formam um determinado campo e as relações existentes entre eles. A figura 2.2 apresenta a estrutura dos campos de ação estratégica e o ambiente de ações coletivas.

Figura 2.2. Campos de ação estratégica e o ambiente de ações coletivas.



Fonte: LAAMANEN e SKALEN, (2015).

O universo que esta tese explora, e que está diretamente ligado à esta dinâmica apresentada na Figura 2.2, parte da identificação dos campos e atores existentes no Voti Valley, bem como o entendimento de que o próprio movimento deva ser considerado um campo, formado por outros campos que estão interconectados, onde os interesses e as disputas de poder entre os atores que formam os campos irão ajudar a compor as estratégias de atuação e dinâmica empregada no campo.

Baseados nos estudos de Kungl e Hess (2021), o Quadro 2.1 apresenta os conceitos da teoria dos campos de ação estratégica que foram analisados e aplicados aos estudos realizados pelos autores.

Quadro 2.1. Os conceitos da teoria dos campos de ação estratégica

Conceitos	Contextualização
Relacionamento de atores e recursos	Existência de atores dominantes e desafiantes
Mudanças, emergências e desestabilização	O poder que marca a posição estratégica e dominante dentro de um campo depende do acesso e do uso estratégico de recursos como a informação e o <i>know-how</i> para o desenvolvimento de ações.

Regras do campo	Visões coletivas, normas compartilhadas, crenças, quadros de referência As regras de campo não são árbitros neutros da ação, mas estabilizam o ator, as relações, e o papel das unidades de governança interna
Agência, <i>frames</i> e coalizões	A habilidade social como a habilidade de enquadrar visões, criar identidades compartilhadas, mobilizar-se para a ação coletiva e construir coalizões políticas
Ação estratégica em campos interconectados	Foco na relação estrutural entre os campos (grau de dependência)

Fonte: Próprio Autor, (2023)

A teoria dos Campos de Ação Estratégica argumenta que os campos são unidades fundamentais nas ações coletivas da sociedade e os define através da concepção de uma arena social de disputa de poder entre atores dominantes e desafiantes, que podem ser indivíduos ou coletivos que buscam obter vantagens, são alinhados e organizados interagindo uns com os outros, baseados na compreensão compartilhada do propósito do campo, no relacionamento com outros campos e nas regras de governança para legitimar as ações no campo (FLIGSTEIN e McADAM, 2011, 2012).

Diante das considerações desta abordagem teórica, um campo emergente é denominado como uma arena construída socialmente e ocupada por dois ou mais grupos que são orientados uns pelos outros, mas que possuem estratégias de ação distintas para as constantes disputas de poder existentes (FLIGSTEIN e McADAM, 2012).

Componentes chave dos Campos de Ação Estratégica

Os componentes chave, apresentados por Fligstein e McAdam (2011), baseiam-se em sete principais componentes. O primeiro componente, denominado de campos de ação estratégica é definido como uma ordem social a nível meso em que atores, que podem ser indivíduos ou coletivos, interagem com o conhecimento uns dos outros sob um conjunto de entendimentos comuns em relação aos objetivos do campo, sob as relações de poder e as regras estabelecidas no campo. O segundo componente, são os atores, o qual podemos identificar e compreender em campos atores dominantes e desafiantes e as vezes unidades governamentais

internas aos campos como associação de indústrias, comércio e serviços. Os dominantes são agentes que exercem influência no campo e sobre o qual os interesses e pontos de vista tendem a ser fortemente refletidos. Os desafiantes ocupam nichos menos privilegiados dentro de sua área e geralmente exercem pouca influência no campo. Além dos dominantes e desafiantes, muitos campos de ação estratégica têm governança formal e unidades encarregadas de supervisionar a conformidade com as regras de campo e, em geral, facilitando o bom funcionamento geral do sistema. Um terceiro componente é a habilidade social, definida como a forma como os indivíduos ou atores coletivos são dotados de capacidade cognitiva para compreender pessoas e ambientes, realizar ações e mobilizar pessoas a serviço dos objetivos comuns e produzir ações coletivas envolvendo outras pessoas. Como quarto componente, temos o ambiente mais amplo dos campos, contexto que nos apresenta os campos estão inseridos em redes complexas de outros campos, próximos ou distantes. Os campos próximos são aqueles com vínculos recorrentes em que as ações rotineiras impactam o campo em questão, e os campos distantes são aqueles que não possuem vínculos e que praticamente não tem a capacidade de influenciar o campo em questão. Um quinto componente são os choques exógenos, as rupturas de campos e o início da contenção, em que os atores dominantes são mais fortes às mudanças enquanto os atores desafiantes aproveitam as mudanças. Existem três mecanismos que moldam estes processos: a construção coletiva de ameaças e oportunidades através da ação de algum ator que define alguma mudança no campo ou no ambiente externo constituindo uma nova ameaça ou oportunidade aos interesses do campo; a apropriação organizacional que ocorreu quando uma ameaça ou oportunidade é absorvida por uma determinada organização dentro do campo; e a ação inovativa que trata da quebra de regras, mas respeitando as práticas em busca de iniciativas inovativa em defesa dos interesses do grupo. Como sexto componente temos os episódios de contenção, definidos definido como um período emergente de engajamento e interação entre os atores do campo e onde são utilizadas formas novas e inovadoras de ação. Os desafiantes provavelmente serão os primeiros a se envolverem em ações inovadoras, sentindo uma oportunidade de avançar sua posição no campo através de novos meios. E por fim, como sétimo componente temos o assentamentos, definido como meio da mobilização ou reafirmação da situação dos atores dominantes e desafiantes, o campo começa a apresentar um novo ou revisado acordo institucional em relação as regras do campo.

2.2.4 Os *frames* nos campos de ação estratégica

Na teoria dos campos de ação estratégica, os “*frames*” referem-se aos quadros

interpretativos ou molduras de significado que os atores sociais utilizam para dar sentido às suas ações e interações. Os *frames* são uma parte fundamental da análise proposta por essa abordagem sociológica e são concebidos como estruturas cognitivas que moldam a percepção dos atores sobre o mundo social. Esses frames não são apenas maneiras de interpretar a realidade, mas também fornecem critérios para avaliar e justificar ações. A teoria dos campos de ação estratégica sugere que diferentes domínios da vida social são caracterizados por diferentes *frames*, e a escolha de um *frame* específico influencia a tomada de decisões e as práticas dos atores (FLIGSTEIN, 2001).

Os *frames* são essenciais para entender como as pessoas atribuem valor e significado às situações sociais e como decidem agir com base nesses significados. Eles representam diferentes lógicas de ação, e os atores sociais podem mobilizar um ou mais deles em diferentes contextos ou situações. A escolha de um *frame* específico influenciará não apenas como os atores interpretam uma situação, mas também as estratégias que adotam para justificar suas ações diante de outros atores sociais, impactando significativamente na atuação dos atores em um campo de ação estratégica, moldando suas percepções, objetivos, estratégias, identidades e comportamentos. Compreender e reconhecer a influência dos frames é essencial para a análise e a gestão eficaz dos campos de ação estratégica.

A teoria dos campos de ação estratégica destaca a dinâmica e a tensão entre esses *frames*, revelando como as pessoas podem divergir em termos de valores e justificações, levando a conflitos e negociações no contexto social. Essa abordagem proporciona uma compreensão mais rica das práticas sociais e das bases culturais subjacentes à ação estratégica em diversos campos da vida social (FLIGSTEIN e SWEET, 2002).

Os *frames* podem variar amplamente de um campo para outro e dentro do mesmo campo, refletindo as diferentes perspectivas, interesses e experiências dos atores envolvidos. Por exemplo, dentro de um setor industrial, diferentes empresas podem ter *frames* distintos sobre o que constitui uma estratégia competitiva eficaz, com algumas priorizando a inovação e o pioneirismo, enquanto outras valorizam a eficiência operacional e a qualidade do produto. Os *frames* também podem ser contestados e negociados entre os atores dentro do campo, à medida que buscam avançar seus interesses e influenciar a direção e as normas do campo. Conflitos sobre os *frames* podem surgir quando diferentes grupos têm visões conflitantes sobre como interpretar certos eventos ou problemas, levando a disputas sobre qual frame deve prevalecer.

Além disso, os *frames* podem ser estratégicos na medida em que os atores dentro do campo podem tentar moldar ou redefinir a narrativa dominante para promover seus interesses

ou objetivos. Isso pode envolver a articulação de novas interpretações, a recontextualização de eventos passados ou a construção de narrativas persuasivas que buscam mobilizar o apoio para uma determinada causa ou agenda. Portanto, os *frames* na teoria dos campos de ação estratégica são construções sociais compartilhadas que moldam a forma como os atores dentro de um campo percebem e interpretam a realidade. Eles desempenham um papel fundamental na definição das normas, práticas e estratégias dentro do campo, influenciando a dinâmica e os resultados das interações entre os diferentes atores envolvidos. Os “frames” referem-se a estruturas cognitivas compartilhadas que moldam a percepção e a interpretação dos atores dentro de um campo social específico. Eles influenciam como os indivíduos entendem suas próprias identidades, as relações entre diferentes partes do campo e as regras que governam as interações.

Entre os diversos tipos de frames, podemos citar os frames de identidade que se refere às identidades coletivas compartilhadas pelos participantes do campo. Por exemplo, em um campo acadêmico, os pesquisadores podem se identificar com uma determinada disciplina, como sociologia ou biologia; ou os frames de relação que envolve a compreensão das relações entre diferentes atores e organizações dentro do campo. Por exemplo, em um campo político, os partidos políticos podem se relacionar como aliados ou adversários, dependendo dos interesses em jogo; os frames de crença que diz respeito às crenças e valores compartilhados que orientam as ações dos participantes do campo. Por exemplo, em um campo religioso, os membros podem compartilhar crenças fundamentais sobre o divino, moralidade e práticas rituais; os frames de ação que envolve as interpretações compartilhadas sobre quais ações são apropriadas ou eficazes dentro do campo. Por exemplo, em um campo empresarial, os empreendedores podem ter um frame de ação que valoriza a inovação e o risco calculado; e os frames de competição que se concentra nas percepções e interpretações compartilhadas sobre a competição dentro do campo. Por exemplo, em um campo esportivo, os times podem compartilhar um frame de competição que valoriza a vitória e a superação dos oponentes. Todos esses frames influenciam como os participantes do campo entendem e respondem a eventos, desafios e oportunidades dentro do contexto em que estão inseridos. Eles moldam as estratégias e ações dos atores, assim como as dinâmicas de poder e conflito dentro do campo.

Os temas apresentados neste capítulo, inicialmente apresentando o surgimento do novo espírito do capitalismo, seguido pela financeirização e o capitalismo de plataforma e concluindo com os campos de ação estratégica podem, de fato, contribuir significativamente para o surgimento de um novo contexto para o empreendedorismo. O novo espírito do capitalismo e o

capitalismo de plataforma valorizam a inovação e a disrupção como motores do crescimento econômico. Isso cria um ambiente favorável para o surgimento de novas ideias, tecnologias e modelos de negócios, estimulando o empreendedorismo e o surgimento de startups que buscam aproveitar as oportunidades oferecidas por essas tendências. A financeirização do capitalismo, com seu foco em instrumentos financeiros complexos e mercados de capitais globais, pode proporcionar maior acesso a capital e financiamento para empreendedores. Isso inclui a disponibilidade de investimentos de capital de risco, financiamento de *crowdfunding*. O capitalismo de plataforma, onde as empresas facilitam transações entre usuários através de plataformas digitais, criam oportunidades para empreendedores. Essas plataformas fornecem infraestrutura, acesso a mercados e ferramentas de marketing que podem reduzir as barreiras à entrada e permitir que empreendedores alcancem uma audiência global com mais facilidade. Os campos de ação estratégica, onde vários atores colaboram para promover interesses comuns dentro de um setor ou comunidade, podem criar movimentos empreendedores dinâmicos. Esses movimentos proporcionam suporte, recursos e networking para empreendedores, facilitando o surgimento e crescimento de startups inovadoras. O novo contexto econômico e social apresenta desafios e oportunidades emergentes que podem inspirar empreendedores a buscar soluções criativas e disruptivas. Isso inclui questões como sustentabilidade, tecnologias emergentes, mudanças demográficas e preferências do consumidor.

3. MÉTODO DE PESQUISA

Considerando os objetivos desta pesquisa, será discriminado neste capítulo o procedimento metodológico aplicado. Inicialmente é apresentado o posicionamento epistemológico e desenho da pesquisa, logo em sequência são identificadas as fontes e formas de levantamento de dados, e por fim encontra-se a forma de análise dos dados.

- Posicionamento epistemológico e desenho da pesquisa

A pesquisa qualitativa foi conduzida com base em um estudo de caso, que seguiu os princípios da análise abdutiva (Timmermans e Tavory, 2012). Esta abordagem serve como uma alternativa intermediária entre as pesquisas indutivas e dedutivas, onde conceitos mais abstratos guiam a observação e são, ao mesmo tempo, refinados. Trata-se de uma maneira de alcançar o equilíbrio na pesquisa qualitativa entre observações, métodos e teorias, utilizando processos recursivos que geram inferências criativas, capazes de desafiar noções pré-concebidas e gerar novos conhecimentos.

O estudo de caso escolhido foi particularmente apropriado para revelar a influência das estruturas sociais pela Teoria dos Campos de Ação Estratégica (Fligstein e McAdam, 2012) e que de acordo com YIN (2001) é usual para o entendimento de fenômenos sociais em conjunto com a teoria inicial analisada.

A abordagem qualitativa é uma tentativa de “compreensão detalhada dos significados e características situacionais apresentadas pelos entrevistados, em lugar da produção de medidas quantitativas de características ou comportamentos” (RICHARDSON, 2015, p. 90). Já a lógica abdutiva nos apresenta uma forma de raciocínio a qual percebemos o fenômeno estudado como relacionado a outras observações, ou seja, que existe uma relação de causa e efeito que está oculta do que é apresentado, bem como que o fenômeno estudado é visto com semelhante a outros fenômenos já vivenciados e explicados.

- Fontes e formas de levantamento de dados

O levantamento e coleta de dados para a pesquisa ocorreu em duas etapas distintas, onde na primeira etapa buscamos reconstruir a evolução histórica sobre o movimento local de empreendedorismo, objeto da pesquisa, a partir de um recorte histórico no ano de 2010 para podermos identificar os principais atores envolvidos nas ações vinculadas as novas formas de empreender que se apresentavam e com isso diversos dados secundários foram coletados em

sites institucionais, como os da ABStartups, do SEBRAE e de instituições e empresas e que teve como finalidade aprofundar a compreensão do contexto em que o objeto de pesquisa está inserido.

A partir dos dados secundários e aprofundar na compreensão das características e atuação dos atores no movimento e seus respectivos campos, foram coletados dados primários, através de entrevistas semiestruturadas conforme roteiro apresentado nos Anexos A, B, C e D realizadas com os atores do movimento empreendedor em cada um dos campos identificados e apresentados na pesquisa.

Foram realizadas um total de 20 entrevistas, com uma duração média em torno de uma hora e meia, conforme apresentado no Quadro 3.1 abaixo. Com a finalidade de manter o sigilo em relação a identificação dos atores entrevistados, a denominação deles foi padronizada pelo gênero masculino e por meio de uma identificação numérica associada a palavra Ator.

Quadro 3.1 Atores do movimento que foram entrevistados

	Atores	Campo	Localização	Instituição/Empresa
1	Ator_01	Acadêmico	Sud Menucci_	FIU
2	Ator_02	Mercado	Araçatuba-SP	AeM
3	Ator_03	Mercado	Birigui-SP	Consultor
4	Ator_04	Acadêmico	Araçatuba-SP	Unisalesiano
5	Ator_05	Consultorias	Araçatuba-SP	SEBRAE
6	Ator_06	Estatais	Araçatuba-SP	Prefeitura
7	Ator_07	Acadêmico	Araçatuba-SP	Fatec
8	Ator_08	Consultorias	Araçatuba-SP	SEBRAE
9	Ator_09	Mercado	Araçatuba-SP	FMX
10	Ator_10	Mercado	Penápolis	BELT
11	Ator_11	Mercado	Araçatuba-SP	Farmer Shop
12	Ator_12	Estatais	Araçatuba-SP	Prefeitura
13	Ator_13	Mercado	Araçatuba-SP	Manutenção Notebooks
14	Ator_14	Mercado	Araçatuba-SP	PartiuFDS
15	Ator_15	Estatais	Andradina-SP	Prefeitura
16	Ator_16	Mercado	Araçatuba-SP	Consultora
17	Ator_17	Acadêmico	Ilha Solteira	UNESP
18	Ator_18	Acadêmico	Pereira Barreto	Estácio
19	Ator_19	Estatais	Birigui-SP	Prefeitura
20	Ator_20	Consultorias	Araçatuba-SP	SEBRAE

Fonte: Próprio Autor, (2023)

Entre estes atores que foram mapeados estão:

- Atores que atuam junto ao setor público nas Secretarias de Desenvolvimento Econômico de Araçatuba, Birigui e Andradina. Os dados coletados junto a estes atores buscam identificar as políticas públicas desenvolvidas e aplicadas pelas prefeituras isoladamente ou em conjunto com o Estado e a União, entre outras ações que visem estimular e apoiar os empreendedores;
- Atores que atuam junto a instituições que apoiam empresas e empreendedores. Os dados coletados junto a estes atores buscam identificar as ações relacionadas a educação empreendedora, programas de apoio ao empreendedor, troca de experiências através de eventos e de serviços de consultoria ofertados aos empreendedores
- Atores que atuam junto as *startups* ou a empresas já consolidadas no mercado. Os dados coletados junto a estes atores buscam identificar o apoio e envolvimento que possuem junto a outros atores e campos.
- Atores que atuam junto a instituições de ensino técnico e superior. Os dados coletados buscam identificar a abordagem e evolução do ensino do empreendedorismo e o desenvolvimento da cultura empreendedora junto a formação dos alunos.

Outra forma que foi utilizada para o levantamento de dados foi a observação participante já que o pesquisador atua junto a uma instituição de ensino superior com docente e coordenador de curso, além de ser empreendedor e participar diretamente das ações realizadas junto ao movimento.

Outra forma de coleta de dados primários se deu a partir da observação participante que ocorreu durante 12 reuniões mensais do movimento, ocorridas sempre na primeira segunda-feira de cada mês, realizadas entre os meses de outubro de 2022 até outubro de 2023, bem como a participação do pesquisador nas reuniões de um dos grupos de trabalho do movimento ocorridas no mesmo período, totalizando mais 12 reuniões de trabalho junto a outros atores do movimento.

Alguns eventos realizados por atores do movimento também foram considerados na observação participante, sendo eles:

- A participação do pesquisador e sua empresa em um programa do SEBRAE denominado START Cidades;

- A participação em um evento denominado STARTUP DAY realizado pelo SEBRAE;
- A organização e participação em um evento promovido pelo movimento denominado Voti Conecta, que foi realizado na instituição de ensino onde o pesquisador atua como docente e coordenador.
- Formas de análise dos dados

Iniciamos a análise dos dados pela construção de uma narrativa como forma de organização dos dados secundários e primários anteriormente coletados. Com esta narrativa pudemos organizar temporalmente as ações realizadas junto ao movimento de empreendedorismo, bem como a chegada e participação dos atores neste movimento, começando com um primeiro momento que denominamos de “Os antecedentes do novo espírito do empreendedorismo na região (tempo 1)”, seguido por um segundo momento denominado “A gênese do Hell Valley: uma nova “onda” de empreendedorismo tecnológico (tempo 2)”, e por fim o momento que denominamos de “A reformulação do movimento Hell Valley para o Voti Valley (tempo 3)”.

Outra estratégia utilizada para a análise dos dados foi a análise de conteúdo, que é um método apropriado para utilização em pesquisas qualitativas. De acordo com Bardin (2016), a análise de conteúdo é definida como uma técnica de análise das comunicações que utiliza procedimentos objetivos de descrição do conteúdo das mensagens e que também permitir fazer inferências de conhecimentos relativos às condições de produção das comunicações.

Após a realização das entrevistas, elas foram transcritas e a descrição dos atores foi realizada via prosopografia, que é um passo metodológico utilizado para documentar a carreira acadêmica e profissional de indivíduos. Em seguida, segmentamos os dados na busca de situar a posição dos atores no processo de mobilização emergente, identificando de onde vieram e o que os motiva a se engajarem. Buscou-se também a construção de uma narrativa com os dados levantados, criando uma evolução cronológica para os acontecimentos vivenciado pelos atores em seu processo de mobilização.

Adicionalmente, para a análise das transformações que ocorreram nas últimas décadas na linguagem associada ao empreendedorismo, a frequência da aparição de alguns termos associados ao empreendedorismo na mídia brasileira foi investigada. Isso foi feito a partir da base de dados *Factiva* que reúne os principais veículos de mídia do mundo, com mais de

200 países cadastrados (DOWNJONES, 2020). O idioma padrão investigado na base foi o português e somente os veículos jornalísticos de maior impacto foram incluídos nas buscas. Por estarmos lidando com a evolução da linguagem, não aplicamos restrição temporal, recuperando notícias de 1980 até 2018.

As *strings* de busca foram as seguintes:

- a. Expressões em que a ideia de empreendedorismo está vinculada a de tecnologia (palavras ocorrem no texto a uma distância de até 5 palavras)
- b. “*startup*”: para revelar a emergência de uma nova categoria de empresa;
- c. “*venture capital*” OU “*private equity*”: para revelar a emergência de novas categorias de investimento.
- d. “plataforma”: para revelar a emergência de um novo modelo de negócios.

Como a palavra “plataforma” é mais polissêmica que as demais, restringimos a expressão de busca em “c” a textos que ela ocorresse com a palavra “empresa” ou “negócio” a uma distância máxima de 10 palavras. Além disso, excluimos a ocorrência dessa palavra em expressões linguísticas semanticamente distantes, como em “plataforma eleitoral” ou “plataforma de petróleo”. Nossa busca retornou um total de 13.079 artigos, sendo 297 associados a empreendedorismo tecnológico, 891 a plataforma, 1780 a startup e 617 a *venture capital* e *private equity*.

E por fim, com a finalidade de identificar e construir os resultados e as discussões da pesquisa, de acordo com os objetivos definidos, realizou-se para a apresentação dos resultados uma reflexão sobre como cada teoria utilizada contribuiu para enxergarmos e analisar os dados e para as discussões foi realizada uma problematização buscando analisar como a combinação das teorias utilizadas na pesquisa nos fez chegar aos resultados apresentados.

No próximo capítulo apresentaremos o objeto de pesquisa, que é o movimento empreendedor denominado Voti Valley, além do processo de mobilização dos atores que ocorre neste novo cenário e que emerge em contraponto a um modelo tradicional de empreendedorismo.

4. O MOVIMENTO VOTI VALLEY: OS ANTECEDENTES, A GÊNESE, E A REFORMULAÇÃO

Neste capítulo são apresentadas as origens do movimento Voti Valley e o processo de mobilização emergente dos atores. A narrativa é baseada em três momentos distintos: um primeiro momento que se refere aos antecedentes desse “novo espírito” do empreendedorismo na região e que ocorreu sobretudo a partir do ano de 2010 (tempo 1). O segundo momento se refere a gênese e aos acontecimentos que precederam e resultaram no lançamento do Voti Valley no ano de 2019 (tempo 2). O terceiro momento que ocorreu a partir de 2021 e que se caracterizou por um repensar do próprio movimento e de sua governança (tempo 3). Analisaremos os *frames* utilizados pelos diferentes atores no processo de mobilização e abordaremos os interesses e estratégias utilizadas pelos atores e as principais disputas de poder.

As principais referências, fontes e relatos, para a construção destes três momentos foram as entrevistas feitas com os atores do movimento, os dados secundários obtidos junto ao SEBRAE, Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Araçatuba-SP e as instituições de ensino superior, além da observação participante.

4.1. O novo espírito do empreendedorismo e a ascensão do frame das startups no Brasil

A compreensão das transformações no movimento empreendedor na localidade estudada deve ser situada em transformações institucionais mais amplas, associadas a ascensão de um novo espírito do empreendedorismo a partir da década de 1990. Ainda que a análise dessas transformações mais amplas não seja o foco desse trabalho, nesta seção elas são abordadas a partir de uma pesquisa sobre a frequência da ocorrência de alguns termos-chaves associados na mídia brasileira. Esses termos são considerados como frames (GOFFMAN, 1974), que operam na dinâmica dos campos. Assume-se que a difusão dos frames em nível nacional influenciou a linguagem e a dinâmica do empreendedorismo na região estudada.

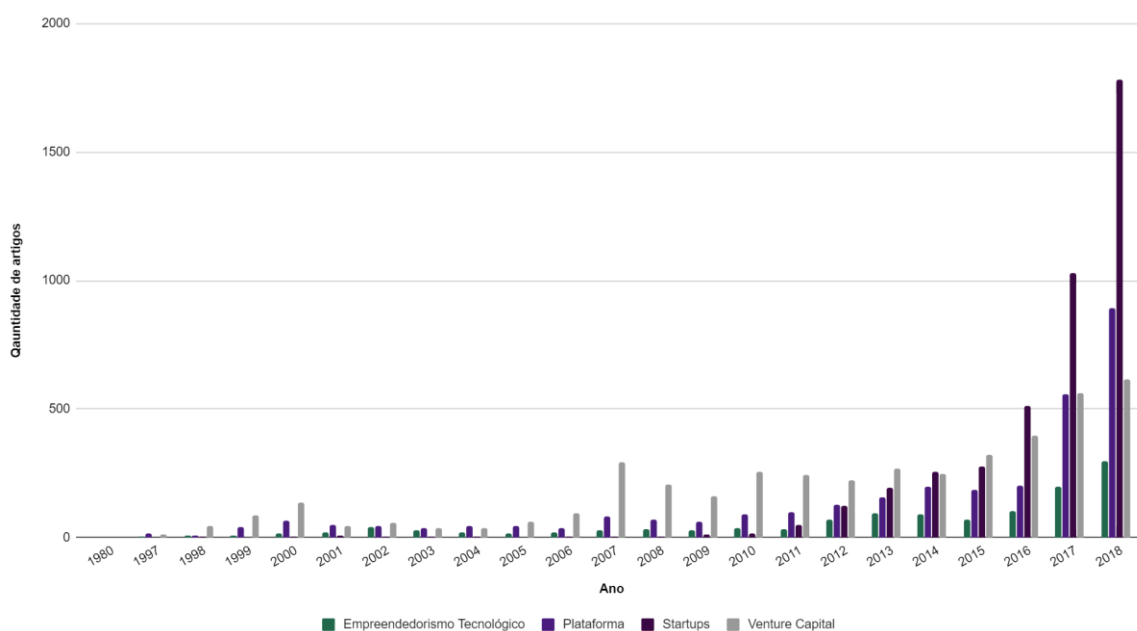
Dois termos principais, associados a dois espíritos distintos do empreendedorismo são investigados. O primeiro, é o termo empreendedorismo tecnológico e suas variações. Esse termo está mais associado ao espírito do capitalismo industrial, enfatizando aspectos técnicos e tecnológicos do empreendedorismo. O segundo é o termo startup, que surgiu e se difundiu mais recentemente na cultura econômica e que é associado ao novo espírito do capitalismo (DUARTE; CANDIDO, 2024).

A figura 4.1 apresenta a frequência desses termos nos principais veículos de imprensa brasileiros. Verifica-se que a frequência de ambos tem um crescimento no período analisado,

mas que o crescimento do termo startup é muito mais acentuado do que o do termo empreendedorismo tecnológico. Essa maior difusão do termo está associada à sua legitimidade, decorrente de sua compatibilidade com o *69thos* do capitalismo contemporâneo.

De forma complementar, alguns outros frames associados ao novo espírito foram investigados. Como abordado anteriormente, algumas vertentes da literatura indicam que a ideia de plataforma é chave no contexto do empreendedorismo contemporâneo. Essa proposta é verificada nos dados levantados, com a ocorrência desse termo se expandindo rapidamente, sendo o segundo mais frequente em 2018. O termo “venture capital”, que denota uma categoria de investimento associada ao novo espírito e à financeirização também ganha tração na mídia.

Figura 4.1: Distribuição temporal de artigos contendo os tempos pesquisados.



Fonte: Próprio Autor, (2024).

4.2 Os antecedentes do “novo espírito” do empreendedorismo na região (tempo 1)

Ao abordarmos nesta tese a temática do empreendedorismo tecnológico baseado na dinâmica das *startups*, é importante que possamos compreender algumas “ondas” ou momentos em que a forma de empreender foi se modificando ao longo dos anos e que resultou na concepção do Voti Valley.

Inicialmente, precisamos entender como o empreendedorismo era abordado anteriormente ao surgimento de uma primeira onda de empreendedorismo tecnológico. Nesse sentido realizamos um recorte histórico a partir do ano de 2010, quando ocorreu um marco importante na cidade de Araçatuba, que foi a assinatura do credenciamento provisório para a instalação de um Parque Tecnológico na cidade. Esse evento, ocorrido em outubro daquele ano envolveu a prefeitura municipal e a Secretaria de Desenvolvimento do Estado de São Paulo,

Nesse momento, o empreendedorismo tecnológico baseado na lógica das *startups* não era uma pauta recorrente nas discussões sobre empreendedorismo e prevalecia ainda uma lógica mais tradicional baseada em empreendimentos prioritariamente físicos. Os recursos tecnológicos existentes ainda eram pouco explorados e geralmente eram utilizados apenas para o desenvolvimento de estratégias de marketing digital para a divulgação da marca, produtos e serviços ou mesmo como uma forma de comercialização através de plataformas de e-commerce. Em um levantamento feito para esta tese com 18 publicações do Jornal de Negócios do SEBRAE para a cidade de Araçatuba e região, entre os anos de 2014 e 2016, apenas duas publicações citavam a temática das *startups* em textos que apresentavam o que vinha ocorrendo sobre o assunto em grandes centros como a cidade de São Paulo.

Este contexto da época apresentava um *frame* mais tradicional e consolidado em relação as práticas empreendedoras. Nas entrevistas feitas para esta pesquisa junto aos empreendedores que passaram ou ainda estão de alguma forma vinculados ao Voti Valley identificou-se que em sua grande maioria nesta época não conheciam e não tinham a prática de temas como *startups*, modelos de negócios escaláveis, MVP Mínimo Produto Viável e estavam mais acostumados a conceitos e ferramentas mais tradicionais como Plano de Negócios ou mesmo o *Balanced Scorecard* (BSC). Também estavam interessados em buscar conhecimentos para a expansão ou mesmo a formalização de seus empreendimentos.

Instituições que sempre apoiaram as práticas e iniciativas empreendedoras, como o SEBRAE, já se faziam presentes na capacitação dos empreendedores ou daqueles que desejavam empreender e que necessitavam buscar novos conhecimentos e desenvolver novas habilidades. As capacitações ocorriam prioritariamente em eventos presenciais realizados na unidade do SEBRAE em Araçatuba-SP. Segundo entrevista realizada para esta tese com Ator_20, consultor do SEBRAE em Araçatuba-SP, os treinamentos e orientações realizadas para os empreendedores foi sofrendo mudanças ao longo dos anos justamente para se adaptar a novos conceitos, métodos e ferramentas. O Ator_20 ainda relatou que no início dos anos 2010 muito pouco se falava sobre *startups* na cidade e região e que o tema começava a ter destaque

em centros maiores como a cidade de São Paulo.

O poder público municipal, por meio principalmente da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, já tinha como objetivo fomentar e apoiar as práticas empreendedoras no município, inclusive realizando parcerias com o SEBRAE para a oferta de formações e qualificações profissionais aos empreendedores e munícipes interessados. De acordo com entrevista realizada para esta tese com o secretário de desenvolvimento econômico Ator_06 (filhado ao PSDB) que esteve à frente da pasta na gestão 2017-2020, o poder público através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico sempre buscou iniciativas que pudessem auxiliar os empreendedores na formalização e estruturação de seus empreendimentos. Em relação a temática das *startups* o entrevistado relatou que começou a ter contato com esta temática a partir da segunda metade da década de 2010 e que até então o foco em relação as possibilidades de empreendimentos estavam muito focadas no microempreendedor individual, o MEI, na microempresa e na empresa de pequeno porte, sem esquecer do apoio as grandes empresas da cidade e região.

Nota-se, que nesse momento prevalecia a concepção de empresas mais técnicas e burocratizadas e que os empreendedores buscavam se apoiar em iniciativas promovidas principalmente por instituições como o SEBRAE, alguma iniciativa vinda do poder público ou mesmo por meio de iniciativas isoladas sem muita colaboração com outros atores. Segundo dados obtidos para esta tese junto ao Laboratório de Empreendedorismo, Sustentabilidade e Desenvolvimento Regional (LAB-EMP) da Faculdade da Fundação Educacional de Araçatuba (FAC-FEA), no ano de 2010 a região de Araçatuba-SP teve a abertura de cerca de 8.865 novas empresas, sendo a maioria nos setores da agropecuária, comércio, construção, indústria e serviços, sendo que cerca de 55% estavam classificadas como Microempreendedor Individual (MEI) .

Outra informação importante é que somente em 2020 o SEBRAE oficializou uma iniciativa voltada ao universo das *startups* denominado de SEBRAE for *Startups*, iniciativa que busca fomentar e potencializar o empreendedorismo de base tecnológica por meio das *startups*. Com esta iniciativa também se inicia a consolidação de dados mais detalhados e específicos sobre as empresas que se apresentam ao mercado e possuem modelos de negócios característicos das *startups*. Nessa época, nota-se um início de movimento por parte das instituições de ensino técnico ou superior na busca de serem mais protagonista nas ações em prol da prática empreendedora, o que motivou o início de uma reestruturação curricular incorporando disciplinas voltadas a temática empreendedora ou a realização de algum evento

pontual que abordasse as práticas empreendedoras e relatos de empreendedores de sucesso nas conhecidas semanas acadêmicas de cursos.

Em um levantamento feito para esta tese com as 3 principais instituições de ensino superior do município de Araçatuba-SP nesta época (UniToledo, Unisalesiano e UNIP), identificamos a inclusão de disciplinas ligadas ao empreendedorismo na matriz curricular dos cursos da área de negócios, engenharias e saúde, bem como a realização de projetos de ensino voltados a concepção e estruturação de novas soluções e empreendimentos que pudessem ser viabilizados. Segundo entrevista realizada para esta tese com a docente Ator_04 do Unisalesiano, a preocupação na estruturação das matrizes curriculares dos cursos de graduação sempre foi uma constante nas instituições de ensino superior e que a temática do empreendedorismo foi sendo inclusa e adaptada ao longo dos anos para que os discentes pudessem desenvolver competências empreendedoras. O Ator_04 ainda completa que foi possível notar ao longo da década de 2010, principalmente a partir da sua segunda metade, que a temática das *startups* começou a ganhar destaque e que isso refletiu na estruturação da matriz curricular dos cursos e nas ações realizadas pelas instituições de ensino superior em relação a prática empreendedora.

Outra questão a ser destacada dessa época é que não se tinha muita informação e divulgação de auxílio e fomento financeiro para os empreendedores que desejavam iniciar um empreendimento ou mesmo buscavam recursos para novos investimentos, a não ser por meios mais tradicionais como o sistema bancário. Segundo o levantamento feito para esta tese junto a Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Araçatuba-SP, além do sistema bancário convencional a opção que parte dos empreendedores tinham nesta época era em relação aos créditos cedidos pelo Banco do Povo, que foi instituído no ano de 2001 no município de Araçatuba-SP.

O modo de empreender da época estava relacionado a uma visão mais tradicional de empresa ligada ao “espírito” do capitalismo industrial descrito por Boltanski e Chiapello (2009), que baseava o planejamento dos empreendimentos em métodos e ferramentas consolidadas como por exemplo o Plano de Negócios, no qual discussões e reflexões eram extensas e constantes e que eram norteadas por paradigmas de estabilidade do negócio, antes mesmo da empresa se apresentar ao mercado. Em dados levantados junto ao Laboratório de Empreendedorismo, Sustentabilidade e Desenvolvimento Regional (LAB-EMP) da Faculdade da Fundação Educacional de Araçatuba (FAC-FEA) para esta tese, no ano de 2010, o setor agropecuário contribuiu com a abertura de 2877 novos empreendimentos, o comércio com 2402

empresas, o setor indústria com 553 empresas, o setor da construção com 418 empresas e o setor de serviços com 2615 empresas.

Os “espíritos do capitalismo” representam crenças e valores que norteiam os pensamentos e as ações e que de certa maneira “justificam” uma postura e posicionamento em relação ao capitalismo. Nesta tese, o que chamo de “novo espírito do empreendedorismo”, é um novo paradigma na forma de empreender, relacionada ao modo de organização das empresas – representado pelos modelos de negócios e a formas de obtenção de crescimento, expansão e lucro – o qual procuro fazer uma conexão com a ideia apresentada na definição apresentada por Boltanski e Chiapello (2009). O que considero como “velho espírito do empreendedorismo” deste primeiro tempo (tempo 1) é apresentado como uma visão mais histórica e tradicional do empreendedorismo baseada em modelos de negócios mais robustos e “lentos” diferentemente do que esse “novo espírito do empreendedorismo” nos apresenta por meio de novos modelos de negócios mais ágeis e dinâmicos, característicos das *startups*.

Neste período que antecede o início desta nova fase, as terminologias mais usadas de acordo com um levantamento feito para este estudo junto aos consultores do SEBRAE da unidade de Araçatuba-SP, faziam referência a empresas de base tecnológica, no qual a visão empreendedora estava mais relacionada a um *frame* tradicional e consolidado, focado prioritariamente em empreendimentos físicos e sem muito uso de recursos de tecnologia da informação. A ideologia que norteava a construção dos modelos de negócios era baseada em práticas geralmente isoladas e de iniciativa do próprio empreendedor que buscava construir um cenário de segurança e garantias ao empreendimento.

O engajamento de outros atores, além dos próprios empreendedores, nesta construção era mais incipientes e dependiam do posicionamento e manifestação do empreendedor em buscar conexões que permitissem auxiliá-lo nesse processo, não havendo um processo de mobilização emergente que pudesse qualificar a formação de um novo campo. Entre os outros atores que despontavam para auxiliar os empreendedores estava o SEBRAE, que conduziam prioritariamente a oferta de ações voltadas aos empreendedores e a quem desejava empreender e é neste contexto de protagonismo da instituição SEBRAE que é iniciado um novo momento em relação as temáticas empreendedoras.

4.3 A gênese do Hell Valley: uma nova “onda” de empreendedorismo tecnológico (tempo 2)

A partir do ano de 2017, uma nova “onda” de empreendedorismo começa a surgir motivada pela temática das *startups* que começava a ser apresentada nas discussões sobre o

empreendedorismo trazidas pelo SEBRAE, por meio de eventos como o SEBRAE STARTUP DAY e o *Startup Weekend* e que puderam apresentar aos empreendedores ou a quem desejava empreender, uma nova estratégia com características diferentes das até então utilizadas.

As ideias e conceitos sobre o movimento das *startups* que já existiam e eram aplicados em outras cidades ou regiões, como mostram os estudos na cidade de Belo Horizonte (Pereira, 2017; Dornelas, 2018), nas cidades de Florianópolis e São José dos Campos (MINEIRO et.al., 2016), na cidade de Ribeirão Preto (BOMFIM, 2017; BOMFIM e TORKOMIAN, 2019) e nas cidades como São Paulo, Campinas, Sorocaba, Araraquara, São Carlos, Piracicaba, São José do Rio Preto (ALVES et. AL., 2019) apresentados na justificativa desta tese, começavam a ser direcionados e discutidos na cidade de Araçatuba-SP, buscando contribuir na criação de um novo *frame*, desta vez focado em uma visão empreendedora que tenha como base a lógica das *startups* e que começa a fazer um contraponto ao *frame* até então existente e focado em empresas de base tecnológica, mais técnicas e burocráticas.

Nesse novo momento, que ocorre em um contexto teórico similar ao universo simbólico denominado de “novo espírito do capitalismo” anteriormente apresentado por Boltanski e Chiapello (2009), é iniciado um processo de mobilização emergente de alguns atores cuja motivação era dar força e visibilidade para uma nova visão sobre o empreendedorismo. Um desses atores é Ator_20, graduado em Administração pelo UniToledo Wyden, Analista Sênior no SEBRAE-SP no escritório de Araçatuba-SP e fundador da *Startup* Eu Vendo. Segundo o Ator_20 relatou em entrevista para este estudo, seu principal interesse é poder levar novos conhecimentos aos empreendedores de Araçatuba-SP e região de temas que estão muitas vezes inéditos ou pouco explorados ainda no ambiente empresarial, sendo a colaboração com outros atores uma das principais motivações que possui para participar de um movimento emergente que procura fomentar a temática do empreendedorismo sob uma ótica distinta das tradicionais, a ótica das *startups*.

É possível compreender, após a entrevista realizada com o ator para esta tese e a observação participante vivenciada junto ao movimento, que por atuar no SEBRAE, esse ator sempre irá possuir o interesse de disseminar e implementar na prática, os programas e ações da organização, tendo como ganho o retorno de ser visto com um especialista na área. Analisamos ainda, que por sua trajetória profissional e a atuação à frente de sua *startup* outros interesses são demonstrados e que estão voltados a experimentar essa nova forma de empreendedorismo, além de consolidar ainda mais seus conhecimentos nesta temática, reforçando e fortalecendo o seu *know-how* e sua imagem de especialista em *startups* e empreendedorismo tecnológico. Os

ganhos deste ator ao se mobilizar para um movimento que começa e emergir está diretamente relacionado a potencializar cada vez mais o seu papel de protagonista em um cenário que começa a despontar na cidade e região, o que irá resultar em um papel dominante dentro do Voti Valley, como veremos posteriormente, bem como irá contribuir para sua evolução profissional dentro da própria instituição que representa, o SEBRAE.

Em outubro de 2017, é realizado em Araçatuba-SP com a atuação direta de Ator_20, o primeiro SEBRAE STARTUP DAY, evento que tem como objetivo fomentar e discutir o ambiente das *startups* e de novos modelos de negócio, gerando como resultado a possibilidade de apresentação de novas *startups* ou mesmo a validação de *startups* já existentes.

O principal sentido desta ação segundo relatou Ator_20, o principal articulador do evento, era poder trazer à tona a discussão de uma temática até então não explorada na cidade e região, as *startups*. Segundo ele, o evento possibilitou também ao público participante conhecer e compreender o que é uma *startup* e como as pessoas interessadas poderiam empreender a partir da construção de modelos de negócios característicos das *startups*, além de conhecerem cases de sucesso trazidos por especialistas que participaram do evento a convite do SEBRAE. O evento contou também com o apoio da prefeitura municipal de Araçatuba-SP por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico. Nessa época, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico era representada pelo secretário Ator_06 (Gestão 2017-2020 do prefeito Dilador Borges, ambos filiados ao PSDB), um segundo ator que se apresenta neste processo de mobilização emergente.

Ator_06 é graduado em Engenharia Industrial Mecânica pela Universidade Santa Cecília e empresário do setor moveleiro em Araçatuba-SP. Foi durante a sua gestão que avançaram as discussões e as tratativas para os desdobramentos da implantação do Parque Tecnológico em Araçatuba-SP iniciadas em 2010, além da regularização dos parques industriais existentes na época. Segundo relato do Ator_06 em entrevista para esta tese, seu principal interesse era o de colocar o poder público não somente como um expectador nas discussões, mas também como um ator ativo nas ações que se mostravam necessárias para que esta nova forma de empreender pudesse ser disseminada aos empreendedores.

Identificou-se que os principais interesses do Ator_06 em estar envolvido neste evento e no movimento que começa a surgir está relacionado a imagem de pioneiro em alinhar novos conceitos e conhecimentos que pudessem de alguma forma impactar as empresas e associar essas práticas a participação do poder público. Os principais ganhos que este ator teve em se mobilizar junto a este movimento foi estar consolidando sua atuação frente ao poder público e

ao setor empresarial em relação as temáticas envolvendo o empreendedorismo e as *startups*.

O evento pode proporcionar a participação e a integração de diversos atores que levavam também consigo o nome das instituições que representavam como o SEBRAE por meio de seus analistas e consultores, a prefeitura de Araçatuba-SP por meio de representantes da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, as instituições de ensino técnico e superior como o Unisalesiano, Unitoledo e UNIP representadas por docentes que estavam envolvidos com a temática empreendedora, além de profissionais e empresas curiosas e interessadas em conhecer um pouco mais deste universo das *startups*.

Quando analisado a contribuição deste evento para o processo de mobilização emergente, identifica-se que a iniciativa pode ser considerada um primeiro marco para o início de uma nova abordagem em relação as práticas empreendedoras, bem como um primeiro evento com a temática das *startups* na cidade de Araçatuba-SP. O evento procurou mobilizar diversos atores, mas também pude questionar se os principais propósitos estavam realmente associados a criação de uma nova prática empreendedora para a cidade e a região ou se os principais propósitos não estão associados as diretrizes estratégicas estabelecidas pelo SEBRAE, já que foi a instituição responsável em trazer o evento para a cidade de Araçatuba-SP.

Um argumento que pode contribuir com essa reflexão e contraponto em relação aos reais propósitos da realização do evento está no fato de que outra ação que começava a despontar nesta época foi a abordagem e a apresentação de novos conceitos e ferramentas nas ações e treinamentos realizados pelo SEBRAE. Segundo entrevistas com os consultores do SEBRAE da unidade de Araçatuba-SP responsáveis pela realização dos treinamentos, tradicionalmente os treinamentos da instituição sempre focaram o micro e pequeno empresário para auxiliá-los na concepção de seu negócio, estruturando as principais áreas como finanças, comercial, produção e gestão de pessoas e que temáticas como o conceito e principais características das *startups*, como montar uma *startup*, como elaborar um MVP Mínimo Produto Viável com o objetivo de validar uma ideia de solução para um novo negócio foram sendo incorporadas na agendas da instituição principalmente a partir de 2017.

Neste cenário, algumas empresas já consolidadas da área de tecnologia da informação começavam a despertar e a intensificar suas ações para o desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis, visando focar neste novo contexto de *startups* que começava a surgir, bem como buscando despertar o interesse de empreendedores já consolidados ou mesmo de futuros empreendedores que ainda buscavam definir um modelo de negócios compatível com este novo momento, no qual é intensificado o uso da tecnologia.

Uma dessas empresas é a FMX Soluções em Tecnologia de Araçatuba-SP, uma fábrica de *software*, fundada em 2013, que identificou novas oportunidades para atender a um mercado de aplicativos para dispositivos móveis que começava a despontar. Os empreendedores responsáveis pela empresa Sócio_01, Sócio_02 e Sócio_03 sempre tiveram o interesse em disponibilizar tecnologias que pudessem contribuir com as ideias e negócios de seus clientes.

A partir da observação participante, o posicionamento e interesse da empresa em direcionar esforços para o desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis, identificou-se um interesse em aproveitar a oportunidade que estava sendo direcionada pelo SEBRAE em relação a temática das *startups*, o que motiva e justifica a empresa a estar presente e participante neste movimento de mobilização emergente.

O poder público, aqui representado pela prefeitura de Araçatuba-SP na figura do secretário de desenvolvimento econômico, passa a ter um maior interesse de estar presente em ações que tratam desta nova temática emergente para que possa entender todo esse novo contexto e o impacto que causaria no setor público, e orienta o Conselho Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação, criado em 2010 e subordinado a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, para incluir em suas reuniões a discussão e o acompanhamento dessas novas temáticas emergentes.

Ao analisar, baseada nas entrevistas e na comparação entre os discursos apresentados pelos atores e suas práticas reais, identificou-se que em relação aos interesses demonstrados pelo poder público, nota-se que existia a diretriz em estar presente junto as ações realizadas em relação as temáticas empreendedoras e das *startups* para demonstrar que a prefeitura estava alinhada como esses temas emergentes, bem como dando o apoio necessário, mas que em muitas vezes os temas não eram tratados como prioritários nas ações discutidas e realizadas pelo poder público e pelo próprio Conselho Municipal de Ciência, Tecnologia e Inovação.

Já as instituições de ensino técnico e superior que haviam começado uma reestruturação curricular para sinalizar a introdução da temática das *startups* nos currículos de seus cursos, principalmente nas disciplinas voltadas para o empreendedorismo, começavam a participar de eventos que promovem a discussão e desenvolvimento desta temática, como é o caso do *Startup Weekend* onde docentes destas instituições começam a participar como mentores.

Este movimento de aproximação das instituições de ensino para participação nos eventos relacionados as temáticas empreendedoras e as *startups*, baseado nas entrevistas realizadas para a tese com os docentes destas instituições de ensino, identificou-se que um dos principais propósitos estava em dar uma maior visibilidade a estas instituições de ensino,

demonstrando que elas estavam atentas aos novos temas emergentes e estariam levando estes temas para seus alunos e docentes como um diferencial. Vale destacar também em nossa análise que as instituições de ensino que começavam a demonstrar interesses no movimento emergente, são concorrentes diretos e disputam um mesmo espaço junto a mercado de educação, o que acaba gerando uma disputa de poder em que cada instituição busca demonstrar suas potencialidades em relação aos concorrentes.

O *Startup Weekend* é um evento global que ocorre em um final de semana, com duração de 54 horas, no qual empreendedores ou futuros empreendedores devem validar uma ideia de negócio baseado na lógica dos modelos de negócio das *startups* e para isso contam com o auxílio de mentores das mais diversas áreas de negócio e mercado. Esse formato de evento foi desenvolvido pela rede global Techstarts, fundada em 2006, que auxilia empreendedores a desenvolverem e alavancarem suas *startups*.

O primeiro *Startup Weekend* ocorreu em abril de 2018 na cidade de Birigui-SP, localizada a 8 km de Araçatuba-SP e considerada um dos principais polos de fabricação de calçados infantis do país, tendo como principal organizador do evento Ator_03, além do apoio da prefeitura municipal da cidade, por meio da secretaria de desenvolvimento econômico e do SINBI o Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Birigui-SP e a participação do SEBRAE.

Essa primeira edição do *Startup Weekend* contou com a participação de estudantes do ensino técnico e superior que formaram as equipes que disputaram a competição, docentes das instituições de ensino técnico e superior que atuaram como mentores no evento e empresas de tecnologia como a Trovata de Birigui-SP, desenvolvedora de soluções para automação de força de vendas para as indústrias, que atuaram como patrocinadoras do evento. A equipe vencedora dessa primeira edição pertencia ao Instituto Federal Campus de Birigui-SP que propôs a criação de um aplicativo no qual fosse possível alugar vagas de garagem disponíveis em lugares de grande fluxo.

Ao analisar as contribuições do evento para o processo de mobilização emergente e que foram baseadas nas entrevistas realizadas com os atores envolvidos, identifiquei que o evento possibilitou estimular a conexão entre diferentes atores, bem como a apresentação de uma dinâmica diferenciada e até então não vivenciada na cidade para o fomento ao empreendedorismo. Uma nova forma de se pensar o empreendedorismo foi apresentada através de uma competição entre equipes que tinham como objetivo criar soluções para demandas e problemas reais, utilizando-se de modelos de negócio característico das *startups*.

Um outro ator que se apresenta no processo de mobilização nessa época, por meio da organização do primeiro *Startup Weekend*, foi Ator_03. Graduado em Desenho Industrial na UNESP, empreendedor e consultor, já atuou junto ao SEBRAE exercendo a função de consultor de negócios. Para Ator_03, segundo relato apresentada em entrevista realizada para este estudo, o principal sentido da realização do *Startup Weekend* foi a prática de conceitos e ferramentas para a construção de novos modelos de negócios e *startups* que os participantes puderam exercitar. Ainda segundo o Ator_03, esse tipo de aprendizado mão na massa gera melhores resultados para a compreensão e engajamento das pessoas, ainda mais por se tratar de uma temática pouco explorada e conhecida ainda na cidade e região.

De acordo com a sua trajetória profissional, os principais interesses de Ator_03 em conduzir a organização de um evento como o *Startup Weekend* estão relacionados a ser protagonista nas ações que envolvam este novo momento no qual novas formas de empreender surgem, necessitando de pessoas que tenham conhecimento e *know-how* para conduzi-los. Os ganhos esperados para este ator estão relacionados a criação de uma identidade forte e consolidada de um especialista na temática das *startups*.

Além de ter sido o principal articulador do *Startup Weekend*, Ator_03 é o fundador e coordenador da INTEC BIRIGUI – Incubadora de Arte, Tecnologia e Inovação fundada em julho de 2018 com o apoio da prefeitura municipal de Birigui através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico. O momento para a criação de uma incubadora de *startups* se mostrava propício pois haviam realizado recentemente a primeira edição do *Startup Weekend* na cidade, e o interesse de Ator_03 era buscar acompanhar essa onda inicial de empreendedorismo tecnológico para a criação de um espaço de apoio e *networking* aos interessados na temática das *startups*, o que demonstram um interesse em liderar o apoio a estes novos empreendedores, possibilitando futuras oportunidades de negócios.

Seguindo o que ocorreu na cidade de Birigui-SP, em setembro de 2018 é lançada a INOVATA incubadora de *startups* de Araçatuba-SP, que teve no então secretário de desenvolvimento econômico da época, Ator_12 (sucessor do secretário Ator_06 que foi secretário na Gestão 2017-2020 do prefeito Dilador Borges), seu principal apoiador. Ator_12 é graduado em Administração pela FGV, atuou no setor privado e posteriormente foi presidente do SESI durante 18 anos. Conforme relato em entrevista para este estudo, o Ator_12 informou que seu principal interesse era não deixar o poder público fora das discussões sobre uma nova forma de empreender que emergia e que deveria ser dada atenção e prioridade ao assunto por parte do poder público.

Baseada em seu currículo e a sua trajetória profissional, identificou-se que o novo secretário da pasta possuía o interesse em aproximar o setor produtivo e o poder público, potencializando as oportunidades de crescimento para a cidade e região. Neste sentido, os ganhos esperados para o Ator_12 em participar de um movimento emergente é poder estar à frente de novas oportunidades que possam ser levadas às empresas e ao próprio setor público.

A INOVATA surgiu com o propósito de oferecer suporte e educação sobre tecnologia, empreendedorismo e *startups* gratuitamente para toda comunidade e para isso conta com parceiros como o SEBRAE, docentes de instituições de ensino técnico e superior e empresas parceiras para promoverem palestras, treinamentos e eventos. A incubadora está sob a responsabilidade da secretaria de desenvolvimento econômico do município de Araçatuba-SP e disponibiliza seu espaço para a realização de atividades de *coworking* e eventos.

Este contexto da criação de espaços físicos específicos, busca também criar uma referência para empreendedores e pessoas que desejem empreender ou conhecer mais sobre a temática das *startups* em relação às pessoas que estejam engajadas no assunto e aptas a auxiliar. Segundo Ator_12, o principal sentido na criação da INOVATA era trazer para a cidade um ponto focal de *networking* e discussões sobre a temática das *startups*, onde empreendedores e pessoas interessadas no tema pudessem se reunir com o objetivo de gerar novos conhecimentos, troca de experiências.

A criação deste espaço na cidade, bem como o da incubadora de Birigui-SP, busca contribuir com o processo de mobilização por meio da materialização de espaços que promovam o *networking* entre os atores envolvidos com as novas práticas e dinâmicas empreendedoras que começam a despontar. Em contraponto a estes interesses em comum compartilhado pelos atores envolvidos, posso analisar a partir das entrevistas e das práticas realizadas por estes atores, que a criação destes espaços também requer pessoas que estejam engajadas e que sejam vistas como referência, o que acaba constituindo um jogo de poder sobre quem irá ditar as regras nestes espaços e que serão vistos como referência pelos empreendedores e pelos demais atores envolvidos.

No mesmo ano de 2018, em outubro, ocorreu a primeira edição do evento *Startup Weekend* em Araçatuba-SP e contou com a participação e organização novamente de Ator_03, além do apoio da secretaria de desenvolvimento econômico do município na figura do secretário da época Ator_12 e de Ator_20 do SEBRAE.

Esta primeira edição do *Startup Weekend* de Araçatuba-SP, de forma similar ao evento ocorrido na cidade de Birigui-SP, contou também com a participação de alunos e docentes de

instituições de ensino técnico e superior como o UNISALESIANO, UNITOLEDO e FATEC que montaram equipes formadas pelos alunos com o apoio de docentes das instituições que atuaram como mentores no evento.

Com relação as contribuições para o processo de mobilização emergente e o novo *frame* que se constituía em relação as práticas de empreendedorismo, minha análise baseada nas entrevistas realizadas para a tese e o próprio acompanhamento do evento, que ele possibilitou a apresentação na cidade de uma nova abordagem, mais dinâmica e interativa do que as práticas tradicionais para a elaboração de modelos de negócio, similar ao que foi vivenciado na edição ocorrida em Birigui-SP. Esta iniciativa trouxe outros atores para o movimento emergente de empreendedorismo tecnológico como a participação de Ator_04 docente do Unisalesiano de Araçatuba e do pesquisador desta tese.

O Ator_04 é graduada em Ciências Contábeis pelo Unisalesiano e atua como docente no ensino superior com disciplinas voltadas à gestão e ao empreendedorismo, além de líder de comunidade de *startups* na ABSTARTUP. Segundo relato do Ator_04 na entrevista concedida para este estudo, seu principal interesse em participar de ações que estejam vinculadas a uma nova forma de empreendedorismo é importante para estes temas sejam levados para dentro de sala de aula.

Baseada em seu currículo e trajetória profissional no ensino superior, os seus principais interesses estão em dar visibilidade e protagonismo a seus alunos e a instituição em que atua, gerando ganhos que possibilitem ser referência nas temáticas das *startups* no ambiente acadêmico e profissional. Verifico também que para Ator_04, conforme relato em entrevista para esta tese, o principal sentido na realização de um evento como o *Startup Weekend* é poder compartilhar com o público universitário uma visão empreendedora nova e emergente, que pudesse despertar nos alunos o desejo de empreender por meio da construção de novas soluções.

Como pesquisador desta tese, posso destacar que entre os meus principais interesses na época estavam o de ampliar a minha rede de relacionamentos para criar oportunidades profissionais. E o sentido do evento estava ligado ao desenvolvimento de uma nova cultura empreendedora, mais colaborativa e contando com o apoio de diversos atores. Sou graduado em Sistemas de Informação e atuei durante 20 anos na área de Tecnologia da Informação, além de ser docente e coordenador do curso de Engenharia de Produção do UniToledo Wyden.

Em agosto de 2019, motivado pelos programas e ações do SEBRAE, Ator_20 apresenta o programa STARTUP SP em Araçatuba-SP, iniciativa do SEBRAE que tem como objetivo desenvolver *startups* digitais em estágio de ideação ou validar o modelo de negócio, apesar de

algumas das *startups* participantes já se apresentarem no estágio de operação. Trata-se de um programa de aceleração com duração de 3 meses que oferece capacitações, acompanhamento de negócios, conexão com outros programas e investidores, além de mentoria com empreendedores parceiros do mercado.

O evento STARTUP SP contou com a participação de onze *startups* e trouxe como destaque as *startups* AeM do empreendedor Ator_02 e Farmer Shop do empreendedor Ator_11. O Quadro 4.1 apresenta as *startups* participantes do evento.

Quadro 4.1. *Startups* participantes do programa STARTUP SP Araçatuba em 2019.

Startup	Solução	Estágio
AeM	VarejoApp, aplicativo voltado para pequenas e medias empresas do varejo	Operação
Smart Trato	<i>Software</i> para o gerenciamento do processo de confinamento bovino	Operação
Pet Araça	<i>Software</i> para encontros caninos para geração de ninhada	Operação
PagueLink	Uma plataforma web que permite vendas com cartões e parcelamentos	Operação
SRC Clínicas Odontológicas	Uma plataforma para controle de processos internos em clínicas odontológicas	Validação
Farmer Shop	<i>Marketplace</i> voltado para o mundo <i>country</i>	Operação
Fábrica de Testes	<i>Serviços de controle de qualidade em softwares</i>	Ideação
Gimb	<i>Software</i> para otimização de processos das empresas	Validação
Anzen	<i>Software</i> para empresas de monitoramento e segurança	Ideação
Nossa Classe	Plataforma <i>para a realização de simulados e estudos</i>	Ideação
US Universidade	<i>Plataforma de serviços e informações para estudantes universitários</i>	Ideação

Fonte: Próprio Autor, (2023).

A *startup* AeM, que possui um *software* de gestão voltada a microempreendedores individuais, foi selecionada para participar do programa START, um programa on-line e gratuito, realizado a partir da parceria entre o SEBRAE e a ABSTARTUP. Já a Farmer Shop, vem se destacando na venda *online* de produtos da moda *country*, como botas, chapéus e demais acessórios, a nível Brasil. Estes dois casos de destaque, passaram a ser utilizados e referenciados como exemplos de sucesso, buscando incentivar outros empreendedores no processo de mobilização emergente que se formava em torno das temáticas das *startups*, reforçando o discurso do aparecimento de uma nova onda de empreendedorismo. Vale ressaltar, contudo, que estes casos de sucesso ainda estavam em momentos incipientes e continuavam a buscar apoio

e conhecimento para o desenvolvimento de suas *startups*.

Segundo o empreendedor Ator_02 reportou em entrevista realizada para esta tese, o evento proporcionou alguns ganhos para o seu empreendimento como a validação de ideias e ações para aplicar em sua *startup*, além de possibilitar também a ampliação de sua rede de contatos gerando novas possibilidades de negócios. Em relação ao ator Ator_11 (Farmer Shop), ele relatou em entrevista realizada para este estudo, que ao participar do STARTUP SP conseguiu obter ganhos para o seu negócio pois o evento pode apresentar caminhos que muitas vezes ele como empreendedor não havia pensado, portanto contribuiu muito para o modelo de negócios inicialmente criado, possibilitando sua consolidação e crescimento, em sinergia com seus interesses de crescimento rápido e sólido para seu empreendimento.

A análise que faço das contribuições que esta primeira edição do STARTUP SP realizada na cidade de Araçatuba-SP trouxe para o processo de mobilização emergente, identificou-se que o evento pôde apresentar cases de empreendedores e suas *startups*, que de certa forma mostravam que a nova visão e forma de empreender que vinha se apresentando era possível e viável, buscando assim reforçar a construção de um novo *frame* baseado na construção de novos modelos de negócios distintos dos modelos tradicionais. Em contraponto a estas contribuições geradas pelo STARTUP SP, pude analisar novamente o protagonismo exercido por Ator_20 que estava apoiado pela instituição em que atua, o SEBRAE. Novamente se reforça um jogo de poder que é impulsionado pelas diretrizes e ações da instituição SEBRAE junto ao movimento emergente.

Motivado pelas ações que vinham se intensificando, em outubro de 2019 é realizado a segunda edição do *Startup Weekend* em Birigui-SP, coordenado por Ator_20 do SEBRAE e Ator_03. O objetivo principal deste evento, segundo Ator_03 relatou em entrevista para este estudo, foi o desenvolvimento de soluções eficazes para os problemas mais relevantes da indústria, com ênfase no uso de tecnologias e da inovação.

Esta nova edição do evento contou com o engajamento de novos atores para o processo de mobilização, como foi o caso do docente Ator_07 da FATEC de Araçatuba-SP. Ator_07 é graduado em Ciências Econômicas pela UNESP, atua como coordenador de curso e professor na Fatec Araçatuba-SP, além de ser o responsável na agência INOVA que é a agência de inovação do Centro Paula Souza. Para Ator_07, conforme relatado em entrevista para esta tese, eventos como o *Startup Weekend* possibilitam uma troca incrível de conhecimentos e experiências, o que agrega muito para os empreendedores participantes do evento e seu principal interesse para se engajar no movimento emergente é poder compartilhar um pouco de

seu conhecimento nas temáticas de inovação, empreendedorismo e *startups*.

Baseada na entrevista realizada com o Ator_07 para esta tese e de acordo com sua trajetória profissional, novos caminhos são propostos e discutidos para os empreendimentos e modelos de negócios apresentados durante o evento. Entre seus interesses estão o de levar inovação e visibilidade aos seus alunos e à instituição em que atua, proporcionando ganhos relacionados ao reconhecimento e a excelência em seu trabalho.

Outras regiões do estado de São Paulo já estavam discutindo e fomentando a temática das *startups* como as cidades de Ribeirão Preto, Bauru, São Carlos, portanto Ator_20 sugeriu que uma identidade fosse criada para que oficialmente existisse um marco na concepção desta nova “onda” de empreendedorismo que emergia da mobilização de diversos atores interessados na temática das *startups*. Essa proposta de nomear o movimento resultou no lançamento do Hell Valley em dezembro de 2019, inspirados no Silicon Valley nos EUA. Inicialmente o nome proposto foi escolhido por fazer menção ao calor da região de Araçatuba-SP e posteriormente revisado e alterado para Voti Valley como veremos mais adiante no tópico sobre a reformulação do movimento (tempo 3).

A criação de uma identidade para o movimento apresenta uma reflexão sobre o papel e a importância das habilidades sociais dos atores envolvidos, ou seja, a capacidade destes atores de induzirem a cooperação por meio da criação de significados compartilhados e ações coletivas, engajando assim outros atores. Essa relação entre habilidades sociais e as coerções do campo nos apresenta exatamente o entendimento Fligstein e McAdam (2012) sobre o binômio da ação-estrutura. A habilidade social apresentada pelo ator dominante Ator_20 direciona a busca pela construção de ações coletivas, neste momento representada pela criação de uma identidade para o movimento emergente que permita criar um marco importante que poderia dar maior sentido do propósito do movimento aos atores envolvidos.

Nesta proposta de concepção de um novo movimento, além de Ator_20 estavam presentes e participaram desta decisão os atores já apresentados anteriormente Ator_06, Ator_03, Ator_12, Ator_04, Ator_02, Ator_11 e Ator_07. No lançamento oficial do movimento ocorrido em dezembro de 2019 pode-se notar uma continuidade, ainda que com baixa adesão, do processo de mobilização de alguns principais atores ao longo do tempo desde o evento realizado em 2017.

A Figura 4.2 apresenta os principais atores e as instituições que representam, ao longo do processo de mobilização emergente que resultou na concepção do movimento.

Figura 4.2 Evolução temporal da mobilização dos atores do movimento.



Fonte: Próprio Autor, (2023).

Por meio da observação participante, pude compreender que o entendimento sobre o posicionamento e a contribuição de cada ator no campo emergente ainda era incipiente quando de seu lançamento, bem como as regras que legitimavam o movimento ainda não estavam claras o suficiente. As ações realizadas até então buscavam despertar o interesse de diversos atores na temática empreendedora baseada nas *startups*, mas ainda sem uma definição clara do que estaria em jogo neste campo emergente.

A mobilização teve até então a participação de atores do poder público, como os representantes da prefeitura de Araçatuba-SP, de atores pertencentes a entidades que apoiam iniciativas de empreendedorismo, através de representantes do SEBRAE, de atores que representavam as instituições de ensino técnico e superior, através de representantes das universidades locais e de empreendedores, através de representantes de empresas já constituídas e de algumas *startups* que estavam iniciando a sua jornada nesta nova forma de empreender.

Entre os interesses em disputa com o lançamento do movimento, o ator do poder público Ator_12, declarou a necessidade de potencializar as iniciativas empreendedoras na cidade, possibilitando a geração de renda e emprego e por isso procurou intensificar sua participação e envolvimento, bem como de outros membros da Secretaria de Desenvolvimento, em ações que tratassem da temática das *startups*. Na prática, o que pude identificar, por meio da observação participante, foi a falta de disponibilidade por parte do secretário de participar ativamente das reuniões e ações promovidas pelo movimento emergente, justificada justamente pelas intensas demandas vindas de sua atuação junto ao poder público.

O ator Ator_20 que atua no SEBRAE, manteve o seu protagonismo frente a esta nova

temática que se intensificava e declarou o interesse em contribuir com o movimento, através das diversas soluções ofertadas no portfólio da instituição como programas, treinamentos, *workshops* e eventos, possibilitando assim se manter como uma referência de conhecimento, qualidade e iniciativas junto ao movimento. A análise que faço neste caso, baseado na observação participante, é que realmente o Ator_20 se mostrou protagonista em relação as diretrizes e ações propostas para o movimento, sendo muitas destas diretrizes e ações associadas a programas e palestras proporcionadas pelo próprio SEBRAE e nem tanto em diretrizes e ações nascidas no próprio movimento.

Os atores pertencentes as instituições de ensino técnico e superior, Ator_04 e Ator_07 declararam também o interesse em contribuir com o desenvolvimento da cultura empreendedora e com a capacitação e mentoria para as *startups*, uma vez que já começavam a tratar desta temática junto aos currículos dos cursos das instituições em que atuam. Ao confrontar o discurso apresentado por estes atores com as práticas realizadas, pude identificar por meio da observação participante, que as atribuições dos docentes frente a suas instituições por muitas vezes impediam a participação deles nas ações do movimento, além de ocorrer uma certa disputa de poder para mostrar o valor e protagonismo de cada instituição de ensino.

Em relação aos empreendedores, algumas poucas empresas já constituídas também demonstraram interesse em colaborar com o desenvolvimento das *startups*, compartilhando experiências vivenciadas principalmente junto ao mercado, como o caso do empreendedor Ator_03. Os empreendedores Ator_02 e Ator_11 (Farmer Shop), em seus discursos, se demonstraram interessados em adquirir conhecimento e competências para validarem seus novos modelos de negócios e assim consolidar sua entrada no mercado, mas também se demonstraram interessados em compartilhar suas experiências com outros empreendedores.

Ao verificar a prática dos discursos destes empreendedores que já se encontravam com o desenvolvimento de suas *startups*, pude identificar por meio das entrevistas e da observação participante, a pouca disponibilidade de tempo para que estes empreendedores realizassem o compartilhamento de experiências com outros empreendedores e demais interessados na temática das *startups*, gerando inclusive longos períodos afastados das ações do movimento emergente.

Como pesquisador e através da observação participante, identificamos que o lançamento oficial do movimento foi um marco importante e inicial em relação a uma nova “onda” de empreendedorismo que se buscava apresentar e potencializar, e a principal tensão neste início de estruturação do movimento foi a baixa participação de empreendedores e

interessados na temática das *startups*, pois a expectativa era de uma participação mais intensa tanto de empresas já consolidadas quanto de novos empreendedores e negócios que poderiam buscar novas alternativas nesta forma de empreendedorismo que se estava apresentando.

Para a continuidade das ações do movimento, a estratégia de abordagem junto a este principal público-alvo, precisaria ser repensada para que os atores que pudessem contribuir e colaborar fossem realmente atingidos e estivessem engajados nas ações do movimento. Ocorre que no início do ano seguinte, em março de 2020, é declarada a pandemia do COVID-19 momento no qual todas as atividades presenciais foram paralisadas e esse novo cenário acabou impactando o recém-lançado movimento Hell Valley.

Esta situação, considerada um choque exógeno pela Teoria dos Campos de Ação Estratégica, criou uma certa frustração pois existia uma expectativa da realização de reuniões recorrentes que seriam necessárias para dar andamento às primeiras ações previstas no movimento como alguns treinamentos sobre *startups*, mentorias a pessoas interessadas em empreender neste novo modelo que surgia e o *networking* que seria promovido através de encontros presenciais.

As ações pensadas quando do lançamento do movimento ficaram paradas boa parte do primeiro semestre de 2020, inclusive as ferramentas digitais de comunicação que começaram a ter destaque em razão da pandemia, como o TEAMS, Google Meet e Zoom, foram pouco utilizadas durante esse período e as atividades acabaram cessando por completo.

4.4 A reformulação do movimento Hell Valley para o Voti Valley (tempo 3)

Apenas em junho 2020, Ator_20 (SEBRAE), apresenta uma nova edição do programa STARTUP SP, que na época estava em seu oitavo ciclo e que desta vez é realizada totalmente de maneira *online* em razão da pandemia e com a participação em conjunto de outras regiões do estado de São Paulo, buscando com isso uma maior integração com outras regiões e a possibilidade de ampliar o número de participantes.

A realização deste evento, apesar de ser impulsionada pelas atividades de Ator_20 junto ao SEBRAE, foi utilizada como uma tentativa de trazer novamente à tona as discussões sobre o movimento emergente. Era uma tentativa para buscar reunir novamente os atores que já haviam se mobilizado anteriormente junto ao movimento e a retomada das discussões para o desenvolvimento de um novo olhar para o empreendedorismo.

Segundo o que o Ator_20 relatou em entrevista para este estudo, o sentido da realização deste evento era o de não cessar por completo as ações voltadas a temática das *startups* e a essa

nova perspectiva que se apresentava em relação às práticas empreendedoras. O fato de ter sido realizado de forma *online* possibilitou de forma mais acessível que empreendedores e pessoas interessadas de outras cidades do estado de São Paulo pudessem participar conjuntamente do evento, que a princípio sempre foi regionalizado pelos escritórios regionais do SEBRAE.

Este evento acabou trazendo para o processo de mobilização Ator_16, graduada em Marketing e Gestão Pública pela PUC-SP, atuou como Agente Local de Inovação no SEBRAE-SP escritório de Araçatuba-SP e atualmente é consultora independente. Em seu relato realizado por meio de entrevista para este estudo, o Ator_16 expressou que seu interesse em se mobilizar para participar do movimento está relacionado a aprender sobre o universo das *startups*.

De acordo com a entrevista realizada e sua trajetória profissional, identifiquei que os seus interesses estão relacionados a busca de novos conhecimentos nas temáticas relacionadas a inovação, tecnologia e *startups*, com o propósito de gerar ganhos futuros de possibilidades de atuação profissional. Na prática, o que analisamos dos interesses apresentados pelo Ator_16, é que ela procurar se apresentar como protagonista nas ações do movimento, procurando assim projetar a construção de uma percepção de valor e conhecimento frente aos demais atores do movimento.

Outro ator que se mobiliza a partir deste evento é Ator_14, graduado em Arquitetura e Urbanismo pela UNIP-SP, atuou cerca de 20 anos no ramo da arquitetura e a partir do ano de 2017 iniciou sua trajetória junto as temáticas de inovação e *startups* inicialmente na cidade de São Paulo e posteriormente mudou-se para Araçatuba. De acordo com entrevista cedida para este estudo, o Ator_14 relatou que seu principal interesse é em compartilhar um pouco da sua experiência com outros empreendedores, podendo assim contribuir para que sejam mais assertivos e passe por menos dificuldades.

Baseada na entrevista realizada, identifiquei que seus interesses estão relacionados a divulgar e ampliar o conhecimento das pessoas sobre o tema *startup*, visualizando ganhos relacionados ao *know-how* que possui e que pode gerar oportunidades de negócios para ele. Neste caso, pude analisar na prática por meio da observação participante um conhecimento bastante abrangente em relação a temática das *startups* e a busca por oportunidades que venham de encontro a interesses pessoais em investimentos e parcerias.

Acontece que com o agravamento da situação da pandemia, nem mesmo as atividades *online* acabaram ocorrendo, gerando um *gap* de pouco mais de um ano, onde apenas no ano seguinte, em outubro de 2021 e ainda em período de pandemia da COVID-19, é realizado a primeira edição do STARTUP ON, um evento organizado pelo SEBRAE, onde novamente o

ator Ator_20 aparece como protagonista, em parceria com a ABSTARTUPS².

O evento que foi realizado totalmente *online*, teve como objetivo dar visibilidade para as comunidades locais, ajudar *startups* da região a evoluírem o seu modelo de negócios através de mentorias, conteúdos e *networking*, além de conectar diferentes atores da região. Nesta época ainda vivíamos momentos de atenção em relação a pandemia e os eventos presenciais ainda eram postergados, dando prioridade aos eventos *online*.

Na visão de Ator_20, identificada por meio da entrevista realizada para este estudo, o evento buscou principalmente proporcionar uma retomada, das ações que pudessem estar relacionadas ao movimento emergente que ficou quase dois anos sem atividades realizadas. Segundo o Ator_20, o evento contribuiu para o movimento surgir mais uma vez em ações e temáticas ligadas as *startups*, mesmo que de forma mais lenta e gradual, já que o momento ainda sinalizava cuidados especiais em razão da pandemia.

Em relatos das entrevistas realizadas com os atores envolvidos na realização do evento, pude observar mais uma vez que a diretriz principal na realização do movimento partiu do ator Ator_20 que estava sendo conduzido pelas diretrizes e ações da instituição em que atua, o SEBRAE. A vinculação do evento a uma ação do movimento emergente ocorreu como uma forma de aproveitar o contexto e a realização do evento para “relembrar” que o movimento emergente existe e continua “vivo”, apesar de todo o contexto da pandemia que impactou na realização das ações previstas.

Neste momento, outros atores pertencentes ao SEBRAE começam a se apresentar de forma mais recorrente nas ações promovidas sob o contexto do até então nomeado Hell Valley, como é o caso de Ator_05, bacharel em Desenho Industrial pela FATEB de Birigui-SP e na época Agente Local de Inovação pelo Programa Brasil Mais do SEBRAE junto ao CNPQ, na região de Araçatuba/SP. Em seu relato, obtido por meio de entrevista realizada para este estudo, o Ator_05 relata que seu principal interesse é poder contribuir com os empreendedores da cidade e região, alinhando a sua atuação junto ao SEBRAE e a ações do movimento emergente.

De acordo com a entrevista e a sua trajetória profissional, os interesses do Ator_05 estão

² A ABSTARTUPS foi fundada em 2011 em Belo Horizonte-MG por um grupo de empreendedores com o objetivo de criar uma rede de conexões para aprendizado, fomento das *startups* e geração de oportunidades para os associados e vem atuando desde então na organização e fomento de diversos eventos em todo o Brasil com a participação e colaboração de diversas outras instituições como o SEBRAE, empresas associadas e parceiras. Entre os principais eventos temos a Conferência Anual de Startups e Empreendedorismo (CASE), que aborda os principais conteúdos e tendências do mercado, assim como a cerimônia do *Startup Awards*, tradicional premiação que reconhece os principais agentes de inovação do cenário de empreendedorismo e inovação brasileiro e o STARTUP ON que é um evento realizado em cidades de todas as regiões brasileiras e tem como objetivo conectar comunidades de *startups* e apresentar temas relevantes, além da realização de mentorias individuais voluntárias para empreendedores de todo o Brasil.

associados principalmente ao aprendizado obtido por estar inserido no movimento, possibilitando ganhos em relação a novas oportunidades de trabalho e em relação a sua própria atuação como consultor junto ao SEBRAE. Ao analisar e confrontar o discurso que o Ator_05 apresenta e a prática vivenciada, identificou-se que ele acaba tendo pouca disponibilidade para participar das ações do movimento, ficando muitas vezes em atividades mais de bastidores como a criação de artes para divulgação nas redes sociais ou a atualização do site do movimento.

Outro ator que se apresenta é o Ator_08, graduado em Administração no UniToledo Wyden de Araçatuba-SP, atuando como consultor e palestrante, além de compor o time de especialistas na regional do SEBRAE de Araçatuba-SP. Em entrevista concedida para este estudo, o Ator_08 discorre que seus interesses em estar engajado no movimento emergente é poder levar conhecimento e *know-how* aos empreendedores de temas que ainda são pouco discutidos e são novidade no ambiente empresarial.

De acordo com a sua trajetória profissional e currículo, seus interesses estão diretamente ligados ao crescimento pessoal e profissional junto a instituição em que atua, com expectativas de ganhos futuros ao se tornar uma referência nas temáticas tratadas no movimento. Neste caso, pude analisar por meio da entrevista e principalmente da observação participante, uma atuação bastante baixa do Ator_08 nas ações do movimento, muito em razão das suas atribuições junto ao SEBRAE e conflitos de agenda, estando presente em momentos onde sua agenda lhe proporcionava esta condição.

Com esse princípio de retomada das atividades do movimento, no segundo semestre de 2021, mesmo que de forma *online*, e motivados pela necessidade de voltar a fomentar o engajamento dos atores até então participantes do Hell Valley, foi proposto por Ator_20, uma reformulação das estratégias e governança do movimento. Novamente, este ator demonstra um protagonismo frente as decisões que envolvam a consolidação do movimento emergente.

Neste sentido, foi identificado por parte do Ator_20, a necessidade de um planejamento e um acompanhamento mais efetivo em relação as ações a serem realizadas e a preocupação em melhorar também a comunicação entre todos os atores participantes do movimento. Este momento também convergiu com a mudança de denominação do movimento de Hell Valley para Voti Valley, em razão do nome inicial não ter sido bem aceito e muitas vezes não ser interpretado como deveria, que era fazer menção ao clima quente da região. Por isso, buscaram em uma expressão regional, “Voti Véio”³, uma forma de trazer uma regionalidade para a

³ A expressão Voti Véio faz referência a situações em que demonstramos surpresa e espanto com alguma informação ou situação que temos contato, reforçando o sentimento de novidade e curiosidade.

denominação do movimento. A nova denominação do movimento foi inicialmente sugerida pelo Ator_20 e aceita pelos demais atores participantes do movimento.

Ao analisar esta proposta de reestruturação do movimento tendo inclusive a proposta de adequação do nome para o movimento, identificou-se novamente uma diretriz em ações realizadas pelo SEBRAE em outras cidades e regiões onde movimentos parecidos que já se encontravam nomeados e mais estruturados do que o agora denominado Voti Valley, como é o caso das cidades de São Carlos com o Sanca Valley, Barretos com o Bruto Valley.

Nesta retomada e reestruturação do movimento, foram criados quatro grupos de trabalhos com objetivos específicos de dividir o planejamento e a execução das atividades a serem realizadas e proporcionar uma maior autonomia para a definição das pautas de trabalho e agendas em cada grupo de trabalho. É neste momento também que novos atores se mobilizam e passam a fazer parte do movimento. O primeiro destes grupos de trabalho é denominado de Universidade Inovadora e é formada por atores que atuam em instituições de ensino técnico e superior. Além dos atores Ator_04 e Ator_07 que já vinham participando do movimento, dois novos atores passaram a integrar o movimento.

O primeiro deles é o Ator_01, graduado em Administração e Pedagogia pelas Faculdades Integradas de Urubupugá, alocada na secretaria de educação de Sud Mennucci-SP, atua também como docente na Faculdades Integradas de Urubupugá. De acordo com a entrevista realizada para este estudo, o Ator_01 relatou que entre os seus interesses estão a geração de novos conhecimentos através da participação no movimento e possíveis pesquisas sobre as temáticas tratadas no movimento e espera ganhos de projeção junto ao movimento, além de poder levar à cidade de Sud Mennucci-SP a temática das *startups* já que o Ator_01 atua junto ao poder público.

O que se pode analisar na prática do Ator_01 é que ele ingressa no movimento realmente com o interesse de aprender e contribuir com as ações do movimento e visualiza a possibilidade de levar ao conhecimento da prefeitura e Sud Mennucci-SP informações sobre o movimento e propostas de ações em conjunto, apesar de não encontrar certa disponibilidade e interesse por parte do poder público.

O segundo ator que passa a integrar o movimento é o Ator_18, graduada em Administração e Pedagogia pelas Faculdades Integradas Urubupugá, atua como coordenadora de polo EAD da Estácio em Pereira Barreto-SP. De acordo com a entrevista concedida para este estudo, o Ator_18 relatou que seus interesses estão vinculados a ampliar sua rede de contatos para que possa gerar futuras oportunidades de negócios, além de conhecer mais sobre a temática

relacionada as *startups*.

Os interesses deste ator estão realmente em ampliar seu *networking* com pessoas e instituições participantes do movimento, possibilitando ganhos futuros de eventuais parcerias e futuros negócios, bem como promover a temática na cidade de Pereira Barreto que tem um potencial turístico e pode se beneficiar desta nova onda de empreendedorismo baseado nas *startups*. Neste caso pude analisar, também por meio da observação participante que nos proporciona validar se o discurso apresentado pelos atores realmente estão ocorrendo, que o Ator_18 que participa do movimento é empreendedor no setor da educação e que a participação no movimento pode lhe trazer algumas oportunidades neste setor.

Este grupo, segundo o relato de seus participantes nas entrevistas concedidas para este estudo, possui como principal objetivo o desenvolvimento e o despertar de uma cultura empreendedora em estudantes, sejam do ensino técnico, superior ou mesmo de nível médio, por meio de eventos que estimulem estes estudantes a darem os primeiros passos no universo do empreendedorismo.

Os atores participantes, durante as reuniões do grupo, sempre tiveram a preocupação de não realizar apenas eventos considerados mais “passivos”, como uma palestra, na qual os alunos apenas assistem, pois eles desejavam um maior envolvimento e engajamento destes estudantes nos eventos até mesmo para que pudessem de certa forma aplicar algum conhecimento adquirido no próprio evento. Foi então que chegaram a dois tipos de eventos, parecidos em sua essência, mas com finalidades diferentes: o *hackathon* e *ideathon*.

A proposta da realização destas atividades foi inicialmente sugerida pelo docente Ator_07, baseado em sua experiência na realização deste tipo de evento junto a FATEC onde atua como responsável pela Agência de Inovação da instituição. O *hackathon* é um evento onde os participantes são reunidos em grupos e precisam construir uma proposta de solução que irá atender a uma determinada demanda, já o *ideathon* segue uma dinâmica similar, mas fica restrito mais a concepção e validação de ideias para um problema ou desafio específico, sem a necessidade da construção da solução como ocorre no *hackathon*.

Outra ação que está prevista acontecer, e que será conduzida por este grupo, é a criação de Ligas de Estudos sobre Inovação, Empreendedorismo e *Startups*, proposta inicialmente pela docente Ator_04, nas instituições de ensino superior que possuem atores participantes do movimento, com o objetivo de disseminar a cultura empreendedora. Por meio da observação participante, pode-se verificar que esta proposta de ação é sempre citada e referenciada pelo Ator_04 demonstrando que sua instituição já está atuante em relação as temáticas e práticas

empreendedoras. Este contexto demonstra uma certa disputa de poder entre os atores que representam as instituições de ensino, que procurar demonstrar sempre o protagonismo da instituição em relação as demais.

O segundo grupo de trabalho é denominado de *Startups* Mercado e é formado prioritariamente pelos atores que são empreendedores ou que são colaboradores em alguma empresa participante do movimento.

Entre os atores pertencentes a este grupo temos Ator_10, graduada em Engenharia de Produção pela UEM, sócia fundadora da BELT Inovação e Excelência, atua também como docente no ensino superior na FUNEPE em Penápolis-SP. De acordo com o relato apresentado pelo Ator_10 em entrevista cedida para este estudo, os seus interesses principais estão em ampliar sua rede de contatos e dar visibilidade a seu negócios, gerando assim futuras oportunidades de parcerias e negócios.

Verificou-se que entre seus interesses estão realmente a integração com outras pessoas de instituições e empresas para a troca de conhecimentos e experiências, possibilitando ganhos futuros através de possíveis negócios para a sua empresa. Na prática, ao analisar que a participação do Ator_10 tem sido pouca e pontual nas ações do movimento, muito em razão de outras demandas profissionais, nota-se um desalinhamento entre discurso e prática.

Outro ator deste grupo é Ator_09, graduado em Bacharel em Informática pela FATEB – Birigui-SP, atua na FMX uma empresa de tecnologia da cidade de Araçatuba-SP como gerente de projetos e inovação. Em entrevista concedida para este estudo, o Ator_09 relatou que os seus interesses em estar engajado junto ao movimento é o de troca de conhecimento e experiência entre os participantes.

No caso deste ator, entre os seus interesses estão realmente o de compartilhar conhecimentos da área de inovação e tecnologia por ser assuntos que domina, buscando ganhos que poderão vir de eventuais parcerias para novos negócios. Neste caso, por meio da observação participante, identifiquei que o Ator_09 tem uma atuação bastante intensa nas ações do movimento, apesar de serem ações muito mais operacionais do que estratégicas, como a realização de palestras nas instituições de ensino para falar das temáticas empreendedoras e sobre *startups*.

Este grupo, segundo o relato de seus participantes nas entrevistas concedidas para este estudo, possui como objetivo principal o apoio a empreendedores e futuros empreendedores em relação ao desenvolvimento de seus negócios, seja através da geração de novas ideias, validar modelos de negócios, fomentar e movimentar a cultura empreendedora baseada na dinâmica

das *startups*.

Ainda segundo relato dos participantes do grupo, uma das principais discussões que ocorrem diz respeito as melhores práticas de interação com o mercado com o objetivo de despertar o interesse de empreendedores e futuros empreendedores para a temática das *startups* e de novos modelos de negócio. Foi então que chegaram à definição das principais ações que estão sendo desenvolvidas por este grupo, que é a organização dos *meetups* do movimento denominados de Voti Conecta, com o objetivo de trazer palestras com cases existentes no mercado. Outra ação que estão iniciando é a criação de vídeos sobre temas relacionados às *startups* e à organização de edições do *Startup Weekend*.

O terceiro grupo de trabalho é denominado Ambiente Ecossistema e é formado prioritariamente por atores que participam junto ao poder público e ao SEBRAE ou que possam de alguma forma contribuir com a ativação e expansão do movimento por meio da ativação de novos atores. O ator Ator_20 que atua junto ao SEBRAE faz parte deste grupo, além do secretário de desenvolvimento econômico de Araçatuba-SP, Ator_12.

Além destes dois atores integram este grupo de trabalho Ator_19, graduado em Administração pela FUNEPE de Penápolis-SP, que atua no poder público como diretor econômico na Secretária de Desenvolvimento Econômico de Birigui no pleito 2021-2024 e presidente do conselho da Faculdade de Ciência e Tecnologia de Birigui, a FATEB, além de atuar também como empresário na área de consultoria financeira e organizar eventos de *networking* e negócios com o propósito de gerar conexões. De acordo com entrevista concedida para este estudo, o Ator_18 relata que entre os seus interesses o principal é a promoção do *networking* entre todos os atores envolvidos, já que atua com eventos neste contexto.

Os seus interesses, no caso deste ator, estão a possibilidade de criar conexões com pessoas e empresas, gerando ganhos mútuos por meio de novas oportunidades de negócio que possam surgir. Na prática, por meio da observação participante, identificou-se que o discurso do Ator_18 é bem pragmático em relação ao envolvimento do poder público nas ações do movimento, buscando sempre direcionar e potencializar o envolvimento da iniciativa privada.

Outro ator que atua no poder público e que está inserido neste grupo de trabalho é o Ator_15, graduado em Engenharia Agrônoma pela ESALQ em Piracicaba-SP, atua como Subsecretário de Desenvolvimento Econômico e Integração Regional da Prefeitura de Andradina. Baseado na entrevista realizada para este estudo, seus interesses estão em aprofundar seus conhecimentos sobre as temáticas de inovação, tecnologia e *startups*, possibilitando ganhos pessoais e oportunidades para o município em que atua

profissionalmente, além de fomentar a temática das *startups* na cidade de Andradina-SP, ainda mais por estar atuando junto ao poder público.

Verificou-se na prática do discurso do Ator_15, por meio da observação participante, é que realmente ele possui interesse em conhecer mais sobre as temáticas empreendedoras e sobre as *startups* e procura dentro de suas possibilidades envolver o poder público para participar das ações do movimento, criando assim uma sinergia e parceria entre o movimento e o poder público.

Como pesquisador desta tese e membro participante do movimento, apesar de atuar no campo Acadêmico por quase 20 anos, o que identificou-se como principal motivação para estar engajado no Voti Valley, e participando deste grupo de trabalho, é a possibilidade de ampliação de *networking* e geração de novos negócios, já que sou sócio fundador de uma empresa de treinamentos e consultoria, escolhendo este grupo de trabalho para atuação junto ao movimento.

Este grupo, segundo o relato de seus participantes nas entrevistas concedidas para este estudo, possui como objetivo principal ativar a participação e cooperação de diversos atores e campos que possam contribuir com o movimento, contribuindo assim para a disseminação e crescimento do movimento. Visitar outras cidades e movimentos similares ao Voti Valley, buscar parcerias e ações que possam potencializar o movimento, também faz parte dos objetivos deste grupo de trabalho.

Ainda segundo relato dos participantes do grupo, entre as principais ações que estão sendo desenvolvidas por este grupo, estão ações que envolvam o poder público, seja por meio de ações em parceria ou mesmo a discussão de políticas públicas que possam contribuir com a prática empreendedora, como é o caso do projeto denominado Ilha Admirável que vem acontecendo na cidade de Ilha Solteira-SP em parceria com a UNESP e a prefeitura municipal e tem como objetivo transformar a cidade em um polo tecnológico.

Sobre o projeto Ilha Admirável, baseado nas entrevistas feitas para este estudo e na observação participante, identificou-se que o projeto nasceu em razão das diretrizes e ações estabelecidas pelo SEBRAE e que por termos participantes da instituição junto ao movimento, o projeto acabou sendo vinculado como uma ação do próprio movimento, como uma forma de dar mais visibilidade e força para o que se vem construindo no Voti Valley.

Este projeto também mobilizou outro ator, Ator_17, graduado em Direito e Gestão Pública atua como servidor na UNESP de Ilha Solteira e é responsável pela implementação de hub de inovação e empreendedorismo da instituição, além de atuar no posto do Sebrae Aqui, escritório de apoio do SEBRAE, instalado na Unesp de Ilha Solteira. De acordo com a entrevista

realizada para este estudo e a sua trajetória profissional, seu principal interesse é fazer da instituição, em que atua profissionalmente, referência nas temáticas de inovação e *startups*, gerando ganhos tanto para a instituição quanto para o município em que atua, fazendo a cidade de Ilha Solteira-SP ser reconhecida como um polo de tecnologia e *startups*.

O Ator_17 busca realizar na prática o discurso apresentado em relação a seus interesses, apesar que em alguns momentos a sua atuação junto a UNESP acaba demandando tempo demasiado, não conseguindo acompanhar alguns momentos junto ao movimento Voti Valley. Em relação as limitações que o grupo de trabalho vem encontrando em relação a expansão do movimento Voti Valley para outros municípios, onde o que se identifica na prática é que a partir do engajamento de algum participante do movimento, principalmente de uma cidade ainda não contemplada nas ações do Voti Valley, que estes atores levam até suas respectivas cidades algumas sugestões de ações para serem realizadas. Nesta proposição de sugestões, estes atores tentam envolver o poder público, principalmente as secretarias de desenvolvimento econômico, bem como algumas empresas para conhecerem o movimento e todo o potencial de ações que podem ser realizadas em parceria.

O quarto grupo de trabalho é denominado Comunicação, e é formado principalmente por atores que possuem sinergia com a área de comunicação e mídias sociais. Entre os atores participantes temos Ator_05 e o Ator_08.

Um novo ator passa a agregar este grupo Ator_13, graduado em Administração pelo UniToledo Wyden de Araçatuba-SP, é empreendedor na área de assistência técnica para notebooks. Baseado na entrevista realizada para este estudo, o Ator_13 demonstrou que entre seus interesses está o de ampliar seus conhecimentos sobre as *startups* e contribuir com novos empreendedores, possibilitando a geração de ganhos profissionais ao se tornar uma referência dentro do movimento.

A prática do discurso do Ator_13 demonstra que ele realmente é bem engajado nas ações do movimento, procurando sempre estar presente nas ações, além de buscar também ampliar a sua rede de contatos para possibilitar a geração de negócios para seu empreendimento.

Este grupo de trabalho, segundo o relato de seus participantes nas entrevistas concedidas para este estudo, possui como objetivo principal a criação da identidade visual do movimento, a divulgação de informações sobre as ações realizadas e a manutenção do site e redes sociais. Entre as principais ações que estão sendo desenvolvidas por este grupo, estão a criação de um *podcast* para a divulgação de temas relativos ao empreendedorismo, inovação e *startups*, a atualização do site e redes sociais do Voti Valley.

O Quadro 4.2 apresenta um resumo dos grupos de trabalho e atores participantes destes grupos.

Quadro 4.2. Os grupos de trabalho e os atores participantes.

Grupo Trabalho	Atores	Campo
Ambiente Ecosistema	Ator_08	Consultorias
	Ator_15	Estatais
	Ator_16	Econômico
	Ator_17	Acadêmico
	Ator_19	Estatais
	Ator_20	Consultorias
Comunicação	Ator_05	Consultorias
	Ator_06	Estatais
	Ator_12	Estatais
Starturp Mercado	Ator_02	Econômico
	Ator_03	Econômico
	Ator_09	Econômico
	Ator_11	Econômico
	Ator_13	Econômico
	Ator_14	Econômico
Universidade Inovadora	Ator_01	Acadêmico
	Ator_04	Acadêmico
	Ator_07	Acadêmico
	Ator_10	Econômico
	Ator_18	Acadêmico

Fonte: Próprio Autor (2023).

Quando da estruturação dos grupos de trabalho, os participantes dos atuais grupos de trabalho relataram nas entrevistas que se criou inicialmente um grupo denominado Comunidade DEV, que seria um grupo que reuniria desenvolvedores de *software* que poderiam auxiliar as *startups* ou empresas já constituídas, em relação as soluções tecnológicas necessárias, como a criação de sites ou *softwares* específicos. Após algumas reuniões iniciais, os atores participantes do movimento, decidiram cancelar temporariamente este grupo pois as *startups* existentes no movimento estão em fase inicial de validação do modelo de negócios, não gerando ainda demandas para o grupo. Esta decisão de cancelar este grupo de trabalho demonstra que o nível de maturidade do movimento, que ainda está em estágio inicial e as *startups* em sua grande maioria estão em fase de validação do modelo de negócios.

A participação nestes grupos de trabalho amplia a legitimidade dos atores do movimento,

fazendo com que estes atores passem a ser reconhecidos como referência nos temas que envolvem a inovação, o empreendedorismo e as *startups*. Esta participação também pode gerar frutos aos participantes, como é o caso de Ator_16 que passou a atuar com consultoria empresarial e mais recentemente decidiu empreender juntamente com outro ator Ator_14 em um Hub de Inovação que possui como principal propósito apoiar a concepção e o desenvolvimento de *startups*, ou a obtenção de parceria de negócios como ocorreu com o Ator_10 que passou a atender em sua empresa de treinamentos e consultoria a prefeitura municipal de Araçatuba-SP.

Além dos quatro grupos de trabalho foi concebido nas estratégias de atuação e governança do movimento, por indicação de Ator_20, a figura de um ator coletivo⁴, denominado de grupo *Hack*, que é um grupo *staff* de acompanhamento e controle, composto por no mínimo dois representantes de cada um dos grupos de trabalho, contando atualmente com oito participantes, e que possui como objetivo principal manter a integração e alinhamento das ações realizadas pelos quatro grupos de trabalho do movimento. O nome *Hack* foi inspirado no termo *hacker*⁵, fazendo referência ao acesso das informações e ações dos grupos de trabalho existentes no movimento.

Atualmente o grupo *Hack* se reúne uma vez por mês e vem discutindo a participação e engajamento dos atores nos grupos de trabalho, além de discutir as diretrizes estratégicas para o movimento, como por exemplo como serão organizadas e direcionadas as demandas de cada grupo de trabalho. Vale ressaltar que cada membro participante do movimento é voluntário, mas algumas regras mínimas foram definidas no grupo *Hack* como uma forma de gerar um maior engajamento dos atores no movimento, essas regras são:

- Participação na reunião geral do movimento toda primeira segunda-feira de cada mês, para a prestação de contas por parte dos grupos de trabalho.
- Os interessados em ingressar no movimento devem primeiro participar de alguma reunião mensal do movimento, em seguida deve preencher um formulário de cadastro relatando suas principais informações como formação, área de atuação e interesses em participar do movimento e em seguida poderá escolher no mínimo um dos grupos de trabalho para participar, pois se desejar o voluntário poderá participar em mais de um

⁴ Ator coletivo é um conjunto de atores diversos cuja função atribuída é de organizar o cumprimento das regras de governança estipuladas.

⁵ O termo *hacker*, originado do inglês *hack*, que significa cortar alguma coisa de forma grosseira ou irregular, é popularmente usado para definir especialistas em computação que utilizam o alto conhecimento para cometer crimes virtuais.

grupo de trabalho.

- O estabelecimento de uma mensalidade no valor de R\$ 25,00 para a criação de um caixa que possa ser utilizado nas despesas recorrentes do movimento, como a hospedagem do site ([Voti Valley · Inovação e Startups](#)), café para os encontros presenciais, entre outras despesas.

Outra questão importante que foi realizada e auxiliou na identificação das fragilidades e na evolução da governança foi o programa ELIS (Ecossistema Local de Inovação em *Startups*), uma parceria do SEBRAE e da ABSTARTUPS que utiliza a metodologia do *Design Thinking* e que tem como objetivo entender os principais problemas do movimento e propor soluções. A ideia de aplicar o programa ao movimento foi do ator Ator_20 que atua no SEBRAE, o que reforça novamente uma análise minha feita anteriormente de que muitas ações e diretrizes sugeridas ao movimento são decorrentes de programas e ações do SEBRAE trazidas pelo Ator_20.

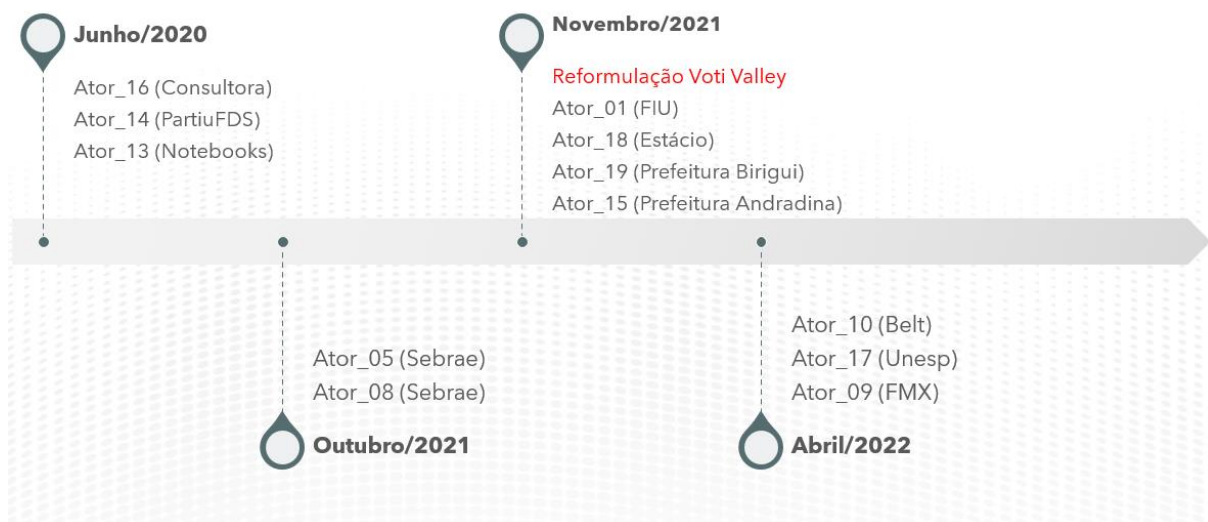
Neste ponto, os três principais problemas identificados no momento pelo programa ELIS são: a necessidade de “profissionalizar” o movimento para possibilitar o desenvolvimento e o amadurecimento de uma nova cultura empreendedora baseada na lógica das *startups*; tirar a dependência que o movimento possui em relação aos atores que atuam junto ao SEBRAE, permitindo que outros atores atuantes no movimento possam estar à frente de iniciativas e ações, tornando o movimento mais orgânico e independente e pôr fim a geração de novas *startups* para potencializar o desenvolvimento local e regional.

Durante as reuniões realizadas no programa, a principal causa identificada para que estes problemas ocorram é a falta de conhecimento aprofundado sobre *startups* na região e a solução sugerida foi a capacitação das pessoas em *hard* e *soft skills*. Estas capacitações deverão ocorrer através das diversas ações que vem sendo planejadas e realizadas no movimento pelos grupos de trabalho, como os *meetups* que irão apresentar e discutir temáticas voltadas ao universo das *startups*, ou mesmo os programas como o START e STARTU U que buscam desenvolver novos modelos de negócio. Estas ações auxiliam na compreensão deste “novo espírito do empreendedorismo” que se utiliza dos modelos de negócios aplicados as *startups* e que faz frente a um tipo mais “tradicional” que vem sendo utilizado ao longo dos anos, contribuindo assim no desenvolvimento de uma nova cultura empreendedora.

Conforme relatado anteriormente, conseguimos identificar neste processo de reformulação do movimento, novos atores aderindo ao processo de mobilização desde o

lançamento oficial do movimento ocorrido em dezembro de 2019. A Figura 4.3 apresenta essa evolução de novos atores no movimento.

Figura 4.3 Adesão de novos atores ao processo de mobilização.



Fonte: Próprio Autor, (2023).

Continuando a cronologia das ações alinhadas com o propósito do movimento, em abril de 2022, com a retomada das atividades presenciais, uma segunda edição do STARTUP ON é organizada pelo SEBRAE, tendo Ator_20 a frente da iniciativa, em parceria com a ABSTARTUPS, que ocorreu presencialmente na cidade de Araçatuba-SP.

De acordo com o que o Ator_20 relatou em entrevista para este estudo, o evento foi uma iniciativa importante para retomar as ações voltadas a temática das *startups* depois de um longo período sem a realização de qualquer tipo de atividade, além de representar um momento significativo de retomada das atividades presenciais.

Em maio de 2022, é lançado os programas START Cidades e START Universitário, uma parceria do SEBRAE com a ABSTARTUP. Estes programas possuem o objetivo de acelerar *startups* por meio de mentorias individuais realizadas pela ABSTARTUP e pessoas do mercado, através de mentorias coletivas realizadas pelo SEBRAE e mentorias individuais realizadas por consultores da ABSTARTUP, além de *meetups* mensais para a troca de experiências. Os *meetups* são encontros mensais onde as *startups* participantes dos programas START Cidades e START Universitário trocam experiências entre si na busca de esclarecer dúvidas e desafios para os seus empreendimentos.

No início de 2023, uma das principais ações estabelecidas pelo grupo *Hack*, e que foi

inicialmente sugerido por Ator_20, foi de que cada ator participante do movimento ficasse responsável em planejar e executar no mínimo duas ações ao longo de cada semestre do ano de 2023, onde estas ações deveriam ser únicas e não fossem consideradas eventualmente ações coletivas realizadas pelo próprio movimento, como forma de buscar ampliar as ações realizadas pelo movimento ao longo do ano de 2023. A expectativa é que cerca de 60 ações distintas sejam realizadas, tendo como base o número médio de 30 pessoas atuantes no movimento. Com esta iniciativa, o grupo Hack busca um maior engajamento dos atores participantes, já que até então eram realizadas ações coletivas do movimento onde muitos atores apenas eram “expectadores” e sem uma participação e envolvimento direto nestas ações coletivas.

No mês de maio de 2023 ocorreu a primeira edição do *Startup Weekend* na cidade de Andradina-SP como uma das principais ações do semestre realizadas pelo movimento. A organização deste evento contou como principal articulador Ator_15 que atua na Secretaria de Desenvolvimento Econômico do município. Segundo Ator_15, o evento buscou trazer para a cidade de Andradina a temática das *startups* e as ações que já vinham acontecendo das cidades de Araçatuba e Birigui. A escolha pelo *Startup Weekend* foi motivada por ser um evento representativo para a temática do empreendedorismo baseado na dinâmica das *startups* e por ser um evento conhecido mundialmente.

Baseado nas entrevistas e na observação participante, como contribuição para o movimento Voti Valley, o evento pôde contribuir para que o movimento fosse apresentado a cidade e que o propósito e contribuições que ele pode proporcionar ficasse claro para a prefeitura da cidade, além de reforçar o campo de atuação do movimento com a expansão para outros municípios.

Seguindo a cronologia dos principais acontecimentos realizados no movimento, em maio de 2023 ocorreu uma nova edição do STARTUP DAY, o mesmo evento que em 2017 trouxe a temática das *startups* para a cidade de Araçatuba e foi o precursor que resultou na concepção do Voti Valley. Segundo Ator_20, novamente protagonista na realização do evento, o objetivo foi apresentar o propósito do movimento Voti Valley, além de um pouco das principais ações que ocorreram nos últimos meses. O evento também possibilitou apresentar que o Voti Valley já possuía uma recorrência e um ritmo de ações realizadas, bem como a estrutura de governança construída quando da reformulação do movimento ao final de 2021.

A principal contribuição do evento para o processo de mobilização foi possibilitar a apresentação da estrutura de governança do movimento e o histórico das ações já realizadas, reforçando e fortalecendo que o movimento vem mobilizando novos atores e intensificando o

número e a diversidade de ações realizadas.

4.5 Análise dos campos e principais atores do movimento

Com a finalidade de direcionar e atingir o primeiro objetivo específico desta tese, que é a identificação dos diferentes campos e atores que formam o Voti Valley, apresentamos uma análise geral da estrutura de cada campo que compõe o Voti Valley e seus principais atores. Estes campos foram identificados a partir da análise dos atores que foram se mobilizando ao longo do tempo. Com os dados coletados nas entrevistas e pela observação participante, foi analisado como as formações e atuações destes profissionais, suas principais características e interesses contribuíram para a compreensão do posicionamento e engajamento junto ao movimento, além da influência e posição destes atores nos campos aos quais pertencem e em relação aos demais campos, também são alvos da análise apresentada neste tópico.

A identificação de atores habilitados no Voti Valley também se faz importante, pois serão os atores que conseguirão induzir a cooperação, além de reunir recursos e envolver as pessoas. Outra análise importante que foi feita em relação aos atores foi a definição de quais são os atores dominantes e quais são os desafiantes, onde pode-se identificar um ator dominante atuando a partir de seu campo de origem e impactando em todos os outros campos e nas diretrizes definidas para o movimento, além de atores considerados desafiantes que foram identificados em campos que não foram considerados como campos dominantes.

4.5.1 Campos Estatais

O primeiro campo identificado no Voti Valley foi o campo que denominei de campos Estatais, formados por dois subcampos sendo eles as prefeituras e as agências de fomento vinculadas ao setor público, análise baseada no que os próprios autores Fligstein e McAdam (2012) destacam em relação aos campos Estatais. Neste campo encontram-se os atores que representam o poder público municipal e que atuam junto as prefeituras das cidades de Araçatuba, Birigui e Andradina exercendo os cargos de secretário, subsecretário ou diretor nas secretarias de desenvolvimento econômico destes municípios e não foi identificado nenhuma interação ou participação do legislativo municipal no movimento, além de atores que representam as instituições de fomento vinculadas ao setor público, que apesar de não estarem atuando diretamente no movimento, iremos considerá-los posteriormente em nossa análise.

O poder público possui uma importância significativa junto ao Voti Valley e a temática empreendedora em razão de ser neste campo onde encontram-se os responsáveis em fomentar

e sugerir a elaboração de políticas públicas que possam contribuir e favorecer as práticas empreendedoras junto aos municípios. Não foi considerado na análise o campo Estado como dominante, pois não é nele que se encontra o ator dominante responsável em conduzir as diretrizes observadas no Voti Valley.

Pode-se observar as prefeituras como sendo subcampos dentro do campo Estado, em que se observa um maior envolvimento do poder público na cidade de Araçatuba do que em relação as cidades de Birigui e Andradina, onde as ações ficam centralizadas nos atores que representam esses municípios no movimento, enquanto em Araçatuba existem uma sinalização do envolvimento e mobilização em alguns momentos de outros atores ligados principalmente a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, além do ator que representa o município no movimento.

Entre os representantes deste primeiro subcampo estão os atores Ator_12 de Araçatuba-SP (filiado ao PSL, partido que declarou apoio ao prefeito Dilador Borges do PSDB), Ator_19 de Birigui-SP (filiado ao PSL, o mesmo partido do prefeito Leandro Maffeis) e Ator_15 de Andradina-SP (filiado ao PSDB, o mesmo partido do prefeito Mário Celso Lopes), todos ligados as Secretarias de Desenvolvimento Econômico de seus municípios. Em relação aos atores participantes, Ator_12 não está atuando diretamente nas ações do movimento, mas se apresenta disponível para quando precisarem, apresentando assim uma postura mais de expectador em relação as ações do movimento, já Ator_19 vem atuando ativamente nas ações sendo dentro deste campo o ator mais “crítico” e “participativo”, em relação a Ator_15 por ser mais recente no movimento busca compreender as práticas que os outros colegas da administração pública estão realizando, tendo uma postura mais de observador. O ator Ator_06 apresentado anteriormente se afastou do movimento quando de sua saída da Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Araçatuba-SP e a entrada de Ator_12 como secretário. Apesar de não termos identificado um ator dominante neste campo em relação ao movimento emergente, podemos indicar o ator Ator_19 como sendo o “protagonista” em relação aos demais atores deste campo, muito em razão de seu senso crítico em relação ao próprio poder público e por sua atuação como empreendedor e consultor de negócios.

Vale ressaltar, neste campo, o lugar que essas secretarias de desenvolvimento econômico ocupam, liderando junto as demais secretarias e órgãos públicos municipais as iniciativas e ações que buscam impactar e contribuir com a criação de novos negócios ou a expansão dos empreendimentos já existentes nos municípios. Os atores dessas secretarias, que estão participando do movimento, também contribuem em disseminar as informações e as ações que

estão sendo realizadas pelo movimento junto as demais esferas do poder público municipal e viabilizam quando possível esforços e recursos para o movimento.

No levantamento realizado por meio das entrevistas e observação participante, pude analisar que este campo ainda possui pouca representatividade numérica no movimento tendo apenas três representantes que equivalem a aproximadamente 19% das 21 pessoas que constituem atualmente o movimento e dos quais apenas dois destes representantes estão atuantes de forma recorrente junto as ações que vem sendo realizadas no movimento. Apesar do número de participante total no movimento não ser tão significativo, procurei demonstrar a proporção da participação e representatividade de cada campo junto ao movimento Voti Valley.

Analisei neste primeiro subcampo, pelo posicionamento apresentado pelos atores, que o objeto de disputa é demonstrar o alinhamento das ações que acontecem aos interesses do poder público. Entre as regras e formas de ação consideradas legítimas estão o cumprimento da legislação e a demonstração de visibilidade e apoio a toda e qualquer iniciativa voltada a empregabilidade, desenvolvimento de novos negócios e *networking*. Porém, verifiquei algumas situações que demonstram disputas e conflitos dentro do subcampo, como o posicionamento de um dos atores que atua também como empresário e consultor e que possui um perfil profissional também voltado ao mercado de consultoria sendo mais “prático” em relação ao entendimento e direcionamento de sugestões de ações para o movimento, entendendo inclusive que não se deve “esperar” que o poder público tome a frente ou iniciativa para qualquer ação junto ao Voti Valley. Esse ponto de vista é de certa forma compartilhado por atores de outros campos pertencentes ao movimento e que compartilham do entendimento de que não devem esperar muita proatividade por parte do poder público e, portanto, não ficam na espera ou dependência de algum tipo de manifestação por parte deles.

A seguir, apresento algumas ações específicas conduzida pelos atores deste subcampo, em cada uma das cidades as quais representam.

- Araçatuba

A prefeitura utiliza como uma de suas bases de atuação a legislação, pois precisa fomentar e organizar ações de acordo com a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa também conhecida como Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Esta legislação, que foi criada pela Lei Complementar nº. 123/2006, regulamenta tratamento favorecido, simplificado e diferenciado a esse setor, conforme disposto na Constituição Federal.

Um dos resultados obtidos com base nesta legislação, e contando com o apoio do

SEBRAE junto a secretaria de desenvolvimento econômico da cidade, foi a criação da Sala do Empreendedor que busca convergir as ações em relação a desburocratização para a abertura de empresas e a atuação do Agente de Desenvolvimento, um funcionário da prefeitura, que auxilia o processo de implementação e continuidade dos programas e projetos contidos na Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas; e o Portal de Compras Públicas⁶.

Outra ação a destacar são as reuniões do Conselho Municipal de Ciência Tecnologia e Inovação de Araçatuba, que também possibilitam a prefeitura através de suas secretarias, atuar de forma mais próxima a outros atores do movimento como as empresas, universidades, instituições como o SEBRAE e SENAI, para discutirem questões relacionadas a empregabilidade, empreendedorismo, *startups* e o desenvolvimento local e regional.

A criação deste conselho ocorreu no ano de 2010, na gestão do prefeito Aparecido Serio da Silva (Gestão 2009-2012 e filiado ao PT) e já contava com diversos atores representantes do poder público, instituições de ensino técnico e superior, empresas e instituições de apoio como o SEBRAE, mas foi somente a partir do ano de 2018 que a temática das *startups* começaram a aparecer nas pautas de reunião do conselho.

Uma ação mais significativa em relação a temática das *startups*, foi a criação da incubadora de *startups* INOVATA que foi uma iniciativa viabilizada pela prefeitura de Araçatuba, na gestão do secretário de desenvolvimento econômico Ator_12, com o apoio de entidades do setor privado e público, e que possui como foco realizar o processo de incubação de *startups* já que em sua grande maioria elas estão em processo de validação do modelo de negócios, disponibilizando um espaço onde possa ocorrer treinamentos, *workshops* e eventos que reúnem apoiadores como o SEBRAE e as universidades locais.

Entre os principais eventos realizados estão os *meetups*⁷, como o Voti Conecta, que buscam através da troca de experiências desenvolver competências como planejamento, gestão administrativa e aprendizagem empreendedora. Não foram identificadas aceleradoras ou *Venture Capital* atuando junto a incubadora para promover o desenvolvimento e crescimento das *startups*.

- Birigui

⁶ O Portal de Compras Públicas (www.compraspublicassp.com.br), foi lançado em 14 de agosto de 2020 para aproximar empreendedores de pequenos negócios do universo das compras governamentais, onde consórcios intermunicipais podem centralizar suas compras.

⁷ Os *meetups* são encontros cuja finalidade é unir profissionais de diversos segmentos de mercado e pessoas interessadas em aprender. A cada encontro novos convidados são escolhidos para compartilhar seus aprendizados com o público.

Uma das principais ações do município relacionadas ao empreendedorismo, foi o lançamento em 2021 do Programa de Desenvolvimento Local com o objetivo de desenvolver a economia local. No processo de construção deste programa diversas instituições ligadas a estrutura produtiva do município foram convidadas como o SEBRAE, SENAI, instituições de ensino técnico e superior.

Na dinâmica do programa, três grupos de trabalho foram criados: um primeiro grupo com foco em buscar novos investimentos e empreendimentos para o município; um segundo grupo com foco em auxiliar as empresas já existentes em serem mais competitivas e produtivas e um terceiro grupo focado em fomentar e potencializar a temática empreendedora no município.

Outra ação por parte da prefeitura, é o apoio a eventos como as edições que ocorreram do *Startup Weekend*. Este apoio, sempre foi conduzido por atores que estão junto a secretaria de desenvolvimento econômico das prefeituras envolvidas.

- Andradina

Uma das iniciativas do município foi a criação do Posto de Atendimento ao Empreendedor, uma iniciativa em parceria com o SEBRAE que tem como objetivo apoiar os micros e pequenos empreendedores, ou mesmo futuros empreendedores a conduzir os seus negócios.

Outra ação que está mais voltada a esta nova forma de empreender das *startups* é a realização de encontros e palestras que abordem esta temática, levando informação e conhecimento a alunos do ensino técnico e superior e a empreendedores ou futuros empreendedores interessados nesta temática.

- Penápolis

Na cidade de Penápolis, estão sendo feitos alguns contatos com o poder público, através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Município, na tentativa de engajar algum representante da secretaria para a participação no Voti Valley. Estes contatos estão sendo feitos por meio da participante do movimento Ator_10, com o apoio de outros membros participantes do movimento.

- Sud Menucci

Na cidade de Sud Menucci, o já participante do movimento Ator_01, está se reunindo

com representantes do poder executivo, para a apresentação do Voti Valley, bem como busca despertar o interesse e um possível engajamento, atraindo representantes da prefeitura para participação junto ao movimento. Essa é uma demonstração clara do movimento tentando chamar a atenção do poder público e não o contrário, ou seja, o Estado se manifestando em direção ao movimento Voti Valley.

- Pereira Barreto

Na cidade de Pereira Barreto, ainda não ocorreram iniciativas diretas para o envolvimento do poder público, mas já estão sendo planejadas ações para serem realizadas na cidade com o objetivo de divulgar o movimento Voti Valley.

- Ilha Solteira

Na cidade de Ilha Solteira, já está sendo feito um engajamento maior por parte do movimento Voti Valley, conduzido e direcionado principalmente pelo ator Ator_20 com a participação também do Ator_17 que atua junto a UNESP na cidade. O projeto denominado Ilha Admirável conta com o apoio do Voti Valley, mas com uma participação bastante intensa por parte do SEBRAE.

Ao analisar o posicionamento das prefeituras descritas acima, identificou-se que as tentativas de engajamento do poder público ocorrem prioritariamente a partir de ações promovidas pelo movimento Voti Valley e que buscam agregar a participação das prefeituras. Essa direção se dá justamente pelo fato de a iniciativa do movimento já ter declarado por meio de seus participantes nas entrevistas realizadas para este estudo, que não se pode aguardar pelo posicionamento do poder público, apesar do movimento entender ser uma parte importante e que deve estar sempre sendo comunicada e convidada a participar das ações promovidas pelo Voti Valley.

Foi identificado na análise dos campo Estatais, a existência de um segundo subcampo onde incluímos algumas instituições de fomento vinculadas ao setor público, que apesar de não terem nenhum ator que esteja atuando diretamente junto as ações do movimento, optei em trazer algumas reflexões sobre a importância que elas poderão trazer para auxiliar na interpretação do jogo existente no movimento, como a consolidação e validação do movimento, a partir da verificação e confirmação de que as ofertas de recursos financeiros disponibilizadas estão conseguindo ser absorvidas pelas *startups* que estejam surgindo do movimento.

Estou falando de atores que estariam representando instituições como a FAPESP,

Desenvolve SP, BNDES e Banco do Povo, que podem proporcionar algum tipo de fomento financeiro as *startups* do movimento. A narrativa apresentada pelas instituições deste subcampo está focada em apoiar os empreendedores exclusivamente com fomento financeiro, diferentemente do foco observado no subcampo das prefeituras onde o foco está em desenvolver ações que possam apoiar a criação e expansão de empreendimentos por meio do processo colaborativo apresentado a princípio pelo movimento Voti Valley.

Por se tratar de *startups*, em sua grande maioria, em fase de validação de seu modelo de negócios, elas não conseguem em seu momento atual participar, em sua grande maioria, de editais disponibilizados, como foi o caso do edital divulgado em agosto de 2022, denominado PIPE FAPESP SEBRAE *Startup* Empresa, cujo foco é apoiar *startups* da região a se conectarem com grandes empresas implementando provas de conceito e validação tecnológica, com investimento de até 500 mil por parte do Sebrae e Fapesp.

Devo ressaltar que estes dois subcampos identificados, apesar de estarem em um mesmo campo vinculado ao poder público, não possuem uma convergência de forças para potencializar as contribuições junto ao movimento, através de eventos em conjunto por exemplo para divulgação e acesso aos programas e linhas de crédito que essas instituições possuem. Quando citadas nas ações ou reuniões do movimento, geralmente são os consultores do SEBRAE que trazem informações sobre possíveis editais ou ações realizadas por estas instituições.

Dessa forma, é possível analisar que nesse campo existe um discurso por parte dos representantes do poder público de compreensão e apoio ao movimento, mas que na prática esse discurso acaba sendo “consumido” pelas demandas que o poder público possui em relação a administração municipal. As regras apresentadas pelos atores pertencentes a esse campo são de apoio ao movimento, dentro das condições disponíveis no contexto da administração pública e são vistas pelos demais atores como um discurso que em muitas situações não se concretiza e são justificadas em razão de outras demandas características do poder público.

A seguir apresento algumas ofertas por parte de algumas destas instituições de fomento, identificadas por meio do levantamento de dados secundários, e que podem em algum momento contribuir com as *startups* do movimento:

- A FAPESP possui um programa denominado PIPE que oferece as empresas já constituídas e as *startups* a possibilidade de buscarem financiamento para iniciativas de desenvolvimento tecnológico e soluções que irão potencializar seus negócios.
- A Desenvolve SP, possui diversas linhas de crédito para empreendedores e costuma fazer ações de divulgação junto as empresas, principalmente através de instituições ligadas as

empresas como é o caso do SEBRAE e da CIESP.

- O Banco do Povo, através do programa Empreenda Rápido do governo do estado em parceria com o Centro Paula Souza e o SEBRAE oferece capacitações técnicas e empreendedoras como um dos pré-requisitos para a obtenção as linhas de crédito.

4.5.2 Campo Consultorias

Um segundo campo identificado foi o campo que denominamos de Consultorias, onde encontram-se os atores, exercendo os cargos de consultor ou gestor, que representam o SEBRAE, que apoia o empreendedorismo e que atuam junto as empresas, *startups* e ao poder público. O SEBRAE é uma instituição privada sem fins lucrativos que possui como propósito promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios e fomentar o empreendedorismo visando fortalecer a economia nacional. A maior parte dos recursos utilizados pela instituição vem da contribuição compulsória calculada sobre a folha de pagamento das empresas e suas iniciativas são direcionadas através das diretrizes nacionais da instituição.

Esta instituição, apesar de possuir ações voltadas a formação do empreendedor, optamos em deixá-la em um campo específico e separado das instituições de ensino superior e técnico, como veremos mais adiante, por atuarem também com outros tipos de ofertas como programas e consultorias que irão apoiar os empreendedores em sua jornada. Além disso, outras instituições que poderiam estar vinculadas a este campo, como é o caso do SENAI, não apresentam nenhum ator engajado no movimento, apesar de quando solicitado algum envolvimento e auxílio por parte do movimento, o SENAI se apresenta disponível para contribuir.

O campo Consultorias possui uma importância significativa junto ao Voti Valley pois é neste campo onde encontra-se o ator responsável em conduzir as principais diretrizes e governança do movimento, baseados no *know-how* que possuem e na credibilidade da instituição que representa, por estes motivos consideramos em nossa análise o campo Consultorias como sendo o campo dominante dentre os campos que compõe o Voti Valley e entre seus representantes temos Ator_20, Ator_05 e Ator_08. Em relação aos atores participantes, Ator_20 é o mais participativo e engajado, buscando inclusive direcionar as ações e decisões necessárias ao movimento, tomando uma postura de ator dominante tanto nesse campo como em relação aos demais campos, Ator_05 já teve uma participação mais ativa mas ficou afastado durante um tempo em razão de compromissos profissionais e está aos poucos

voltando a participar das ações e por fim o Ator_08 tem tido pouca participação no movimento também devido a compromissos profissionais

No levantamento realizado baseado nas entrevistas para este estudo, o campo Consultorias é o campo com menor representatividade numérica no movimento tendo apenas três representantes que equivalem a aproximadamente 14% das 21 pessoas que constituem atualmente o movimento, mas em contrapartida é o campo dominante e que vem ditando o ritmo e as principais diretrizes e ações que vem sendo realizadas no Voti Valley.

A análise que realizei neste segundo campo, pelo posicionamento apresentado pelos atores, é que o objeto de disputa neste campo é direcionar o movimento aos interesses principais da instituição que compõe o campo Consultorias, conseguindo assim aplicar toda sua oferta de soluções, além da criação de uma governança mínima para o movimento com o objetivo de criar ações recorrentes que possam consolidar e expandir o Voti Valley.

Através do relato histórico apresentado, principalmente no tempo 2, pode-se verificar que muitas das ações “vinculadas” ao movimento partiram de iniciativas de um dos atores que atuam junto ao SEBRAE, o que demonstram conforme apresentado, que as diretrizes e interesses da instituição impulsionam as iniciativas e ações junto ao movimento gerando um certo protagonismo tanto dos atores que atuam na instituição quanto ela própria. De acordo com o relato de Ator_20 em entrevista para este estudo, existe um certo conflito e preocupação por parte dele em não deixar que o Voti Valley seja o resultado das ações feitas pelo SEBRAE e que aos poucos seja eliminada essa dependência em relação a instituição e aos atores que nela atuam, criando assim um movimento mais orgânico e independente.

Na análise sobre este conflito, esta preocupação parece em um primeiro momento ser um discurso incoerente já que o SEBRAE e os atores que atuam junto a instituição se beneficiam do protagonismo até então apresentado, a partir do momento que reforçam todo o seu *know-how* em relação as temáticas do empreendedorismo e *startups*, mas quando se analisa os ganhos a médio e longo prazos que a instituição e os atores envolvidos irão obter o que se apresenta é justamente o reforço da importância e do papel da instituição na construção de novos cenários e oportunidades para os empreendedores, inclusive demonstrando que em certo momento estes empreendedores “criam asas” e conseguem caminhar de forma a não terem maiores dependências em relação a outros atores.

Dessa forma, nesse campo o discurso apresentado pelos atores que a ele pertencem é de total apoio ao movimento, mas que na prática esse discurso acaba sendo “conduzido” pelas diretrizes que o SEBRAE possui, fazendo com que as regras apresentadas nesse campo são dar

direcionamento e desenvolver a governança no movimento e são vistas pelos demais atores como algo favorável e benéfico para o movimento em razão de poder “utilizar” de um *know-how* e estruturas já consolidadas da instituição.

Destaco outra questão analisada que é o fato de não existir um esforço maior nesse campo para que outras instituições que também abordam a temática das *startups*, como o SENAI, sejam trazidas para esse campo e possuam atores engajados junto ao movimento. Houve sim uma certa aproximação e “convite”, mas sem muita persistência por parte dos atores já engajados. Vale ressaltar que o SENAI poderia contribuir, além de todo o seu *know-how* e infraestrutura, trazendo empresas já consolidadas para junto do movimento, principalmente do setor industrial ao qual possui bastante sinergia. Agregar indústrias de diversos setores, poderia trazer benefícios para o movimento como o estímulo a criação de *startups* que pudessem contribuir com necessidades e problemáticas enfrentadas por estas indústrias, similar ao que já ocorre com o Edital SENAI de Inovação que foca justamente em buscar soluções para o setor industrial.

Algumas ações específicas que vem ocorrendo em relação aos atores deste campo serão relatadas a seguir:

- O SEBRAE possui atuação em três eixos distintos: o eixo empresarial onde atua com cursos e intervenções, sejam consultorias ou assessorias para candidatos a empresário e também para aqueles que já possuem empresa formalizada (MEI, ME, EPP); o segundo eixo de atuação tem foco no gestor público atuando juntamente a prefeitos e vereadores, atuais e candidatos, com orientações e suporte em relação a Lei Geral da Micro e Pequena Empresa; e o terceiro eixo denominado educacional onde atua com faculdades, cursos técnicos, além do ensino médio e fundamental buscando promover a capacitação de futuros empreendedores, bem como a cultura empreendedora. Entre os principais eventos realizados estão cursos com temáticas alinhadas com este novo olhar empreendedor que se busca desenvolver no movimento, como o de elaboração de MVP e estratégias de marketing digital, que são ministrados por consultores do próprio SEBRAE ou convidados como professores universitários ou empresários já estabelecidos e que tem como foco principal os empreendedores que buscam conceber uma startup, apesar dos cursos não serem restritos a este público, possibilitando que todo e qualquer empreendedores interessado possa participar. Em paralelo, cursos com temáticas mais “tradicionais” como fluxo de caixa, vendas e atendimento ao cliente, continuam sendo ofertados a todos os empreendedores interessados.

4.5.3 Campo Mercado

Um terceiro campo identificado foi o campo que denominei de Mercado, formando por dois subcampos sendo eles os empreendedores que possuem alguma *startup* e o outro formado por empreendedores e colaboradores de empresas já consolidadas no mercado. O campo Mercado é o campo de destaque junto ao Voti Valley pois é neste campo onde encontram-se os atores que representam o público alvo principal do movimento e onde o desafio está no desenvolvimento de uma cultura empreendedora baseada na dinâmica das *startups*, mas mesmo assim não consideramos este campo como dominante justamente por ser mais reativo em relação ao processo de mobilização e entre seus representantes temos Ator_03, Ator_10, Ator_09 da Silva, Ator_02 Heleno, Ator_11, Ator_16, Ator_14 e Ator_13. Em relação aos atores participantes, Ator_03 está afastado e não vem atuando nas ações do movimento, Ator_10 vem participando das ações promovidas pelo movimento como forma dar visibilidade a sua empresa de treinamentos e consultoria, Ator_09 da Silva atua de forma bastante intensa no movimento participante de ações e representando o movimento em vários eventos sobre *startups* que participa e sendo considerado um ator protagonista neste campo, Ator_02 também está afastado do movimento nos últimos meses, bem como Ator_11 que apenas vem atendendo eventualmente a convites para participar de ações promovidas pelo movimento. Já Ator_16 tem atuação bastante participativa nas ações promovidas pelo movimento, auxiliando inclusive na organização e gerenciamento dessas ações, Ator_14 é bastante participativo e costuma representar o movimento em eventos e ações que participa, similar a participação de Ator_13 que procura estar sempre nas ações promovidas e representando o movimento em eventos externos. Esses três últimos atores também possuem um protagonismo dentro do campo em que atuam, apesar de não os termos considerados como atores dominantes no movimento.

Identifiquei que o campo Mercado é o campo de maior representatividade numérica no movimento tendo oito representantes que equivalem a aproximadamente 38% das 21 pessoas que constituem atualmente o movimento. Analisei neste terceiro campo, pelo posicionamento apresentado pelos atores, que o objeto de disputa neste campo é dar visibilidade a seus empreendimentos, além de possibilitar a busca por conhecimentos, *know-how* e a viabilização de seu modelo de negócios, no caso das *startups*.

Conseguimos distinguir na análise dois subcampos estabelecidos neste campo: o primeiro são os atores que atuam nas empresas já consolidadas no mercado, como a FMX, que estão participando de ações desenvolvidas no movimento empreendedor, como por exemplo, atuando

como mentores no programa Startup SP⁸ ou no Programa Startup Weekend⁹ onde auxiliam as *startups*, através de suas experiências vivenciadas na prática empreendedora, na definição e validação do segmento de clientes, estratégias de mercado e proposta de valor, ou mesmo palestrando em faculdades e associações empresariais com temas relacionados ao empreendedorismo, além de servirem de inspiração e motivação a futuros empreendedores e até mesmo a empresários já estabelecidos. Um segundo grupo que são os atores que estão desenvolvendo suas *startups* e que buscam apoio e *know-how* para validarem seu modelo de negócios através da confirmação do público alvo, da proposta de valor e de estratégias de posicionamento no mercado.

A existência destes dois grupos dentro do campo nos fazem refletir sobre os conflitos que podem ocorrer e que estão diretamente ligadas a questões de participação e posicionamento no mercado, onde os novos modelos de negócios apresentado pelas *startups* podem vir a conflitar com as ofertas de empresas já constituídas e que podem acabar interferindo na configuração do Voti Valley em razão de eventuais dificuldades impostas a estas *startups* já que as empresas estabelecidas que participam do movimento procuram manter-se próximas para entender e acompanhar a evolução de novos entrantes no mercado.

Identificou-se que apesar do discurso realizado por parte das empresas consolidadas que estão engajadas no movimento em demonstrar o apoio necessário as *startups*, o que se apresenta na verdade é uma forma de estar “monitorando” o que as *startups* estão procurando levar de solução para o mercado, como uma forma de avaliar o impacto destas novas soluções nos negócios destas empresas já consolidadas.

Neste contexto, identifica-se que nesse campo existe ainda uma “falta” bastante significativa que é a não existência efetiva de *startups*. Quando analisamos quantas *startups* surgiram do movimento e conseguiram evoluir com seus modelos de negócios, os números ainda são muito incipientes, não chegando a dez novos empreendimentos. As regras apresentadas pelos atores pertencentes a esse campo são de buscarem validar seus modelos de negócios e evoluírem suas *startups*, mas de fato o que ocorre que é ainda se trata de empresas “tradicionais” e sem as características particulares como escalabilidade e repetibilidade e que estão buscando em muitos casos oportunidades de realização de novos negócios, ainda nos

⁸ Programa promovido pelo SEBRAE e que tem como objetivo promover o desenvolvimento de startups em estágio de validação do modelo de negócio, onde são testadas hipóteses sobre o negócio e validado a ideia pela visão dos futuros clientes.

⁹ Evento promovido por alguns atores do movimento empreendedor, como o SEBRAE e instituições de ensino superior, e que tem como objetivo fomentar o empreendedorismo e a inovação, fornecer mentorias e ferramentas para ideias serem desenvolvidas e surgirem novos negócios.

moldes tradicionais.

Outra questão é a baixa participação de empresas de diversos setores produtivos que poderiam contribuir com as discussões e ações realizadas pelo movimento. A região possui setores significativos como calçadista, confecção, moveleiro, metalúrgico e o agronegócio representado principalmente pelas usinas de açúcar e álcool. Não foram identificadas ações no sentido de sensibilização e mobilização destes principais setores, o que poderia trazer ganhos para o movimento.

4.5.4 Campo Acadêmico

O quarto campo identificado foi o campo que denominei de Acadêmico, onde encontram-se os atores que representam as instituições de ensino técnico e superior e que atuam junto as universidades, centros universitários e faculdades das cidades de Araçatuba, Birigui e Andradina, exercendo os cargos de professor ou coordenador. O campo Acadêmico possui uma importância junto ao Voti Valley e a temática empreendedora em razão de ser neste campo a possibilidade do fomento e da construção de uma cultura empreendedora, prioritariamente baseada na dinâmica das *startups*, junto aos alunos e ao público acadêmico. Este recurso começa a ser explorado pelas instituições de ensino que possuem representantes junto ao movimento, por meio de eventos como *Hackatons* e *Ideathons* realizados nestas próprias instituições de ensino ou em escolas públicas ou privadas de ensino médio e que servem como uma vitrine ou contrapartida para que estas instituições possam mostrar um pouco de suas ofertas e com isso buscarem a captação de novos alunos.

Na análise, este campo não foi considerado dominante, pois não é a partir dele que as diretrizes do movimento são direcionadas. Estão entre seus representantes Ator_04, Ator_07, Ator_01, o Ator_18 e do Ator_17, docentes com experiência acadêmica e de mercado sobre a temática das *startups*. Em relação aos atores participantes, Ator_07 é visto, tanto pelos demais atores deste campo como atores de outros campos, como um dos mais experientes nas temáticas de inovação, empreendedorismo e *startups* em razão de sua atuação na INOVA CSP, que é a agência de inovação do Centro Paula Souza. O Ator_07 vem liderando a capacitação e formação de mentores para os eventos que estão sendo realizados pelo movimento, sendo considerado um protagonista dentro de seu campo. Ator_04 vem atuando mais intensamente em desenvolver e promover a Liga Empreendedora na instituição que representa, para que o modelo implementado seja possível de ser replicado em outras instituições de ensino. Em relação ao Ator_01 e o Ator_18 por estarem a pouco tempo no movimento apenas vem acompanhando as

ações direcionadas pelos atores do grupo e em relação a mim, venho acompanhando algumas ações realizadas por estes atores como os *Ideathons* e *Hackatons* e pôr fim do Ator_17 está engajado em promover ações dentro da instituição que representa.

No levantamento realizado, o campo Acadêmico é o segundo campo em representatividade no movimento tendo cinco representantes que equivalem a aproximadamente 29% das 21 pessoas que constituem atualmente o movimento, mas em contrapartida apenas seis destes representantes estão atuantes junto as ações que vem sendo realizadas no movimento.

Analisei neste quarto campo, por meio da observação participante onde pude identificar o posicionamento apresentado pelos atores, que o objeto de disputa neste campo é demonstrar todo o *know-how* que as instituições deste campo possuem na formação de egressos empreendedores, para criação de uma cultura de empreendedorismo por meio da aplicação de metodologias e ferramentas que irão auxiliar estes empreendedores na validação da proposta de valor e na construção de um modelo de negócios.

Com este posicionamento, a análise feita é que a contribuição deste campo para o movimento emergente é mais de conscientização e formação de pessoas, principalmente alunos, nas temáticas relacionadas a inovação, ao empreendedorismo e as *startups*, sendo uma contribuição a médio e longo prazo para a consolidação e o desenvolvimento do movimento Voti Valley.

Porém, verifiquei também que existem algumas características distintas entre os atores onde o posicionamento de um dos atores é muito mais “ouvinte” em relação ao entendimento e direcionamento de sugestões de ações para o movimento, enquanto outros possuem um foco maior em dar visibilidade a seus alunos e instituição, demonstrando claramente as diversas nuances de interesses existentes entre os atores pertencentes a um mesmo campo.

Nesse campo existe um discurso por parte dos atores em envolver o público estudantil nas ações realizadas como uma forma de desenvolver uma cultura empreendedora que posteriormente poderá gerar frutos como o aumento do número de *startups* geradas no movimento, mas que na prática esse discurso acaba sendo “utilizado” pelos atores como uma forma de exposição positiva das instituições que representam. As regras apresentadas pelos atores pertencentes a esse campo são de apoio e colaboração mútua, mas que são de certa maneira direcionada pelos interesses institucionais de possibilitar uma maior visibilidade junto ao público estudantil e a comunidade.

Algumas ações específicas que vem ocorrendo por parte das instituições de ensino serão

relatadas a seguir:

- Unisalessiano:
 - Rodada de *startups* onde são apresentadas as ideias de negócios propostos por grupo de alunos a uma banca de empreendedores e profissionais do mercado.
 - Liga de Empreendedorismo onde são discutidas e trabalhadas as temáticas ligadas ao empreendedorismo e *startups*.
- UniToledo:
 - Realização do evento StartupUT5 com a participação de alunos da graduação, que elaboram e apresentam novos modelos de negócios, produtos e serviços.
 - Participação em eventos como *Startup Way Challenge*, promovido pelo SEBRAE em parceria com as instituições de ensino.
- FATEC:
 - *Ideathon* com o objetivo de fomentar ideias para soluções específicas a uma determinada demanda.
 - *Hackathon* onde são desenvolvidas soluções baseadas na dinâmica das *startups*.
- Funepe:
 - *Ideathon* com o objetivo de fomentar ideias para soluções específicas a uma determinada demanda.

As instituições de ensino buscam formar mão de obra para as empresas e o mercado de trabalho em geral, bem como fomentar e desenvolver a prática empreendedora através de treinamentos e mentoria a empreendedores e futuros empreendedores. Os atores deste campo promovem a inclusão da temática do empreendedorismo no currículo dos cursos ofertados através de disciplinas específicas de empreendedorismo que procuram trazer conceitos, métodos e ferramentas que irão auxiliar na jornada empreendedora de futuros empreendedores. Todas essas ações contribuem para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora a médio e longo prazo, até porque não existem ainda *startups* consolidadas resultantes destas ações.

4.6 Visão Geral do movimento Voti Valley

Após o detalhamento e análise dos campos e dos atores envolvidos, apresentamos um resumo que busca auxiliar na compreensão e visão holística do Voti Valley. Iniciamos com um resumo quantitativo dos atores pertencentes a cada campo identificado, conforme apresentado na Tabela 4.1.

Tabela 4.1. Resumo quantitativo dos atores do Voti Valley

CAMPO	PESSOAS	%
Mercado	8	38,10%
Acadêmico	6	28,57%
Estatais	4	19,05%
Consultorias	3	14,29%
	21	100,00%

Fonte: Próprio Autor, (2023).

Na sequência, apresentamos um resumo que demonstra um quantitativo dos atores dominantes e desafiantes, bem como dos atores considerados habilidosos, conforme apresentado na Tabela 4.2.

Tabela 4.2. Resumo quantitativo dos atores dominantes e desafiantes do Voti Valley

CAMPO	NR.ATORES	DOMINANTES	DESAFIANTES	HABILIDOSOS
Mercado	8	0	8	3
Acadêmico	6	0	6	1
Estatais	4	0	4	0
Consultorias	3	1	2	1
	21	1	20	5
		4,76%	95,24%	23,81%

Fonte: Próprio Autor, (2023).

O campo Consultorias é o campo que consideramos dominante em nossa análise, apesar da representatividade ser menor do que a de outros campos, é onde se encontra o ator dominante Ator_20 que dita o direcionamento e o ritmo das ações que são realizadas no movimento e que atua junto ao SEBRAE. O principal recurso que este ator domina e é utilizado para que ele possa direcionar as ações junto ao movimento é justamente as diretrizes da instituição em que atua que possui estratégias de atuação junto aos empreendedores, ao setor público e ao setor educacional e que possibilita todo um arcabouço de conhecimentos, programas, eventos e demais ações.

O ator identificado como dominante, é reconhecido pelos demais atores como uma referência nas temáticas de empreendedorismo e *startups* e como o principal articulador do movimento empreendedor. Um exemplo prático da dependência do movimento em relação a este ator está em um episódio onde durante suas férias, os grupos de trabalho tiveram dificuldades em agendar as reuniões para darem o andamento nas ações e discussões. Outra situação presenciada em relação a postura dominante do ator é o direcionamento que ele proporciona ao movimento, se posicionando sempre a frente as decisões que se fazem necessárias e indicando caminhos e ações que precisam ser feitas para que efetivamente se crie uma cultura de engajamento e contribuição por parte dos demais atores, e que as ações aconteçam. Como citado anteriormente, foi deste ator dominante a proposta de que os atores participantes do movimento realizassem no mínimo duas ações em cada semestre, a partir do ano de 2023, e que vem sendo “cobradas” e acompanhadas semanalmente nas reuniões dos grupos de trabalho e do grupo *Hack*.

O campo Consultorias possui uma contribuição bastante proativa no movimento por meio das diretrizes apresentadas pelo ator dominante. Essas contribuições estão fazendo com que seja construído uma base de governança para o movimento e que a contrapartida que o próprio campo Consultorias recebe é justamente poder ser protagonista deste cenário, consolidando a imagem da instituição presente neste campo como apoiadora e incentivadora do empreendedorismo. Como ganhos para os atores deste campo, principalmente o ator dominante, é sempre ser lembrado e requisitado para falar e discutir sobre as temáticas do empreendedorismo e *startups* em eventos que abordem os temas.

O campo Acadêmico, o segundo com maior representatividade, é o campo onde uma parte destes atores possuem *know-how* em relação a temática empreendedora, o que os capacitam a coordenar ações junto as *startups* do movimento, como mentorias para validação do modelo de negócio ou mesmo o auxílio para a elaboração de projetos para participação em editais de fomento. Neste campo consideramos o ator Ator_07 habilidoso em razão de sua experiência nas temáticas das *startups* e com isso conseguir mobilizar seus pares os capacitando sobre temas relevantes.

O campo Acadêmico possui um grande potencial de contribuição para o movimento em razão do *know-how* existente entre os docentes envolvidos, mas que por outro lado esse potencial ainda está sendo subutilizado por motivos principalmente de falta de disponibilidades destes docentes, que em boa parte do tempo estão focados em atividades dentro de suas instituições. As atividades realizadas pelos atores deste campo ainda estão restritas as ações

junto ao público discente em eventos que busquem explorar a temática do empreendedorismo e *startups*. Como ganhos para os atores deste campo, estão a possibilidade de parcerias com os empreendedores para a realização de capacitações e mentorias em temas relevantes que possam ser demandados pelas *startups*, situação ainda pouco explorada no movimento.

O campo Mercado é o de maior representatividade e entre os atores estabelecidos neste campo, as *startups*, a regra que acaba prevalecendo é a de aproveitar as oportunidades divulgadas e conduzidas pelo Voti Valley, buscando assim obter conhecimentos e habilidades que irão proporcionar a consolidação do seu modelo de negócios e seu respectivo crescimento no mercado. Neste campo, consideramos os atores Ator_03, Ator_16 e Ator_14 como sendo habilidosos e conseguirem engajar demais atores, sejam sugerindo ideias ou mesmo para a realização de ações em prol do movimento.

O campo Mercado possui uma contribuição ainda bastante incipiente no movimento. De um lado temos as empresas já consolidadas que quando acionadas em razão de alguma ação do movimento se mostram disponíveis e do outro lado as *startups* que são minoria ainda no movimento, não tendo uma representatividade significativa. Um outro ponto importante é que ainda algumas “empresas” engajadas no movimento, não possuem as características importantes para serem denominadas de *startups*, mas o fazem mesmo assim e o movimento ainda não “organizou” com clareza quais são as *startups* que emergiram do movimento e quais estão presentes atualmente. Como ganhos para os atores deste campo, estão as possibilidades para as empresas já consolidadas de estarem próximas ao que vem ocorrendo no mercado de *startups* e que podem impactar os seus negócios e para as *startups* está a possibilidade de terem apoio em relação ao desenvolvimento de *know-how* que precisam para que seus negócios se consolidem e cresçam.

Os campos Estatais possui pouca representatividade em relação aos demais campos, mas é visto pelos demais campos como importantes para compor e participar das ações do movimento, em razão da importância que o poder público possui em relação as temáticas de oportunizar o empreendedorismo e o desenvolvimento regional.

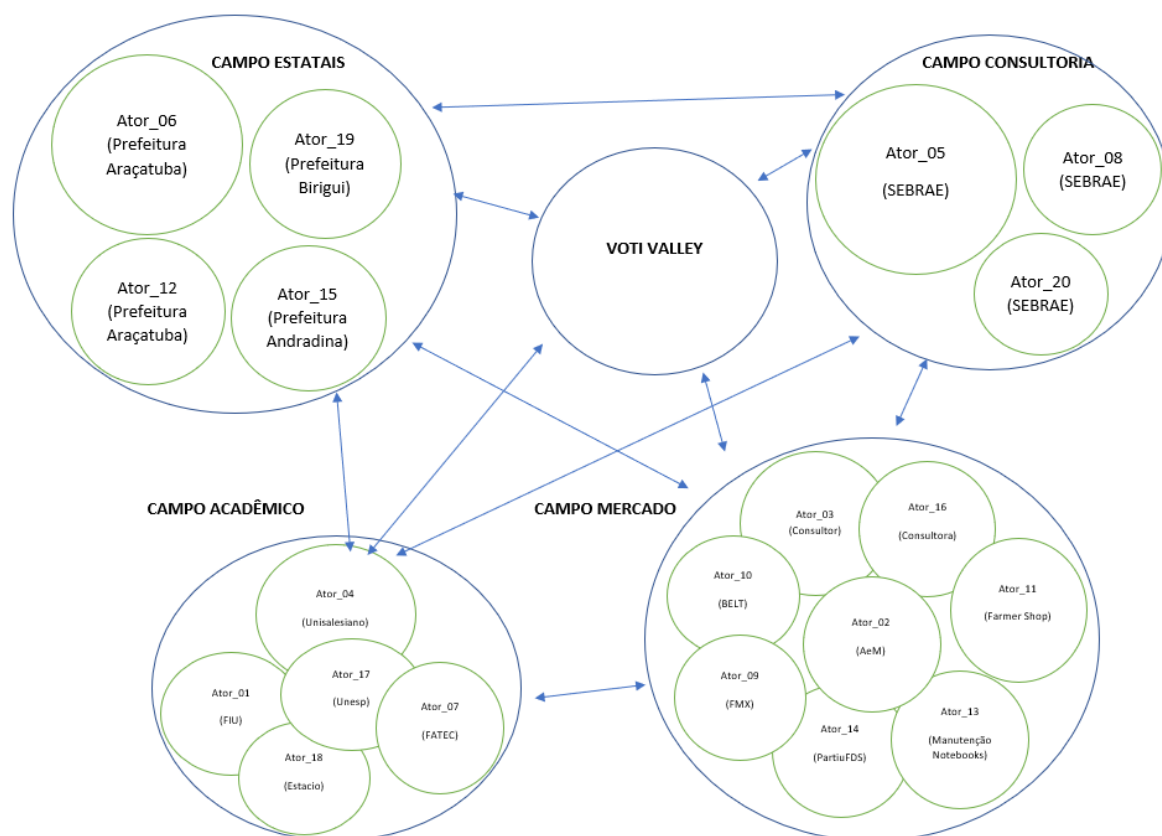
O campo Estatais possui uma baixa contribuição no movimento, restrito ainda a disponibilizar alguns recursos como o espaço da Inovata em Araçatuba para que os atores do movimento possam se reunir e realizar ações no espaço. O que pode-se analisar é que o movimento ainda não se tornou prioridade para o poder público, apesar de sempre ter declarado sua importância e contribuição para o desenvolvimento econômico e o apoio aos empreendedores. Como ganhos para os atores deste campo, principalmente está a possibilidade

de potencializar as ações que o poder público precisa realizar em relação ao desenvolvimento econômico, geração de renda e emprego e incentivar e apoiar o empreendedorismo.

Em resumo, no levantamento realizado, pode-se identificar a existência de um ator com características de dominante, além de atores com características de desafiantes. Identificou-se um principal campo de destaque e que é predominante em relação aos demais campos identificados: o campo Consultorias, onde está situado o principal ator considerado dominante e que atua junto ao SEBRAE.

Verificou-se que nos demais campos aparecem alguns atores com influência e habilidades sociais bastante significativas, mas que ainda não podem ser considerados como dominantes por não conduzirem as diretrizes que são utilizadas no Voti Valley. A Figura 4.4 apresenta uma visão geral dos campos e atores do movimento.

Figura 4.4. Visão Geral do CAE: Voti Valley.



Fonte: Próprio Autor, (2023).

No processo de mobilização, realizado pelos atores dos campos identificados, para o novo campo que surge, identificou-se interesses individuais destes atores, chamado pelo

próprio movimento de “egossistema”, um termo que faz referência a estes interesses pessoais e “objetivos egoístas” em participar do movimento em contrapartida aos interesses coletivos que visam contribuir com a construção e consolidação do novo campo.

Conforme apresentado na Figura 4.4, verifica-se que o campo Consultorias é onde está situado o ator dominante Ator_20, reforçando assim a análise da influência e dominância que o campo possui em relação aos demais campos do movimento, tendo suas capacidades de influenciar e induzir a cooperação ramificada por todos os campos e atores que compõe o Voti Valley.

O Quadro 4.3, apresenta um resumo dos campos e das instituições que os atores envolvidos no movimento pertencem e algumas das principais ações realizadas que contribuem para o desenvolvimento e fortalecimento do movimento.

Quadro 4.3. Os campos e atores do movimento local de empreendedorismo.

CAMPOS	INSTITUIÇÕES	PRINCIPAIS AÇÕES
Estatais	Secretaria Desenvolvimento Econômico de Araçatuba, Birigui e Andradina	Desburocratização para abertura de empresas
		Sala do Empreendedor para atendimento ao público
		Portal de Compras Públicas
		Agente de Desenvolvimento (figura obrigatória pela Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, é um articulador do poder público)
	Inovata - Incubadora de <i>Startup</i>	Treinamentos, programas e eventos voltados a apoiar o empreendedorismo e o desenvolvimento de competências empreendedoras.
	SEBRAE	Atua com cursos e intervenções (consultoria e assessoria) para candidatos a empresário e para quem já possui empresa formalizada (MEI, ME, EPP)

Consultorias		Atua com prefeitos e vereadores com orientações e suporte na implementação da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa
		Atua com faculdades, cursos técnicos, ensino médio e fundamental
Mercado	Agência Bandeiras Manutenção Notebooks BELT FMX	Empresas já consolidadas que contribuem principalmente com mentorias as <i>startups</i>
	MeuPhD Obra Play SouMei PartiuFDS ChamarPRO	<i>Startups</i> que vem buscando apoio e participando do movimento
Acadêmico	UniToledo Wyden; Unisaesiano; UNESP; ETEC; FATEC	Inclusão da temática do empreendedorismo nos currículos
		Realização de eventos de fomento ao empreendedorismo

Fonte: Próprio Autor, (2023).

O quadro 4.4 apresenta uma amostra das empresas e *startups* que já passaram ou estão no movimento, pertencentes ao campo Empreendedor, onde podemos notar a diversidade de atuação junto ao mercado. Existe uma dificuldade em mapear as *startups* da cidade ou mesmo da região, pois *startup* não é um tipo de empresa e sim um tipo de modelo de negócio, além de muitas não possuem um espaço físico ou já serem MEI (Microempreendedor Individual) estabelecidas no mercado.

Quadro 4.4. Algumas empresas e *startups* que estabeleceram relação no Voti Valley.

Denominação	Descrição	Cidade	Empresa ou Startup	Estágio
Agência Banderas	Agência de Marketing e Transformação Digital.	Birigui/SP	Empresa	Operação
Manutenção de Notebooks	Prestação de serviços na manutenção de notebooks.	Araçatuba/SP	Empresa	Operação
MeuPhD	Uma <i>startup</i> que ajuda jovens pesquisadores a solucionar suas dificuldades acadêmicas e/ou científicas através de consultorias	Araçatuba/SP	<i>Startup</i>	Validação
AZeti Serviços de TI	Prestação de serviços de consultoria voltada a tecnologia e gerenciamento de projetos.	Birigui/SP	Empresa	Operação
Obra Play	Uma <i>startup</i> que fortalece e conecta toda a cadeia da construção civil.	Birigui/SP	<i>Startup</i>	Operação
SouMEI	Uma <i>startup</i> de gestão de vendas e gestão do negócio de micro e pequenas empresas	Araçatuba/SP	<i>Startup</i>	Operação
PartiuFDS	Uma <i>startup</i> que oferta viagens e experiências para as pessoas que não conseguem se programar para o final de semana.	Araçatuba/SP	<i>Startup</i>	Validação
ChamarPRO	Uma <i>startup</i> que conecta usuários e prestadores de serviço da construção civil.	Birigui/SP	<i>Startup</i>	Ideação
BELT	Proposta de atuar na formação profissional e excelência operacional das organizações.	Araçatuba/SP	<i>Startup</i>	Ideação
FMX Soluções em Tecnologia	Empresa na área de Tecnologia da Informação que auxilia empresas no processo de transformação digital	Araçatuba/SP	Empresa	Operação
Advogada Autônoma	Advogada especializada em Direito Digital, Proteção de Dados e Direito para startups. Tenho como objetivo atuar	Araçatuba/SP	<i>Startup</i>	Ideação

	na área jurídica consultiva para empresas e startups.			
--	---	--	--	--

Fonte: Próprio Autor, (2023).

Esta diversidade de atuação apresentada pelas *startups* é vista pelo movimento como algo positivo a partir do contexto que os interesses estão no desenvolvimento de novos negócios que irão contribuir com o desenvolvimento local e regional, sendo benéfico para um momento inicial de desenvolvimento de uma nova cultura empreendedora baseada na lógica das *startups*.

Até o momento não existem nenhuma diretriz no movimento para focar em um determinado segmento de mercado, mesmo que a região apresente alguns mais significativos como descrito anteriormente, mas se começa a discutir a possibilidade de iniciar ações específicas em breve para os setores do agronegócio e calçadista.

Este direcionamento foi trazido como informação inicial para o movimento pelos atores dominantes pertencentes ao SEBRAE, informando que através do programa ALI (Agente Local de Inovação) da instituição, devem começar a atuar em breve nestes dois setores, possibilitando assim o envolvimento de empresas já consolidadas ou mesmo fomentar novas *startups* junto ao Voti Valley.

Observou-se também que as *startups* participantes do movimento estão em sua grande maioria em uma fase inicial de ideação e validação do modelo de negócios, etapas iniciais no ciclo de vida¹⁰ de uma *startup*, ou que são empresas já atuantes no mercado, mas que ainda não possuem as características para serem consideradas uma *startup* e estão em busca da criação de um modelo de negócios replicável e escalável.

Em relação aos dados secundários analisados neste estudo, sobre o universo das *startups* no Brasil, pode-se verificar um crescimento das comunidades de *startups*, focadas em diversos segmentos, no Brasil. Segundo a Associação Brasileira de Startups, ABSTARTUPS, atualmente existem 78 comunidades cadastradas no Brasil e cerca de 13.639 *startups*.

A Tabela 4.3 apresenta as regiões do Brasil e o número de comunidades existentes, que trabalham em prol de desenvolvimento do ecossistema de inovação e *startups*.

¹⁰ Consideremos cinco principais fases no ciclo de vida de uma *startup*: a ideação onde busca-se validar a ideia para o negócio; a validação onde se busca validar o modelo de negócios junto ao mercado; a operação onde já se possui uma *startup* atendendo no mercado; a tração onde a *startup* já está com uma oferta no mercado e começa a crescer e a fase *scale-up* onde a *startup* está em fase de aceleração crescendo em faturamento ou número de funcionários.

Tabela 4.3 Total de Comunidades de *Startups* por região do Brasil.

Região	Quantidade	%
Norte	10	13,0
Nordeste	17	22,0
Centro-Oeste	6	8,0
Sudeste	25	31,0
Sul	20	26,0
Total	78	100,0

Fonte: ABStartups (2021).

Na Quadro 4.5 pode-se verificar as comunidades mapeadas por todo o Brasil, de acordo com a ABStartups.

Quadro 4.5 Comunidades de *Startups* por região do Brasil.

Região	Estado	Cidade	Comunidades
Centro-Oeste	DF	Brasília	Comunidade Brasília
Centro-Oeste	GO	Goiania	StartupGO
Centro-Oeste	GO	Jataí	Comunidade Jataí
Centro-Oeste	MS	Campo Grande	StartupMS
Centro-Oeste	MT	Cuiabá	StartupMT
Centro-Oeste	MT	Sinop	Hubnorte
Nordeste	AL	Maceió	Sururu Valley
Nordeste	BA	Feira de Santana	Santana Valley
Nordeste	BA	Salvador	All Saints Bay
Nordeste	CE	Fortaleza	Rapadura Valley
Nordeste	CE	Juazeiro do Norte	Kariri Valley
Nordeste	CE	Quixadá	Comunidade Quixadá
Nordeste	CE	Sobral	Comunidade Sobral
Nordeste	MA	São Luis	SóLuis
Nordeste	PB	Campina Grande	Starttropeiros
Nordeste	PB	João Pessoa	Comunidade João Pessoa
Nordeste	PE	Guaranhuns	Sete Colinas
Nordeste	PE	Petrolina	Carranca Valley
Nordeste	PE	Recife	Manguezal
Nordeste	PI	Parnaíba	Carnaúba Valley
Nordeste	PI	Teresina	Cajuína Valley
Nordeste	RN	Natal	Jerimum Valley
Nordeste	SE	Aracaju	Caju Valley
Norte	AC	Rio Branco	Aquiri Valley
Norte	AM	Manaus	Jaraqui Valley

Norte	AP	Macapá	Tucuju Valley
Norte	PA	Belém	Açaí Valley
Norte	RO	Porto Velho	Tambaki Valley
Norte	RR	Boa Vista	Buriti Valley
Norte	TO	Araguaína	Chambary Valley
Norte	TO	Gurupi	153 Valley
Norte	TO	Palmas	Startup Tocantins
Sudeste	ES	Vitória	Ecossistema Capixaba
Sudeste	MG	Belo Horizonte	San Pedro Valley
Sudeste	MG	Itabira	Vale do Conhecimento
Sudeste	MG	Itaúna	Libertas Valley
Sudeste	MG	Juiz de Fora	Zero40
Sudeste	MG	Ouro Preto	Vale dos Inconfidentes
Sudeste	MG	Santa Rita do Sapucaí	Vale da Eletrônica
Sudeste	MG	Sete Lagoas	Santa Helena Valley
Sudeste	MG	Uberaba	ZebuValley
Sudeste	MG	Uberlândia	UberHub
Sudeste	RJ	Campos dos Goytacazes	Comunidade de Campos
Sudeste	RJ	Niterói	Arariboia Valley
Sudeste	RJ	Rio de Janeiro	Cariocas
Sudeste	RJ	São Gonçalo	Tamoios
Sudeste	RJ	Volta Redonda	RioSul
Sudeste	SP	Barretos	Bruto Valley
Sudeste	SP	Bauru	Sandwich Valley
Sudeste	SP	Campinas	Campinas Startup
Sudeste	SP	Mogi das Cruzes	Alto Tietê Valley
Sudeste	SP	Ribeirão Preto	Comunidade Ribeirão Preto
Sudeste	SP	São Carlos	SancaHub
Sudeste	SP	São José dos Campos	Parahyba Valley
Sudeste	SP	São Paulo	ABC Valley
Sudeste	SP	São Paulo	ZeroOnze
Sudeste	SP	Sorocaba	Comunidade Sorocaba
Sul	PR	Cascavel	Iguassu Valley
Sul	PR	Curitiba	Vale do Pinha
Sul	PR	Foz do Iguaçu	Comunidade Foz do Iguaçu
Sul	PR	Jí-Paraná	Comunidade Jí-Paraná
Sul	PR	Londrina	RedFoot Londrina
Sul	PR	Maringá	RedFoot Maringá
Sul	PR	Pato Branco	Sudo Valley
Sul	PR	Ponta Grossa	Campus Valley
Sul	RS	Canoas	ComunidadeRS#ValeDosSinos
Sul	RS	Caxias do Sul	Comunidade RS#Serra

Sul	RS	Gramado	Comunidade RS#Gramado
Sul	RS	Lajeado	ComunidadeRS#TaquariValley
Sul	RS	Pelotas	ComunidadeRS#Pelotas
Sul	RS	Porto Alegre	ComunidadeRS
Sul	RS	Santa Maria	ComunidadeRS#SantaMaria
Sul	SC	Balneário Camboriú	Costa Valley
Sul	SC	Blumenau	Comunidade Blumenau
Sul	SC	Chapecó	Desbravalley
Sul	SC	Criciúma	Comunidade de Criciúma
Sul	SC	Florianópolis	StartupSC
Sul	SC	Joinville	JoinvilleStartups

Fonte: ABStartups (2021).

Verifica-se que a comunidade do Voti Valley ainda não consta deste mapeamento realizado anualmente pela ABSTARTUP, demonstrando que se trata de uma comunidade emergente que está buscando se estruturar e com isso ganhar visibilidade.

4.7 Linha histórica de ações realizadas e principais ações do movimento

Tendo como marco a primeira ação realizada em Araçatuba-SP e que teve como foco a temática das *startups*, no ano de 2017, realizou-se um levantamento histórico nos últimos 06 anos, o qual se identificou-se um aumento das ações promovidas pelo Voti Valley.

O Quadro 4.6 apresenta um resumo destas principais ações desenvolvidas no movimento nos últimos 07 anos e que ocorreu principalmente nos tempos 2 e 3.

Quadro 4.6. Ações desenvolvidas no movimento local de empreendedorismo nos últimos 06 anos.

ANO	DATA	AÇÃO	ORGANIZADOR	OBJETIVO	CIDADE
2023	Junho	<i>Ideathon</i>	Voti Valley	Fomentar ideias inovadoras para problemas e demandas específicas. Neste evento a temática principal foi o turismo	Pereira Barreto
2023	Maio	<i>Startup Day</i>	SEBRAE	Fomentar e discutir o ambiente das startups, gerando como resultado a possibilidade de apresentação de novas <i>startups</i> e a validação de <i>startups</i> já existentes	Araçatuba
2023	Maio	<i>Startup Weekend</i>	Voti Valley	Fomentar a cultura empreendedora na cidade de Andradina por meio da construção de novos modelos de negócios idealizados durante o evento	Andradina
2022	Maio	Start C e Start U	SEBRAE – ABStartup	O programa Start e Start U possuem o objetivo de acelerar <i>startups</i> por meio de mentorias individuais realizadas pela ABStartup e pessoas do mercado e mentorias coletivas realizadas pelo SEBRAE, além de <i>meetups</i> mensais para a troca de experiências.	Araçatuba
2022	Abril	StartupON	SEBRAE - ABStartup	O evento possui o objetivo de dar visibilidade para as comunidades locais, ajudar startups da região a evoluírem através de mentoria, conteúdo e networking, conectar diferentes agentes da região	Araçatuba
2021	Outubro	StartupON	SEBRAE - ABStartup	O evento possui o objetivo de dar visibilidade para as comunidades locais, ajudar startups da região a evoluírem através de mentoria, conteúdo e networking, conectar diferentes agentes da região	Araçatuba

2020	Junho	Startup SP	SEBRAE	Programa de desenvolvimento de startups digitais em estágio de validação do modelo de negócio ¹¹	Araçatuba
2019	Dezembro	Lançamento do Voti Valley	SEBRAE, Prefeitura, Universidades, empresas e <i>startups</i>	Criação do movimento que visa estimular e disseminar a cultura do empreendedorismo, inovação, <i>startups</i> e novos modelos de negócio	Araçatuba
2019	Outubro	II Startup Weekend	SINBI, SEBRAE, Faculdades	O Startup Weekend tem a intenção de fomentar o empreendedorismo e inovação por onde passa, fornecer mentorias e ferramentas para ideias serem desenvolvidas e surgirem novos negócios.	Birigui
2019	Agosto	Startup SP	SEBRAE	Programa de desenvolvimento de startups digitais em estágio de validação do modelo de negócio	Araçatuba
2018	Outubro	I Startup Weekend	SEBRAE, Faculdades	O Startup Weekend tem a intenção de fomentar o empreendedorismo e inovação por onde passa, fornecer mentorias e ferramentas para ideias serem desenvolvidas e surgirem novos negócios.	Araçatuba
2018	Setembro	Inovata	Prefeitura	Criação da Incubadora para fornecer um espaço físico que possa ser compartilhado e utilizado por empresas e <i>startups</i> , além de capacitação e mentoria	Araçatuba
2018	Julho	Intec	Prefeitura e Iniciativa Privada	Criação da Incubadora Tecnológica e Startups para fornecer um espaço físico compartilhado, além de capacitação e mentoria	Birigui

¹¹ Validação do modelo de negócios é a fase que tem como objetivo a validação das ideias para o negócio, colocando as necessidades e o feedback dos clientes como prioritários.

2018	Abril	I Startup Weekend	SINBI, SEBRAE, Faculdades	O Startup Weekend tem a intenção de fomentar o empreendedorismo e inovação por onde passa, fornecer mentorias e ferramentas para ideias serem desenvolvidas e surgirem novos negócios.	Birigui
2017	Outubro	Startup Day	SEBRAE, Prefeitura	Fomentar e discutir o ambiente das startups, gerando como resultado a possibilidade de apresentação de novas <i>startups</i> e a validação de <i>startups</i> já existentes	Araçatuba

Fonte: Próprio Autor, (2023).

Verifica-se nas ações apresentadas no Quadro 4.6 a presença constante do SEBRAE, identificado anteriormente como a instituição onde está presente o ator dominante neste processo de mobilização emergente e que pertencem ao campo que denominados de Consultorias.

A participação dos atores que representam os campos Estatais ocorreu diretamente em algumas ações, principalmente da prefeitura de Araçatuba e Birigui através das Secretaria de Desenvolvimento Econômico, voltadas a criação de espaços e ambientes que possam promover o fomento e o desenvolvimento de novos negócios como as incubadoras que fornecem um espaço físico para a realização de reuniões e capacitações ou mentorias feitas as *startups* e empresas.

Já os atores pertencentes ao campo Acadêmico estiveram presentes principalmente nas ações que envolveram os eventos de fomento a cultura empreendedora e de *startups* como o *Startup Weekend* e STARTUP ON.

Em relação ao campo Mercado, tivemos a participação de algumas empresas ou *startups* em fase inicial de validação de seu modelo de negócios, mas ainda em um número pequeno em eventos como o STARTUP SP, STARTUP ON ou START U e START Cidades, não ultrapassando cerca de 20 empreendedores.

Sem a realização de encontros presenciais nos anos de 2020 e 2021, em razão da pandemia do COVID-19, a partir de 2022 o movimento retomou a realização de reuniões presenciais realizando o STARTUP ON no final do mês de abril.

Após este contexto de detalhamento e análise dos campos e atores participantes do Voti Valley, onde pudemos aprofundar o entendimento do processo de mobilização, será a seguir como os atores jogam esse jogo de disputas por meio da apresentação de situações vivenciadas por eles ao longo dos principais eventos realizados no Voti Valley.

4.7.1 STARTUP WEEKEND e STARTUP SP

O STARTUP SP é um evento promovido pelo SEBRAE e o STARTUP WEEKEND promovido pela Techstars com a participação do SEBRAE, universidades e o poder público, o que contribuiu para que a cultura e a formação em empreendedorismo fossem potencializadas na região.

Entre os interesses em disputa com a realização destes dois eventos estão a projeção que reforça a importância do ator dominante no movimento, e que atua junto ao SEBRAE. Já para os atores desafiantes, como as *startups* e potenciais empreendedores, são destacados o interesse

em ampliar seu conhecimento e *networking* possibilitando e contribuindo assim com a validação do seu modelo de negócios e com o crescimento no mercado.

As análises apontaram que a estratégia e possibilidade identificada e utilizada pelo ator dominante é a divulgação de todas as vantagens e conhecimentos que serão adquiridos na participação destes eventos e para isso fazem a utilização das mídias sociais e dos próprios atores do movimento, como forma de divulgação e captação de potenciais interessados em participar dos eventos.

Entre as disputas de poder identificadas na realização destes eventos, a prefeitura atuou mais como um parceiro, tendo um papel mais nos bastidores através de divulgação e apoio, mas sempre presente para reforçar a mensagem de que existe todo um cenário de possibilidades aos empreendedores ou futuros empreendedores.

O SEBRAE, atuou de forma bastante ativa, auxiliando na organização do evento, em mentorias e na captação de empreendedores, futuros empreendedores ou mesmo grupo de estudantes universitários para a participação no evento, conseguindo assim reafirmar o seu papel de ator dominante e atuante junto as ações do movimento.

Por sua vez, as universidades puderam ter uma participação mais intensa nestes eventos, justamente por contarem com um *know-how* de docentes que atuam junto a temática do empreendedorismo e com isso puderam expor mais intensamente sua contribuição ao movimento através de mentorias e formação de pessoal, gerando oportunidades de captação de alunos.

Quanto aos atores do campo empreendedor, o evento STARTUP SP contou com algumas empresas já constituídas e que desejavam alavancar os seus negócios ou no evento STARTUP WEEKEND onde participaram principalmente grupos de estudantes universitários que desejavam desenvolver suas práticas e habilidades empreendedoras.

Uma característica identificada tanto no STARTUP SP quanto no STARTUP WEEKEND é a participação do ator dominante que atua junto ao SEBRAE, além das universidades e de atores desafiantes, como as *startups* e os próprios empreendedores e futuros empreendedores, sendo um momento de sinergia e de potencialização da cultura de inovação e empreendedorismo baseado na dinâmica das *startups* na cidade e região.

4.7.2 START e START U

O START e o START U são programas promovido pelo SEBRAE for STARTUPS e a ABStartup, com o objetivo de auxiliar *startups* a validarem o seu modelo de negócios. O

START Cidades atua com *startups* que surgiram no mercado e o START U atua com *startups* originadas dentro das universidades. Os programas estão estruturados da seguinte forma:

- Diagnóstico *Check Point*: realizado por gestores da ABStartups para entender os desafios e a evolução na jornada das *startups*, possui a periodicidade quinzenal e é realizada de forma individual com cada *startup*;
- Mentoria de Mercado: realizado por mentores de todo o Brasil, possui a periodicidade quinzenal e é realizada de forma individual com cada *startup*;
- Mentoria Coletiva: realizado pelo SEBRAE com temáticas comuns a todas as *startups* participantes dos programas, é realizada mensalmente e de forma coletiva;
- *Meetups*: evento onde são discutidas temáticas como inovação e tecnologia, além da troca de experiências entre *startups* e especialistas, é realizado duas vezes ao mês.

O Quadro 4.7 apresenta as *startups* participantes da edição 2022 do programa START Cidades realizado em Araçatuba.

Quadro 4.7 *Startups* participantes do programa START Cidades em Araçatuba no ano de 2022

STARTUP	QUAL PROBLEMA SUA STARTUP RESOLVE	QUAL A SUA SOLUÇÃO
Acerto Sistema de Pagamentos	Acúmulos, burocratização e desorganização no contas a pagar.	Acerto é um sistema para unificação de pagamentos, gerenciando contas futuras, presentes e atrasadas. Solução para todos os tamanhos de empresas e pessoa física. Facilitando e simplificando o controle e pagamentos de contas diversas.
Worktable	Os eventos são ambientes perfeitos para colaboração, crescimento e novas oportunidades. Mas essas oportunidades precisam de um facilitador. Reunir muitas pessoas em uma área não é suficiente - elas precisam de uma maneira simples de se conectar. Embora os eventos ofereçam oportunidades de aprendizado incríveis e experiências impressionantes, a verdadeira mágica é quando você encontra a pessoa certa. Encontrar a pessoa certa no momento certo muda tudo - e queremos oferecer essa experiência a todos os participantes dos eventos.	Worktable é um facilitador de interações sociais entre participantes em eventos para aceleração de negócios Somos a experiência mais eficaz de fazer negócios em eventos. Um serviço estruturado de networking visando a atender potenciais parceiros de negócios por escolha e não por acaso. Imagine um dia repleto de reuniões, onde você encontra dezenas de novos parceiros de negócios cara a cara. Isso é muito mais do que apenas um aplicativo de reunião: você tem um “buscador personalizado de clientes ideais”.
BuyPhone	O milheiro (pessoas que compram e vendem iPhones com estratégias de pontos no cartão e milhas) não consegue vender os iPhones rapidamente, e isso gera atrasos no pagamento da fatura do cartão de crédito e o milheiro não consegue fazer o giro necessário para poder lucrar.	A BuyPhone funciona como uma lista de pedidos validados, ou seja, o milheiro tem acesso a pedidos que já foram vendidos pela BuyPhone, o que ele precisa fazer é comprar iPhone e despachar para a CDD da BuyPhone. Dentro do sistema da BuyPhone disponibilizamos várias ferramentas que facilitam o dia a dia do milheiro, possibilitando mais velocidade na execução das estratégias.

ContadorInvestor	complexidade tributária sobre os diversos tipos de investimentos em bolsa de valores no Brasil e no exterior, diminuindo o tempo gasto com cálculos e obrigações mensais e anuais, facilitando sua declaração anual de imposto de renda.	apuração mensal dos investimentos em bolsa através de um software em nuvem que faz a leitura dos documentos fiscais em PDF, oferecendo relatórios contábeis de forma gerencial para que o investidor receba todas as informações relevantes. Entrega da declaração anual de IRPF mediante declaração pré preenchida (conta gov.br) somada as informações dos investimentos geradas pelo próprio software e demais documentos via upload de PDF.
AR Ambientes & Recicláveis	O atual sistema produtivo, na maioria das vezes, não é sustentável: gera grande acúmulo de resíduos que por falta de uma logística reversa adequada não recebem novos usos e induz a exploração excessiva de recursos, o que poderá levar ao esgotamento de matérias-primas. Pensando nesse cenário, a AR: Ambiente & Resíduos, tem como objetivo fomentar a coleta e a restituição dos resíduos sólidos ao setor empresarial, para reaproveitamento, em seu ciclo ou em outros ciclos produtivos, e outras destinações finais ambientalmente adequadas. Ao promover este processo a AR contribuirá, para o aumento da vida útil dos aterros sanitários e diminuição da demanda por recursos naturais, na medida em que abastece as indústrias recicladoras para reinserção dos resíduos em suas ou em outras cadeias produtivas, em substituição ao uso de matérias-primas virgem.	Trata-se de uma plataforma digital que conecta o consumidor final aos coletores de resíduos reutilizáveis e recicláveis, como: plástico, vidro, alumínio, metal, baterias, pilhas, óleo, produtos eletrônicos, móveis e outros, facilitando a coleta e encaminhamento à reciclagem (ou outra destinação ambientalmente adequada) de produtos e seus resíduos após o consumo e descarte do cliente final. Para a utilização basta que o usuário baixe o aplicativo, que está disponível de forma gratuita para celulares iPhone (iOS) e Android, e faça o cadastro. A partir do cadastramento dos profissionais (coletores e recicladores) e do usuário final, o app: 1. mapeia as áreas de atuação; 2. disponibiliza o contato dos catadores mais próximos da localização atual do usuário; 3. permite consulta de biografia, foto de perfil, avaliação e tipo de material que os profissionais recolhem; 4. possibilita o contato com os profissionais cadastrados dentro da plataforma. 5. orienta o usuário final sobre o manejo, separação, preparo e descarte correto dos resíduos.

Sala58	Aproximar as empresas nas áreas de engenharia aos alunos, os capacitando para o mercado de trabalho	Resolução de cases reais pelos alunos, solucionando os problemas das empresas e conseguindo uma contratação.
EngPet	Desenvolvimento de cadeiras de rodas e próteses para animais de qualquer raça.	Criação de um aplicativo e software de biomecânica animal, para desenvolver equipamentos de mobilidade de forma robusta e assertiva para cada animal.
BELT Inovação e Excelência	Desenvolvimento de pessoas e empresas através da educação	Treinamentos e consultoria em melhoria contínua e gestão ágil
Easy Contabilidade	Facilita e auxilia na comunicação e recebimento de dados dos clientes em tempo real.	O sistema irá resolver o problema na contabilidade trazendo-a de forma digital onde se possa acessar e ter detalhes do seu cliente em tempo real com a integração com o programa que o seu cliente utiliza, fazendo uma ponte com as informações por exemplo se o cliente "x" lançar um contas a pagar imediatamente isso será lançado na contabilidade ou entrada e saída de notas fiscais também cria um lançamento na contabilidade, fiscal e até controle de estoque. A ideia é que se tenha tudo que um escritório físico trabalhe, mas de forma online buscando agilidade na realização do trabalho, tendo acesso em tempo real referente ao que ocorre em cada cliente, garantindo assim maior confiabilidade dos dados recebidos. Com isso será possível ter um scanner fiscal que irá trazer uma análise detalhada do contribuinte para a realização do planejamento tributário ideal para cada tipo de empresa.
Mentalidade Jovem	Falta de incentivo ao lazer e ao esporte dentro de comunidades; Estoques de sangue baixos em Hemocentros; Falta de educação financeira para jovens; Estímulo ao empreendedorismo e educação empreendedora para jovens;	Com a comercialização dos produtos de uma marca própria nós nos tornamos um negócio social colaborativo, que gera lucro e renda compartilhada para o financiamento do planejamento e da execução dos projetos que engajam pessoas, entretém, e resolvem os problemas citados, impactando positivamente a sociedade.

Age Consultoria & Engenharia	Reduz custos e torna os trabalhos de prospecção de áreas e serviços agrícolas mais assertivos.	GIES – sistema para Gestão Integrada dos Espaços, um Pack customizável que consiste em obter um raio x de uma determinada região. A gestão integrada dos espaços vem se mostrando uma ferramenta adequada para empresas do agronegócio que buscam se manter neste mercado cada vez mais crescente e competitivo. O GIES, utilizando informações georreferenciadas permite realizar prospecção de áreas e imóveis com agilidade, precisão, sigilo e comodidade. A plataforma oferece ao cliente informações geoespaciais em ambiente SIG de fácil consulta e totalmente amigável ao usuário.
Hale Media	Resolvemos o principal problema da maioria das empresas: Vendas. Além de atrair novos clientes, aumentamos o seu LTV.	Hoje nossa equipe já ajuda dezenas de empresas ao redor do Brasil, focando no marketing digital: tráfego pago, social media, <i>copy</i> , <i>growth hack</i> e sites
Sunny Tur	Muitas empresas vendem excursões, seja ela bate-volta ou algum evento específico, e precisa controlar essas vendas.	Nosso Aplicativo é focado em gerenciar os mais variados tipos de excursões, permitindo a venda on-line gerenciando as vagas disponíveis.
Meu PhD	Dificuldades acadêmicas dos alunos de graduação e pós-graduação.	Oferecemos uma rede de Ph.D. de diversas áreas do conhecimento para prestar suporte acadêmico e científico aos alunos de graduação e pós-graduação.
Waker APP	Acidentes de trânsito causados por falta de atenção	Oferecemos uma solução multiplataforma que funciona como um despertador de atenção para o usuário (B2C) e que também registra dados sobre a condução ajudando as transportadoras e outras empresas (B2B) com informações importantes.

Fonte: Próprio Autor, (2023).

Em relação as disputas de poder analisada nestes eventos, tivemos um cenário muito próximo e parecido com o que analisamos nos eventos STARTUP SP e STARTUP WEEKEND, ou seja, um protagonismo do ator dominante que atua junto ao SEBRAE e a participação de atores desafiantes do campo Mercado que buscavam aproveitar a oportunidade para validarem seus modelos de negócio e se capacitar na temática das startups.

Verificou-se também que muitas das empresas participantes destes programas não possuem o “rotulo” de *startups* e são empresas que ainda possuem modelos de negócios mais tradicionais, como é o caso da BELT Inovação e Excelência, que segundo uma de suas fundadoras Ator_10, o interesse em participar deste tipo de programa é que podemos justamente conhecer melhor as características e particularidades das *startups* e assim poder reavaliar o negócio e se realmente desejamos seguir esta nova forma de empreender.

4.7.3 Voti Conecta

O Voti Conecta pode ser considerado um dos primeiros serviços ofertados pelo Voti Valley, que dependem exclusivamente da atuação dos atores do movimento. Trata-se de eventos que ocorrem, principalmente nas instituições de ensino técnico e superior, com o objetivo de divulgar o movimento e trazer informações relevantes sobre empreendedorismo, inovação e *startups*. É comum nestes eventos a presença de algum ator participante do Voti Valley e a participação também de empreendedores de sucesso. A ideia e articulação para este tipo de evento surgiu no contexto do grupo *Hack*, por sugestão dos atores Ator_09 e o Ator_14, envolvidos no grupo de trabalho denominado Mercado.

Entre as disputas de poder identificadas neste tipo de evento, verificou um interesse e protagonismo por parte das instituições de ensino superior de levarem até suas instituições este evento como forma de divulgar o Voti Valley e aproximar e estimular os alunos as temáticas empreendedoras baseadas na dinâmica das *startups*. Verifica-se também que o protagonismo do ator dominante Ator_20 neste tipo de evento se limitou a orientar quanto a necessidade de ações recorrentes com esse público estudantil e não somente ações pontuais como a realização do próprio evento.

4.7.4 Voti Learning

O Voti Learning entra no portfólio de ofertas do Voti Valley como um segundo tipo de serviço ofertado. Trata-se de eventos de capacitação sobre a temática relacionada as *startups*, em que o objetivo é capacitar os participantes em o que é e como criar uma *startup*. Este evento

ocorreu a primeira vez no ano de 2023 na cidade de Birigui-SP, sendo uma das mais recentes ofertas proporcionadas pelo movimento. A proposta deste tipo de evento surgiu sugestão de alguns atores que já são empreendedores, Ator_09, entendendo da necessidade de levar conhecimento e capacitação a um público interessado em aprender e até a empreender utilizando-se desta nova dinâmica das *startups*.

Entre as disputas de poder estabelecidas neste evento, pudemos identificar um certo conflito entre os atores que representam as instituições de ensino e os atores do campo Mercado que organizaram essa primeira edição do evento. Os atores do campo Acadêmico sinalizaram a necessidade da criação de um padrão para a realização do evento e questionaram os motivos de não terem sido envolvidos na concepção das diretrizes para este tipo de evento. Os atores do campo Mercado, apesar de possuírem experiência na temática empreendedora e no desenvolvimento de *startups*, não possuem didática suficiente para a realização de capacitações junto ao público estudantil, segundo o que atores do campo Acadêmico alegaram.

4.7.5 Café com Mentoria

O Café com Mentoria, outro serviço estruturado e ofertado pelo Voti Valley, tem o objetivo de ofertar mentorias aos interessados em empreender ou a empreendedores já estabelecidos. Entre os temas tratados nas mentorias temos o empreendedorismo, inovação e startups, além de qualquer outra demanda que possam surgir voltada a temática do empreendedorismo. Este tipo de evento que ocorre semanalmente nas instalações da INOVATA, a incubadora de *startups* de Araçatuba, é conduzida pelos atores do campo Empreendedor mais de uma maneira muito passiva onde aguardam que empreendedores os contactem nos períodos disponibilizados para as mentorias.

A proposta deste tipo de ação surgiu dos atores Ator_13 e Ator_14 que são os atuais mentores que estão disponíveis semanalmente na INOVATA. Na visão destes atores, é comum que existem muitas dúvidas ao decidir empreender e contar com o apoio de mentores experientes pode ser uma contribuição bastante valiosa, principalmente no início de novas ideias e empreendimentos. Entre os conflitos em torno deste tipo de evento, a crítica dos demais atores pertencentes a outros campos é justamente a necessidade de se ter uma postura mais proativa em relação as mentorias, que são pouco divulgadas e acabam não atingindo de forma efetiva o público-alvo esperado, que são empreendedores que já possuem algum tipo de negócio ou mesmo pessoas interessadas em empreender.

4.8 Análise dos aspectos facilitadores e entraves do movimento

Com a finalidade de direcionar e atingir o terceiro objetivo específico desta tese que é apresentar os aspectos facilitadores e entraves identificados no processo de mobilização do Voti Valley, apresentamos a seguir os aspectos que analisei em cada um dos campos e posteriormente alguns aspectos gerais do movimento.

Em relação aos aspectos específicos em cada campo identificado, alguns pontos devem ser destacados, sendo eles:

Campos Estatais

Neste primeiro campo identifiquei alguns aspectos facilitadores como a existência, nas prefeituras das cidades envolvidas no movimento, da Secretaria de Desenvolvimento Econômico que está diretamente associada a temática empreendedora nos municípios. O fato desta secretaria ter entre as suas diretrizes o papel de fomentar e potencializar o empreendedorismo, a geração de renda e emprego e o desenvolvimento econômico e social do município, é natural que estejam abertos a parcerias e ações que possam contribuir neste sentido e que podem se beneficiar de certa maneira.

Em contrapartida, pude identificar alguns entraves como a “lentidão” característica do setor público em razão da burocracia existente na estrutura das prefeituras, além do fato de que os interesses e prioridades do poder público nem sempre estarão alinhadas com os interesses e prioridades propostas pelo movimento. É justamente este “desalinhamento” que gera a sensação de que o movimento não pode esperar ou depender do poder público para direcionar e realizar as suas ações.

Campo Consultorias

Neste segundo campo identifiquei alguns aspectos facilitadores como a capilaridade e abertura que a instituição SEBRAE possui junto aos outros campos identificados no movimento emergente. Essa situação cria um contexto, a princípio, mais propício a formalização de eventuais parcerias, bem como a conscientização de outros atores para se tornarem participativos e engajados junto ao movimento.

Em contrapartida, o principal entrave identificado é em razão da hegemonia do

SEBRAE em relação a consolidação do movimento pois as pessoas ao terem um primeiro contato com o movimento relatam que entendiam que se tratava de uma iniciativa do próprio SEBRAE. Ter uma única instituição vista como a principal responsável pelo surgimento e desenvolvimento do movimento emergente pode gerar conflitos com outros campos que estariam em um papel de coadjuvantes nesta construção.

Campo Mercado

Neste terceiro campo identifiquei alguns aspectos facilitadores como a expertise disponibilizadas para as *startups* ou futuros empreendedores por parte do movimento através de alguns especialistas em inovação, empreendedorismo e startups para que possam ter o apoio necessário para validarem seus modelos de negócios, discutir estratégias e validar soluções. Estes especialistas estão engajados em programas como o Café com Mentoria ofertado pelo movimento semanalmente por meio de horários onde estes especialistas encontram-se disponíveis para atendimento aos interessados.

Em contrapartida, o principal entrave é um eventual “conflito de interesses” entre as empresas já consolidadas e as *startups* que possam surgir do movimento. Esta situação apresenta um “jogo de interesses” de ambas as partes: em relação as empresas já consolidadas querendo de certa forma monitorar o mercado e saber o que de novo está surgindo e que possa impactar em seus negócios e por outro lado as *startups* procurando desenvolver e apresentar soluções que possam ser muitas vezes complementares as soluções já ofertadas pelas empresas consolidadas como uma forma de otimizarem e alavancarem mais rapidamente seus empreendimentos.

Campo Acadêmico

Neste quarto campo identifiquei alguns aspectos facilitadores como o direcionamento que as instituições de ensino estão fazendo em seus cursos e ações junto ao público discente sobre as temáticas da inovação, empreendedorismo e *startups*. Esta diretriz contribui para a formação de futuros empreendedores, ou seja, conseguem desenvolver competências que possibilitarão estes discentes a oportunidade de buscar novos desafios por meio do empreendedorismo, trabalhando e contribuindo assim para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora nas instituições de ensino e na sociedade em geral.

Em contrapartida, o principal entrave identificado é o jogo de poder em relação ao protagonismo frente ao mercado educacional. As instituições buscam apresentar e demonstrar todo o seu potencial, buscando sempre serem protagonistas nas ações relacionadas ao universo educacional, com o objetivo de reforçarem a seus públicos discente toda a qualidade que possuem, além de conseguirem também se projetar positivamente junto ao mercado, o que poderá contribuir na captação de novos alunos.

Em relação aos aspectos gerais do movimento, alguns pontos devem ser destacados, sendo eles:

- Durante os levantamentos realizados nas entrevistas feitas para este estudo, pude analisar que apesar de existirem ações conforme apresentadas nos tópicos anteriores, a articulação no movimento empreendedor ainda não é orgânica e madura o suficiente, estando em um processo de construção e evolução que ainda é dependente em muitas situações da condução de um único ator dominante. A criação dos grupos de trabalho possibilitaram em parte a delegação pela responsabilidade em discutir e direcionar as ações em prol do movimento, mas que ao serem levadas e discutidas essas ações no grupo *Hack*, novamente entra em cena os questionamentos e observações feitas por parte do ator dominante e que ainda são ouvidas e consideradas pelos demais atores.

- Outro ponto que identifiquei durante as entrevistas, se refere ao nível de conhecimento por parte dos próprios atores atuantes no movimento em relação ao propósito e objetivos das ações necessárias a consolidação do movimento, bem como a contribuição de cada ator, onde identifica-se ainda uma falta de uma visão integrada das ações que podem ser realizadas pelo movimento. Observei ainda que se questionarmos pessoas que não estejam engajadas no movimento, mas que pertençam as instituições e empresas participantes no movimento, elas não saberão definir e dizer ao certo do que se trata o Voti Valley, demonstrando que ainda está muito “interno” as informações e ações relacionadas ao movimento

- Analisei também a necessidade de um planejamento integrado das contribuições de cada ator envolvido no movimento com o objetivo de direcionar melhor o foco e atuação de cada um dos participantes e procurar potencializar e maximizar as ações e contribuições feitas. A diretriz definida no movimento de que cada ator participante deve realizar no mínimo duas ações semestrais ao longo do ano de 2023 ainda está incipiente para muitos destes atores que não fazem ideia de que tipo de ação poderiam realizar, enquanto outros atores acabam

realizando muito mais do que apenas duas ações mínimas exigidas

5. DISCUSSÕES

Neste capítulo busca-se retomar o referencial teórico e apresentar como cada teoria utilizada na pesquisa contribuiu na análise dos dados coletados, propiciando a obtenção dos resultados e as contribuições da tese e como a combinação das teorias utilizadas contribuiu para alcançar os resultados apresentados.

Análise do Voti Valley sob a ótica do contexto de transformações do capitalismo

O cenário em que o objeto de pesquisa desta tese se apresenta é representado por um momento de quebra de paradigmas em relação aos modos “tradicionais” de empreender e que busca apresentar uma nova forma, baseada em narrativas apresentadas por atores originados de diversos campos. Busca-se a criação de um contexto onde as práticas de empreendedorismo devem ser repensadas e alinhadas a novos conceitos e práticas, a princípio validadas em outras cidades e regiões do país. Essa nova narrativa, apresenta a lógica das *startups* que possuem características distintas e modelos de negócios inovadores.

Esse contexto, é o que podemos identificar no discurso apresentado por Boltanski e Chiapello (2009), que nos apresentam no novo espírito do capitalismo uma forma de compreender as condições que fazem os atores se mobilizarem, considerando as ideologias e justificativas que impulsionam esse engajamento. Esse novo espírito do capitalismo, se apresenta como um capitalismo globalizado, que faz o uso de novas tecnologias e é conduzido muitas vezes pela lógica dos projetos, que se valoriza a flexibilidade e a capacidade de adaptação.

Entendendo a necessidade de compreender e justificar o engajamento das pessoas em um movimento emergente, objeto de pesquisa desta tese, é que buscamos compreender as motivações e justificativas usadas pelos atores que buscam no movimento atender a seus interesses individuais e a construção dos interesses coletivos. Nesse sentido, baseado na lógica apresentada por Boltanski e Chiapello (2009), a justificação por meio da cidade por projetos se enquadra nesse novo momento, onde as práticas empreendedoras apresentadas passam a ser mais colaborativas e fazem o uso de novas ferramentas para a concepção e validação dos modelos de negócios, como é o caso do Mínimo Produto Viável (MVP).

Foi possível identificar motivações e interesses individuais dos atores engajados no movimento, inclusive em alguns momentos essas motivações e interesses são declarados

abertamente por eles. No entanto, foi possível observar um discurso, de praticamente todos os atores envolvidos no movimento, voltado ao coletivo e a construção de um bem comum, mas que na prática ainda é questionado em razão do não surgimento de um quantitativo “considerável” de *startups* no movimento. As regras de governança que foram implementadas até o momento junto ao movimento se apresentam como uma forma de “doutrinar” a construção deste bem comum e coletivo, mas que na prática as ações desenvolvidas acabam tendo como direcionamento o universo de atuação e interesses de cada ator junto ao movimento.

Outro ponto analisado em relação ao contexto de transformações do capitalismo, abordados na tese, em razão das práticas que buscam alcançar um maior retorno aos acionistas, no contexto da financeirização, o que identificamos é que estas novas práticas de empreendedorismo podem contribuir com as empresas já consolidadas, a partir do momento em que elas busquem “atrair” as *startups* para que possam contribuir com seus processos de inovação e desenvolvimento de novos produtos e serviços, ou mesmo com outros tipos de soluções, conseguindo assim potencializar os resultados operacionais e financeiros sem onerar em demasia os custos em relação a estes processos.

Este cenário, ainda não se mostrou como uma prática no movimento emergente pois no contexto geral, ainda é incipiente o número de *startups* que surgiram e evoluíram junto ao Voti Valley, sendo inclusive fonte de discussão junto aos atores engajados sobre como implementar na prática o discurso que se vem apresentando sobre essa nova forma de empreender e assim poder fomentar e potencializar o surgimento de novas *startups*. Outro ponto de discussão é justamente a participação de empresas já consolidadas que poderiam se beneficiar com as soluções apresentadas pelas *startups* junto ao movimento, pois ainda são poucas empresas já consolidadas envolvidas com o movimento e sem a princípio exercendo essa integração com as *startups*.

Análise do Voti Valley sob a ótica do Empreendedorismo Cultural

Ao analisarmos o conceito de empreendedorismo cultural apresentado no referencial teórico, pode-se observar que os atores engajados no movimento Voti Valley, principalmente o Ator_20 que atua no SEBRAE e é o ator dominante identificado, fazem o uso de histórias de sucessos para viabilizar o despertar de uma conscientização e proporcionar um engajamento por parte de outros atores. Outros atores habilitados também buscam se apoiar das suas experiências e histórias vividas para reforçar um discurso que busca o engajamento dos demais atores do movimento.

A narrativa apresentada pelo ator dominante em seus discursos, vem carregado de situações e exemplos vivenciados por ele em outros contextos e situações associadas as temáticas da inovação, do empreendedorismo e das *startups*. Um exemplo prático deste discurso é a visão apresentada por ele a outros atores do movimento ao visitar a cidade de Santa Rita do Sapucaí em Minas Gerais para conhecer o polo tecnológico instalado na cidade conhecida como o Vale da Eletrônica, onde este mesmo “modelo” aplicado na cidade vem sendo utilizado como um discurso retórico para a aplicação na cidade de Ilha Solteira em São Paulo, buscando-a tornar-se um exemplo fiel e muito parecido com o apresentado na cidade de Santa Rita do Sapucaí-MG.

Outra situação que se pode exemplificar a aplicação dos conceitos do empreendedorismo cultural é a caso do docente Ator_07, que atua junto a FATEC de Araçatuba-SP, que se utiliza das histórias já vividas em relação a realização de eventos e práticas voltadas a inovação, ao empreendedorismo e a formação de mentores e tutores que possam apoiar eventuais empreendedores nestas temáticas.

Por meio destas histórias vivenciadas e contadas aos demais atores do movimento, estes atores, que fazem o uso do empreendedorismo cultural, buscam se valer de suas histórias para convencer e engajar os demais atores participantes do movimento. É uma forma de legitimar as suas ideias, se fazendo ouvir e principalmente dando credibilidade para que outros atores possam entender e aceitar as histórias apresentadas como caminhos interessantes e viáveis para serem utilizados junto ao movimento.

No contexto do empreendedorismo cultural, entendo que os discursos apresentados, principalmente pelos atores considerados dominantes, estão baseados em narrativas vivenciadas por eles e que servem de argumentação para a exposição de ideias e posicionamentos que assumem perante os demais atores, bem como a influência que buscam exercer sobre os demais atores para que possam engajá-los nas diretrizes e ações o ator dominante acredita serem viáveis.

Análise do Voti Valley sob a ótica da Teoria dos Campos de Ação Estratégica

Para compreendermos como o Voti Valley pode ser analisado pela ótica da Teoria dos Campos de Ação Estratégica, começaremos a explorar e apresentar as análises feitas com os campos e atores participantes do movimento.

Em relação ao primeiro conceito da TCAE apresentado na tese, identificou-se que o Voti Valley surge paralelamente a um movimento já tradicional e consolidado de empreendedorismo

que não possui as dinâmicas comuns às *startups* e aos modelos de negócio característicos neste tipo de empreendimento.

Esse contexto, cria uma situação em que a mudança de mentalidade sobre as formas e possibilidades de empreender estão em discussão, abrindo novos horizontes até então não explorados, possibilitando assim que um novo campo emergente possa surgir.

Esta primeira análise realizada em relação aos estágios de estruturação dos Campos de Ação Estratégica, caracterizamos o Voti Valley como um campo emergente. Os campos emergentes, de acordo com a TCAE, podem surgir a partir de algum evento exógeno que gera crise e instabilidade em um campo estruturado ou então através da atuação de atores dominantes e habilidosos como veremos na análise do próximo conceito.

De acordo com Fligstein e McAdam (2012), os processos internos pelos quais os campos de ação estratégica se estabelecem e para que um novo campo surja, os atores envolvidos na negociação do acordo inicial devem alcançar um grau de consenso em quatro questões:

- Os atores devem chegar a um entendimento geral e compartilhado do que está acontecendo no campo, ou seja, o que está em jogo? Quais são os interesses, conflitos existentes e relações de poder? Em relação a esta primeira questão, identificou-se inicialmente que alguns interesses iniciais começam a despontar, como o desejo dos atores atuantes em contribuir com o desenvolvimento de uma cultura empreendedora baseada na lógica das *startups*, apesar de identificado que ainda existe uma falta de conhecimento aprofundado sobre a temática das *startups* na cidade e região, o que contribui para que o entendimento sobre o que vem ocorrendo no Voti Valley possa ainda ser incipiente e em processo de construção.
- Deve haver uma definição de quais atores são relativamente fixos no campo, cujo papéis e status de poder são definidos de forma consensual por outros atores. Em relação a esta segunda questão, identificou-se inicialmente que alguns atores aparecem de forma recorrente nas ações realizadas no Voti Valley, como é o caso do SEBRAE, e outros atores aparecem de forma esporádica, como é o caso de algumas empresas já constituídas que nem sempre estão participando das ações no movimento. Existe a discussão sobre uma preocupação de se manter uma certa recorrência e participação dos atores, e que possa ainda ser regida por regras de governança que serão estruturadas e validadas.
- Deve haver um conjunto de entendimentos compartilhados sobre a natureza das regras que governarão a interação no campo. Os atores entendem quais táticas são possíveis, legítimas e interpretáveis para cada uma das funções no campo. Este é o entendimento cultural

de quais formas de ação e organização são vistas como legítimas e significativas no contexto do campo. Em relação a esta terceira questão, identificou-se inicialmente o estabelecimento de regras mínimas para habilitar a participação no Voti Valley, que são: o engajamento nas ações realizadas e o senso de comunidade, mesmo que ainda possa ser elaborado um processo de governança formalizado e institucionalizado.

- Deve haver um amplo quadro interpretativo de que o indivíduo e os atores estratégicos coletivos trazem para entender o que os outros dentro do campo de ação estratégica estão fazendo. Em relação a esta quarta questão, identificou-se inicialmente que as informações a respeito das atuações dos atores e ações promovidas no movimento ainda estão dispersas e divulgadas em redes sociais e grupos de aplicativos e que ainda possa ser necessário aperfeiçoar uma gestão de informações e comunicação que permita atingir a todos de maneira uniforme.

Em relação ao segundo conceito da TCAE apresentado na tese, identificou-se que o Voti Valley possui atores dominantes e desafiantes, que foram detalhados no capítulo anterior após uma apresentação dos campos e atores identificados no movimento.

Esta segunda análise realizada em relação aos tipos de atores, vamos destacar alguns atores considerados essenciais como os que atuam junto ao SEBRAE e que são vistos pelos demais atores participantes do movimento como atores habilitados, que são considerados peças-chave para a identificação de janelas de oportunidades, bem como para o direcionamento estratégico das ações que devem ser realizadas, inclusive a ação que possibilitou a concepção e lançamento oficial do movimento em dezembro de 2019.

A análise que fazemos em relação a estes atores habilitados é que o conhecimento e o *know-how* que possuem sobre a temática empreendedora e consolidada pela instituição SEBRAE, os habilita a serem vistos como direcionadores dentro deste campo emergente.

Em contrapartida, em relação aos atores menos habilitados identificamos as *startups* e novos empreendimentos que surgem a partir do movimento e estão inseridas em um contexto em que existe a necessidade de validação de seus modelos de negócio, além da busca de oportunidades e parcerias frente aos demais atores do movimento.

A análise que fazemos em relação a estes atores menos habilitados é que eles apesar de participarem de ações realizadas no movimento, não possuem a habilidade social necessária para ditar as regras a serem estabelecidas e as ações coletivas realizadas no movimento e buscam estar presentes em razão das contribuições que podem ser geradas em suas *startups* e novos empreendimentos.

Em relação ao terceiro conceito da TCAE apresentado na tese, a análise que fazemos

em relação a este conceito é que existem graus de influência distintos, decorrentes destas habilidades sociais, entre os atores do movimento.

Esta terceira análise realizada em relação as habilidades sociais dos atores, destacamos que a prefeitura possui um grau de influência maior com o SEBRAE em razão do alinhamento de interesses existentes; o SEBRAE possui um grau de influência com todos os demais atores participantes do movimento; a FAPESP, Desenvolve SP e Banco do Povo possuem uma influência maior com o SEBRAE até em razão das parcerias em programas e editais de fomento; as empresas já consolidadas possuem um grau de influência maior com a prefeitura e com o SEBRAE; as *startups* possuem um grau de influência maior junto ao SEBRAE; as instituições de ensino superior possuem um grau de influência maior junto as *startups* e ao SEBRAE.

As habilidades sociais apresentadas pelos atores, demonstram a leitura das possibilidades existentes no campo através das variáveis do ambiente utilizadas pelos atores e de que maneira essas habilidades sociais podem contribuir com o entendimento e posicionamento dos atores e que são utilizadas no jogo. Por exemplo, em um momento em que as instituições de ensino superior e técnico participam de ações conjuntas, como sendo mentoras em algum programa realizado no movimento, como o *Startup Weekend*, cada uma delas realiza uma leitura das possibilidades de atuação e contribuição junto ao movimento e que irão potencializar a busca pelos resultados esperados, onde algumas buscam se apresentar como instituições com *know-how* em práticas empreendedoras e detentoras do conhecimento e outras buscam uma exposição mais acentuada para a busca e captação de novos alunos.

A integração e sinergia mais acentuada de alguns atores em relação a outros, como é o caso da prefeitura que possui uma integração mais intensa com o SEBRAE (campo Consultorias) e as universidades (campo Acadêmico). Estas integrações mais próximas de alguns atores em relação a outros demonstram que elas estão baseadas nos interesses e objetivos individuais e que cada um dos atores possuem níveis de interesses implícitos ou explícitos em suas ações.

O processo de mobilização e os interesses dos atores participantes

Ao analisarmos o processo de mobilização dos atores, a partir de seus campos de origem, para o novo campo emergente do Voti Valley, destacamos alguns dos interesses destes atores ao relatarmos a narrativa do Capítulo 4 (tempo 2). Nota-se que existem os interesses individuais que motivam estes atores e nos apresenta o sentido que a participação no movimento tem para cada um deles, mas também podemos observar alguns interesses e ganhos relacionados aos

campos de origem de cada um destes atores.

Em relação aos atores dos campos Estatais, verifica-se um ganho que está relacionado a projeção destes atores junto a temas e causas que são relevantes ao setor público, como a empregabilidade, geração de renda e oportunidades de trabalho e negócios. Apesar destes ganhos estarem em linha para proporcionar uma maior projeção e visibilidade para os atores pertencentes a este campo, nota-se que a participação deles ainda é insipiente e muitas vezes comprometida em razão dos compromissos apresentados pelos cargos que ocupam. O Ator_12, como já relatado, não está diretamente envolvido nas ações do movimento focando prioritariamente nas demandas vindas da posição que ocupa junto ao poder público, portando nesse caso, os ganhos estão mais associados a visibilidade de um “possível apoio” oferecido ao movimento. Em relação ao Ator_18, que possui uma participação ativa junto ao movimento, os ganhos estão associados a projeção e reforço de imagem em relação a ser um ator “agregador” de outros empreendedores que buscam novas conexões e oportunidades para seus empreendimentos. E em relação ao ator Ator_15, seus ganhos estão prioritariamente em ganhar *know-how* e demonstrar junto ao poder público sua capacidade de abordar e tratar assuntos relevantes que possam impactar positivamente a imagem da prefeitura. E o Ator_06, como citado anteriormente, se afastou do movimento após sua saída da prefeitura, focando em sua atuação junto ao setor privado.

Os atores do campo Consultorias, reforçam seu papel de protagonistas nos temas que são abordados no movimento, como empreendedorismo, inovação, tecnologia e *startups*, o que possibilita ganhos reais em suas carreiras dentro da instituição em que atuam, o SEBRAE. O Ator_20, identificado como o ator dominante ao longo desta pesquisa, obtém ganhos relacionados a ampliar a sua imagem de ponto focal essencial ao andamento das ações e direcionamento estratégico do movimento, resultando em possíveis novas oportunidades profissionais na instituição em que atua, o SEBRAE. Já o Ator_05 obtém ganhos relacionados a ampliar seus conhecimentos no universo das *startups* e que podem gerar oportunidades futuras para ampliar a sua atuação como consultor. E em relação a Ator_08, os ganhos estão vinculados a potencializar a sua atuação como consultor de negócios, principalmente nas temáticas relacionadas ao empreendedorismo que já atuam em suas atribuições junto ao SEBRAE.

Quando analisamos os atores pertencentes ao campo Acadêmico, nota-se um ganho que a participação destes atores proporcionam a suas carreiras como docentes no ensino técnico e superior, a partir da visibilidade que passam a ter como *experts* nas temáticas que envolvam a inovação, o empreendedorismo e a temática das *startups*. O Ator_07 vem ganhando o “reforço”

de ser visto com um especialista na temática das *startups* e vem ganhando espaço na formação de mentores para atuarem junto as ações do movimento. O Ator_04 possui como ganho a maior visibilidade da instituição de ensino que atua em razão das ações e práticas junto aos alunos nas temáticas do empreendedorismo e *startups*. O Ator_17, vem ganhando projeção junto a instituição em que atua, bem como junto ao poder público por levar as temáticas tratadas no movimento para a prefeitura de sua cidade. Já o Ator_18 tem como principal ganho o conhecimento adquirido e que busca levar para junto da instituição em que atua e a empresa de treinamentos que possui. Por outro lado, o Ator_01 se afastou do movimento por motivos particulares.

Com relação aos atores do campo Mercado, podemos destacar os ganhos as *startups* referentes a visibilidade, oportunidade de validação e crescimento de seus negócios ou mesmo ganhos as empresas já consolidadas e que são consideradas “tradicionais” como possibilidade de parcerias de negócios, mas também é uma forma de “monitorarem” o que os movimentos que o mercado e as *startups* estão fazendo, buscando assim avaliar o impacto junto a seus negócios. O ator Ator_09, que sempre participou das ações propostas pelo movimento, vem ganhando projeção, tanto no movimento quando junto ao mercado, como um profundo conhecer das temáticas que envolvem as *startups*, sendo chamado para palestras e instituições de ensino ou eventos que envolvam essa temas relacionado ao empreendedorismo tecnológico. O ator Ator_14, que já era visto como um especialista nesta área, decidiu novamente empreender e lançou em outubro de 2023 um *hub* de inovação que possui como objetivo ajudar empreendedores e *startups* em sua jornada, e que vem “pregando” o discurso de contribuir e potencializar as ações do movimento, para não ser visto com um possível concorrente. Outro ator que decidiu empreender no segundo semestre de 2023 foi o Ator_16, com uma empresa de consultoria em estratégia, processos e melhoria contínua e que vem se apresentando como empresa “parceria” do movimento. Ator_13 vem tendo ganhos de visibilidade pois sempre está presente nas ações realizadas pelo movimento e auxiliando os demais atores. Já o Ator_10 vem tendo como ganhos a projeção de sua empresa de treinamentos e consultoria, inclusive com algumas oportunidades de negócio fechadas após o início de sua participação nas ações do movimento. Quanto aos atores Ator_02, Ator_03 e Ator_11, eles encontram-se afastados das ações do movimento em razão de questões e interesses pessoais.

As estratégias de atuação e as disputas de poder

Neste contexto de detalhamento dos campos e atores que formam o Voti Valley e da dinâmica que ocorre no seu dia a dia no Voti Valley, também se faz necessário a apresentação das estratégias de atuação e das disputas de poder que ocorrem nos principais acontecimentos do movimento até o momento, como será apresentado no próximo capítulo.

Observa-se, neste contexto de estruturação de grupos de trabalho e grupos de acompanhamento e controle, o surgimento de instâncias iniciais no sistema de governança do movimento, que busca conduzir a uma evolução do que se vivenciou após as primeiras ações realizadas desde a concepção do Voti Valley, demonstrando decisões tomadas neste campo que analisamos como um campo emergente, que de acordo com a Teoria dos Campos de Ação Estratégica são balizadas pelos atores dominantes no jogo decisório, além da necessidade de compreensão do que está em jogo e que deve haver um conjunto de entendimentos compartilhados sobre a natureza das regras que governarão a interação no campo.

Sob o olhar dos atores envolvidos, os dominantes como o ator que atua junto ao SEBRAE, concordam e compreendem com maior facilidade a necessidade de profissionalização do movimento até porque são os que possuem e são reconhecidos pelo *know-how* para a articulação e o desenvolvimento das ações estabelecidas pelos grupos de trabalho, além de acreditar que uma certa “dependência” existente em um único ator, no caso a instituição SEBRAE, acaba ao mesmo tempo limitando as possibilidades e diversidade de ações e diminuindo o potencial existente nas universidades. Os próprios atores que atuam junto ao SEBRAE, veem a importância e a necessidade da geração de novas *startups*, até mesmo por possuírem interesses que novos negócios surjam e se consolidem para que os objetivos de suas organizações também possam ser atingidos.

Já em relação as *startups*, elas não possuem a visão sistêmica em relação a estes problemas apresentados pois seus objetivos estão muito direcionados a validação de seus modelos de negócios e consequentemente na consolidação e expansão de seus empreendimentos e por outro lado as empresas já consolidadas e que atuam no movimento ainda são poucas e restritas as que visualizam ganhos com este novo movimento empreendedor e por esse motivo estão dispostas a colaborar em contrapartida a um nicho muito mais amplo de empresas consolidadas que não identificaram ainda possíveis benefícios ou estão buscando focar e defender em seus interesses, não gerando uma possível concorrência.

Identifica-se também um certo “direcionamento” de alguns atores em aproveitarem a visibilidade que estão tendo por atuarem junto as ações do movimento para buscarem desenvolver iniciativas individuais como a abertura de seus próprios empreendimentos. Esta

situação nos apresentada que os interesses individuais não são deixados de lado quando estes atores decidem se engajar junto ao movimento, pelo contrário, o envolvimento nas ações realizadas proporcionam visibilidade para estes atores bem como a identificação de possíveis oportunidade de negócios ou parcerias.

A Contribuição da tese para a teoria

Para apresentarmos as contribuições da tese para a teoria, se faz necessário compreender as estratégias utilizadas na articulação das teorias propostas (novo espírito do capitalismo, empreendedorismo cultural e campos de ação estratégica) para conseguir atingir tais contribuições. Estas teorias utilizadas são abordagens influentes na sociologia contemporânea e possibilitaram a compreensão de fatos em relação ao objeto de pesquisa que não conseguiríamos compreender se as utilizássemos de forma individual. O estudo mostra que o processo de mobilização emergente do Voti Valley envolve questões relacionadas a um nível macro que foi contextualizado e analisado tendo como base as abordagens do novo espírito do capitalismo e do empreendedorismo cultural, bem como questões relacionadas a um nível meso que foi contextualizado e analisado tendo como base a abordagem dos campos de ação estratégica. A existência de diferenças entre as teorias utilizadas na tese possibilitou o aprofundamento do estudo, justamente pela articulação realizada entre as teorias que contribuíram para uma análise mais detalhada e profunda em relação ao objeto de pesquisa.

A abordagem do novo espírito do capitalismo, bem como a do empreendedorismo cultural, possuem uma ênfase institucional, ou seja, nos ajuda a compreender os discursos legítimos que se difundem e que se tornam muitas vezes como práticas aceitas sem muito questionamento. Em certo sentido, elas são mais estruturais, ajudando a abordar dinâmicas mais gerais e em um nível macro.

Em relação ao novo espírito do capitalismo, é importante exemplificarmos a contribuição proporcionada por esta abordagem, que pode ser identificada e exemplificada no estudo ao observarmos e analisarmos o discurso proferido pelos atores do movimento ao serem questionados sobre a importância do movimento para a cidade de Araçatuba e região. A visão macro apresentada pelos discursos proferidos pelos atores sobre a importância de movimentos de inovação e empreendedorismo, que seguem uma certa “tendência” existente em outras localidades e que estão associadas principalmente ao desenvolvimento econômico e social, nos permite identificar o desejo de “replicar” as boas práticas já realizadas em movimentos similares existentes em outras cidades e regiões, criando assim uma estrutura compreendida e

aceita por todos como legítima e necessária, que irá contribuir com o desenvolvimento econômico e social. Propusemos em nosso estudo, como forma de justificar a visão e o discurso apresentado pelos atores em relação as novas oportunidades de negócios que possam surgir junto ao movimento emergente e que busca se basear nos modelos de negócio das *startups*, os regimes de justificação apresentados por Boltanski e Thévenot (1991), mais precisamente o da cidade de projetos.

O novo espírito do capitalismo reflete uma transformação nas justificativas e nas motivações do capitalismo moderno. Este espírito enfatiza a flexibilidade, a autonomia e a criatividade, promovendo a ideia de que o sucesso econômico depende da capacidade de inovar e adaptar-se rapidamente às mudanças do mercado. Nesse contexto, os valores associados à iniciativa individual e ao empreendedorismo ganham destaque, valorizando a capacidade dos indivíduos de se tornarem agentes de suas próprias trajetórias econômicas.

Com relação a abordagem do empreendedorismo cultural, outro aspecto importante ao analisarmos os discursos e o posicionamento dos atores são os argumentos que cada um apresentou sobre a importância e desejo de participação no movimento, onde identificamos um certo "senso comum" favorável e que exalta a importância do movimento, mas que muitas vezes não deixa explícito os reais interesses dos atores no processo de mobilização. Além disso, pudemos notar que o discurso utilizado pelos atores considerados habilitados ou pelo ator dominante busca uma forma de legitimação para o envolvimento e engajamento de outros atores. Essa postura pode ser exemplificada pelo discurso apresentado pelo ator dominante em relação a concepção de uma estrutura mínima de governança para o movimento, o qual baseado em sua história profissional e a sua experiência, consegue argumentar sobre as diretrizes necessárias a estruturação desta questão junto ao movimento. A proposta apresentada pelo estudo, como forma de compreender as bases para os discursos de legitimação apresentado pelos atores como forma de atrair novos atores para o movimento ou mesmo engajar os atores participantes, se baseou nas premissas apresentadas pelo empreendedorismo cultural.

O empreendedorismo cultural surge como uma manifestação concreta desse novo espírito. Ele envolve a aplicação de práticas empreendedoras onde a criatividade e a inovação são recursos centrais. Empreendedores culturais não apenas buscam oportunidades de mercado, mas também moldam e influenciam a cultura, utilizando sua capacidade de inovação para criar novos produtos, serviços e experiências culturais. Esse tipo de empreendedorismo valoriza a autenticidade, a expressão individual e a conexão emocional com o público, transformando a cultura em um recurso econômico valioso.

E em relação a abordagem dos CAE que enfoca o nível meso e enfatiza a dinâmica da estabilidade e da mudança, abordando as relações e movimentos concretos envolvidos na construção da ordem social, conseguimos compreender os “reais motivos” em relação aos interesses apresentados pelos atores e que os motivam a se movimentarem de seus diversos campos de origem em direção ao movimento emergente. Foi possível portanto observar no estudo se os interesses e objetivos declarados pelos atores é o que realmente se reflete e é concretizado em suas ações práticas junto ao movimento. É importante exemplificarmos essa contribuição proporcionada pela abordagem dos CAE, que pode ser identificada no estudo quando os atores do campo Acadêmico se apoiam no discurso da contribuição coletiva e geração de novos conhecimentos como principal força motriz de seus envolvimento, mas que não fica declarado de forma explícita os interesses em reforçar e consolidar, junto a sociedade, as instituições que representam. Ao nos depararmos com a análise para a compreensão dos conflitos existentes no processo de mobilização, a abordagem dos CAE também nos permitiu identificar as disputas de poder e os conflitos existentes quando da movimentação dos atores em seus campos de origem ou na mobilização para o campo emergente do Voti Valley. Exemplificamos essa situação quando identificamos o conflito apresentado pelos atores pertencentes ao campo Acadêmico ao buscar dar evidência as instituições que representam gerando uma disputa de poder para colocarem em prática suas ideias e sugestões de ações.

Os campos de ação estratégica referem-se a arenas sociais onde diferentes agentes competem por poder e recursos. Esses campos são caracterizados por uma luta constante para definir e controlar as regras do jogo, onde os atores utilizam suas posições, capitais (econômico, social, cultural) e estratégias para avançar suas próprias agendas. No contexto do novo espírito do capitalismo e do empreendedorismo cultural, os campos de ação estratégica tornam-se locais de intensa competição e inovação. Os atores nesses campos devem navegar por complexas redes de relações, mobilizando diferentes formas de capital para alcançar sucesso e influência.

Ao abordarmos o estudo de um campo emergente e o processo de mobilização dos atores envolvidos, conseguimos articular nesta tese a abordagem do novo espírito do capitalismo, proposto por Boltanski e Chiapello (2009) o qual utilizamos como forma de embasar a visão macro e as justificativas sobre este novo momento em relação ao empreendedorismo na cidade de Araçatuba e região, com o empreendedorismo cultural proposto por Lounsbury e Glynn (2001) o qual utilizamos como forma de análise dos discursos apresentado pelos atores na busca da atenção e engajamento de outros atores e a teoria dos campos de ação estratégicas proposto por Flingstein e McAdam (2012) o qual utilizamos para analisar os reais interesses e as disputas

de poder apresentada entre os atores dos campos que formam o movimento emergente. Essa articulação, analisada na prática a partir da identificação dos campos existentes, do processo de mobilização dos atores e das disputas de poder, nos permitiu identificar que o período que denominamos de (tempo 1) é caracterizado e justificado pela ideologia apresentada na cidade industrial de Boltanski que configura os *framings* e instrumentos característicos deste modo de agir. Quando caminhamos rumo ao (tempo 2), onde uma nova ideologia começa a ser apresentada e utilizada, nos permite identificar que este período é caracterizado e justificado pela ideologia apresentada na cidade por projeto de Boltanski que configura os *framings* a partir de então até chegarmos no que denominamos de (tempo 3) onde ocorreu uma reformulação do movimento emergente. O novo espírito do capitalismo, apresentado por Boltanski, aliado aos conceitos do empreendedorismo cultural, nos ajudou a compreender as ideologias e justificativas dos discursos que são transversais aos campos, enquanto a teoria dos campos de ação estratégicas, que atua a nível *meso*, nos permitiu compreender as motivações para as práticas locais e que essas práticas dependem muito das relações e disputas de poder existentes nos campos.

Outro ponto importante em relação a contribuição teórica desta tese, a partir do referencial teórico da Sociologia Econômica utilizado, foi possível compreender e superar as limitações de outras abordagens mais convencionais utilizadas na análise do empreendedorismo e dos movimentos empreendedores. A visão sociológica nos permitiu compreender de que forma as relações sociais, bem como as habilidades sociais dos atores participantes, influenciam na construção de práticas a nível *meso* e as motivações que direcionam as ações e práticas individuais e coletivas.

A combinação do novo espírito do capitalismo, o empreendedorismo cultural e os campos de ação estratégica constitui uma dinâmica complexa e multifacetada que molda as práticas sociais e econômicas contemporâneas. A interação entre esses três elementos cria um ambiente onde o sucesso econômico e social depende da capacidade de inovação, adaptação e criação de valor cultural. O novo espírito do capitalismo fornece a justificativa ideológica, o empreendedorismo cultural oferece o campo de ação prática e os campos de ação estratégica estruturam as arenas onde essas dinâmicas se desenrolam. Juntos, eles moldam uma economia contemporânea que valoriza a criatividade, a inovação e a capacidade de navegar por contextos sociais complexos e competitivos.

Em relação as contribuições práticas do estudo, pudemos de certa forma contribuir com as discussões realizadas pelos atores envolvidos, auxiliando na reflexão e avaliação do processo

de amadurecimento e governança do movimento, ao apresentarmos e questionarmos os interesses e as disputas de poder que ocorrem na dinâmica de interação dos atores, seja em seus campos de origem ou em outros campos.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo principal analisar um movimento emergente de empreendedorismo sob a ótica da Sociologia Econômica, por meio da Teoria dos Campos de Ação Estratégicas, que buscou aplicar uma nova perspectiva até então não explorada em relação a temática empreendedora. O assunto apresentado na tese, tem como ponto de partida as mudanças ocorridas no capitalismo ao longo dos anos e foca principalmente no que Boltanski e Chiapello (2009) apresentam como o novo espírito do capitalismo.

No Capítulo 4 foi apresentada a narrativa de construção do objeto de pesquisa, o movimento emergente denominado Voti Valley, e o processo de mobilização de atores que foram ao longo do tempo partindo de seus campos de origem e se engajando em um novo campo que se começa a formar a partir de interesses individuais e um discurso de construção de um bem comum através da apresentação de uma nova forma de empreender baseada na lógica das *startups*.

Compreender o que motivou os atores a partirem de seus campos de origem e irem em busca da construção de um novo campo que emerge, auxiliou na identificação dos discursos utilizados e nas disputas de poder que se faziam presentes, mesmo que de forma “subjéctiva” ou “não explícita” por parte dos atores engajados. Possibilitou também a validação dos discursos apresentados com as práticas realizadas pelos atores, o que nem sempre se apresentou de forma igualitária, e que reforça a existência de interesses individuais em detrimento de interesses coletivos.

O movimento ainda é incipiente na geração de *startups* e vem atuando muito mais para buscar desenvolver uma cultura empreendedora baseada em novas práticas. As ações desenvolvidas pelo movimento são diretamente influenciadas por um ator dominante que se utiliza de narrativas e histórias para despertar e incentivar um engajamento por parte de outros atores, prática que está diretamente associada ao conceito de empreendedorismo cultural apresentado neste estudo.

Em relação aos campos identificados, pode-se verificar a existência de um único ator dominante, localizado no campo denominado Consultorias e que atua no SEBRAE. Este ator é que vem atuando intensamente na proposição das diretrizes do Voti Valley e que em momentos de ausência, nota-se um descompasso no ritmo das ações realizadas no movimento. Verificou-se que apesar ainda não existe um consenso compartilhado sobre o que está acontecendo ou o que está em jogo em cada um dos campos participantes do movimento. Nota-se realmente que o sistema de governança ainda está em processo de construção e amadurecimento, bem como a

comunicação entre os atores e campos existentes.

Os campos Estatais e Consultorias possuem interesses e estratégias mais próximas, pois ambos buscam o desenvolvimento do campo Mercado. Os campos Estatais possui uma "fragilidade" que é a troca de governo, onde muitas vezes o ritmo e empenho nas ações acabam sendo comprometidas em razão dessas trocas e o campo Consultoria possui uma "fragilidade" em muitas vezes não conseguir despertar os interesses dos atores do campo Mercado, pois muitas vezes nota-se uma baixa participação e quase sempre dos mesmos atores em ações realizadas no movimento.

O campo Acadêmico possui interesses e estratégias para demonstrarem todo o seu *know-how* e consequentemente conseguirem ampliar suas ações de captação junto ao mercado. Pode-se identificar uma mudança nos currículos oferecidos onde ocorre o surgimento de disciplinas e conteúdos voltados ao empreendedorismo, além da realização de eventos ligados a temática empreendedora. E por fim, os atores localizados no campo denominado Mercado, pode-se identificar que apesar da realização de ações no movimento que visam potencializar a participação e a sinergia entre todos os atores atuantes, os empreendedores necessitam muitas vezes de um acompanhamento mais próximo para a realização das ações do dia a dia.

O conflito que se apresentava inicialmente pela grande quantidade de informações disponibilizadas e pela falta de um planejamento que pudesse direcionar e nortear os atores desafiante, empreendedores que estão iniciando ou mesmo potenciais empreendedores, ressalta a importância da definição de regras de governança para o Voti Valley. Identificou-se que as posições dos atores vão sendo definidas de acordo com as regras e estrutura de governança existente e os atributos de cada campo servem para mostrar como diferentes atores, em diferentes posições, portanto, possuidores de determinados recursos e habilidades, definem estratégias e atuam perante o que está em jogo.

Este estudo concluiu que o objeto de pesquisa se caracteriza como um campo de ação estratégica emergente, formado por outros campos interconectados, onde as regras de governança ainda estão em processo de construção e maturação e um melhor alinhamento entre todos os atores envolvidos começa a despontar com o objetivo de institucionalizar um sistema de governança capaz de compartilhar informações, planejar as ações que necessitam ser desenvolvidas e consequentemente contribuir para o amadurecimento do Voti Valley.

Nota-se ainda a possibilidade de uma extensa agenda de pesquisa em relação ao Voti Valley e as temáticas tratadas nesta tese e como sugestão de pesquisas futuras temos possibilidades como a análise de boas práticas de governança em movimentos empreendedores

ou mesmo o desenvolvimento de uma cultura empreendedora baseada em *startups*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABSTARTUPS. Comunidades (2021). Disponível em: [Comunidades - Abstartups](#). Acesso em: 23 de outubro de 2021.

ALVES, Andre C. et.al., CONFIGURATIONS OF KNOWLEDGE-INTENSIVE ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS. RAE | São Paulo | 59(4) | July-August 2019 | 242-257.

ANDRADE, Renato F.; TORKOMIAN, Ana L.V. Fatores de influência na estruturação de programas de educação empreendedora em instituições de ensino superior. In: ANAIS DO II EGEPE, p. 299-311, Londrina/PR, Novembro, 2001.

BARBALHO, Fernando A. Emergência de um campo de ação estratégica: o caso de política pública sobre dados abertos. Tese (doutorado) – Universidade de Brasília, 2014.

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Tradução Luís Antero Reto. São Paulo: Edições 70, 2016.

BATISTA, Camila N., PESSANHA, Gabriel R.G., GONÇALVES, Luciene R., NOGUEIRA, Leandro R.T., CANDIDO, Marçal S. Impactos das fusões e aquisições na rentabilidade das empresas adquirentes: uma análise do setor de tecnologia da informação brasileiro no período de 1994 a 2013. In: XVII SemeAD Seminários em Administração, 2014.

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. O novo Espírito do Capitalismo. São Paulo. Martins Fontes, 2009.

BOLTANSKI, Luc; THÉVENOT, Laurent. De la justification: les économies de la grandeur. Paris: Éditions Gallimard, 1991.

BOMFIM, Eliza M.C. Barreiras para o crescimento de empresas de base tecnológica do setor de tecnologia da informação e comunicação em Ribeirão Preto. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de São Carlos, 2017.

BOMFIM, Eliza M.C.; TORKOMIAN, Ana L.V. Barreiras para o crescimento de empresas do setor de tecnologia da informação e comunicação no interior de São Paulo. Revista de Empreendedorismo e Inovação Sustentáveis Volume 4 – Número 2 – mai-ago, 2019.

BOYER, R. Is a finance-led growth regime a viable alternative to Fordism? A preliminar analysis. Economy and society, v. 29, n. 1, p. 111-145, 2000.

CANDIDO, Silvio E.A. Emergência e dinâmica das práticas de reciclagem pet no Brasil: múltiplos campos e embates de valores. Tese (doutorado) – Universidade Federal de São Carlos, 2016.

CANDIDO, Silvio E. A.; SACOMANO NETO, Mário.; DONADONE, Júlio. Teoria das Organizações. In: BATALHA, Mário O (Org.) Gestão da produção e operações. São Paulo: GEN-Atlas, 2019.

CARMO, M.J.; NETO, M.S.; DONADONE, J.C. Análise da financeirização no setor

automotivo: o caso da Ford Motor Company, 2018a. Nova Economia, v. 28, n.7, p. 549-578.

CARMO, M.J.; NETO, M.S.; DONADONE, J.C. Análise da financeirização no setor automotivo: acionistas, executivos e trabalhadores, 2018b. In: Congresso de Administração Sociedade e Inovação. 2018. Rio de Janeiro.

CASTILLA, Emilio et al. "Social networks in Silicon Valley", in C. Lee et al. (org.), *The Silicon Valley edge: a habitat for innovation and entrepreneurship*, Stanford, Stanford University Press, 2000.

CASTELLS, Manuel. A Sociedade em rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHAVES, Andréa B.P. Da planta taylorista/fordista ao capitalismo de plataforma: as engrenagens da exploração do trabalho. Research, Society and Development, 2020, v. 9, n.6.

CSEH, Amanda. Mapeamento do campo da gestão de resíduos orgânicos na cidade de São Paulo. Dissertação (mestrado) – Universidade de São Paulo, 2019.

DAVEL, E. P. B; CORÁ, M. A. J. Empreendedorismo cultural: cultura como recurso retórico, processo de criação e de consumo simbólico. Políticas Culturais em Revista, v. 9, n. 1, p. 363-397, 2016.

DAVIS, G. F.; KIM, S. (2015). Financialization of the Economy. Annual Review of Sociology, 41, 203-221.

DEON, Paulo R.C. A contribuição dos atores na trajetória de formalização das agroindústrias familiares em Jaguari-RS e Chapecó-SP. Tese (doutorado) – Universidade Federal de Santa Maria, 2015.

DESENVOLVE SP. Região Administrativa de Araçatuba (2021). Disponível em: [Mapa da Economia Paulista \(desenvolvesp.com.br\)](http://desenvolvesp.com.br). Acesso em: 10 de dezembro de 2021.

DIAS, Ana Valéria Carneiro; ZILBOVICIUS, Mauro. A produção face à financeirização: quais as consequências para a organização da produção e do trabalho? Uma proposta de agenda de pesquisa para a Engenharia de Produção Brasileira. In: XXVI ENEGEP - Fortaleza, CE, Brasil, 9 a 11 de Outubro de 2006.

DIAS, Ana Valéria Carneiro; ZILBOVICIUS, Mauro. Trabalho e criação de valor: financeirização da produção e novas formas de organização do trabalho. In: Mondadore et al. (Org.) Sociologia econômica e das finanças: um projeto em construção, São Carlos: EdUFSCar, 2009, pp.119-132.

DiMAGGIO, Paul, editor. *The Twenty-First-Century Firm: Changing Economic Organization in International Perspective*. Princeton University Press, 2001. JSTOR.

DORNELAS, Rachel M. San Pedro Valley Espaços de ambiência e desenvolvimento de um ecossistema empreendedor. Dissertação (mestrado) – Faculdade de Ciências Empresariais FACE, 2018.

DOLABELA, F. Oficina do empreendedor. 1. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DOWJONES. Factiva Database and Curation Services. Disponível em: <<https://professional.dowjones.com/factiva/>> Acesso em: 22 abr. 2020.

DUARTE, Ricardo Mello; CANDIDO, Silvio Eduardo Alvarez. Ideological foundations of capitalism and its organizational models: A study using popular management content on LinkedIn. *Sociology Compass*, p. e13149, 2024.

DU GAY, Paul; MORGAN, Glenn. *New Spirits of Capitalism? Crises, Justifications and Dynamics*. Oxford: Oxford University Press, 2013.

FERRARY, Michel; GRANOVETTER, Mark. The role of venture capital firms in the Silicon Valley's complex innovation network, 2009, *Economy and Society*, 18: 326-359.

FERREIRA, Manuel P. V.; PINTO, Claudia F.; MIRANDA, Rui M. Três décadas de pesquisa em empreendedorismo: uma revisão dos principais periódicos internacionais de empreendedorismo. *READ | Porto Alegre – Edição 81 - N° 2 – maio/agosto 2015 – p 406 – 436*.

FLIGSTEIN, Neil. *The Transformation of Corporate Control*. Massachusetts, London, England: Harvard University Press Cambridge, 1990

FLIGSTEIN, N. Institutional entrepreneurs and cultural frames-The case of the European Union's Single Market Program. *European Societies*, 3(3), 261-287, 2001.

FLIGSTEIN, N.; SWEET, S.A. Constructing polities and markets: An institutionalist account of European integration. *American journal of sociology*, 107(5), 1206-1243, 2002.

FLIGSTEIN, Neil. Habilidade Social e a Teoria dos Campos. *RAE*, v. 47, n. 2, 2007.

FLIGSTEIN, Neil; MCAdam, Doug. Toward a general teory of strategic action field. *Sociological American Sociological Association*. Theory 29:1 March 2011.

FLIGSTEIN, Neil; MCAdam, Doug. *A theory of fields*. New York: Oxford University Press, 2012.

FLIGSTEIN, Neil; DAUTER, Luke. A sociologia dos mercados. *Caderno CRH, Salvador*, v.25 (66), p. 481-504, set-dez, 2012.

FORNO, Lúcio D. Um novo espírito, sim! Uma revisão do debate sobre o “espírito do capitalismo”. *Em Tese, Florianópolis*, v. 11, n. 1, jan./jun., 2014. ISSN: 1806-5023

FOSTER, George et al. Entrepreneurial ecosystems around the globe and company growth dynamics. *World Economic Forum, Genebra*, set. 2013.

FRANCO. Augusto. *Capital Social*. Copyright. Brasília-DF: 2001.

GNYAWALI, Devi R.; FOGEL, Daniel S. Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice, Waco*, v. 18, p. 43-62, jun. 1994.

GOFFMAN, Erving. Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press, 1974.

GRANOVETTER, Mark. (1985), “Economic action and social structure: the problem of embeddedness”. *American Journal of Sociology*, 91 (3): 481-510.

GRANOVETTER, Mark. (2007). Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão. *RAE Eletrônica*, 6(1).

GROOTAERT, C.; NARAYAN, D.; NYHAN, J. V.; WOOLCOCK, M. Questionário integrado para medir capital social. Banco Mundial. Grupo temático sobre capital social, jun. 2003.

GRÜN, Roberto. Modelos de Empresa, Modelos de Mundo: sobre algumas características culturais da nova ordem econômica e da resistência a ela. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 14, n. 41, Outubro 1999.

GRÜN, Roberto. A dominação financeira no Brasil contemporâneo. *Tempo soc.* 2013. Vol. 25(1):179-213. DOI: 10.1590/S0103-20702013000100010.

GUIMARÃES, Sonia; AZAMBUJA, Lucas. “Empreendedorismo *high-tech* no Brasil: condicionantes econômicos, políticos e culturais”, (2010). *Revista Sociedade e Estado*, 25 (1): 93-121.

HARVEY, D. Condição pós-moderna. São Paulo: Loyola, 2010.

HENRIQUE, Daniel C.; CUNHA, Siegliden K. Práticas didático-pedagógicas no ensino do empreendedorismo em cursos de graduação e pós-graduação nacionais e internacionais. *Revista de Administração do Mackenzie*, v.9, n. 5, 2008, p. 112-136.

ISENBERG, Daniel. How to foment an entrepreneurial revolution. In: The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. 10th international Entrepreneurship Forum, Bahrain. 2001.

ISENBERG, Daniel J. How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, Cambridge, v. 88, n. 6, p. 40-50, jun. 2010.

ISENBERG, Daniel. The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. In: PRESENTATION AT THE INSTITUTE OF INTERNATIONAL AND EUROPEAN AFFAIRS, Dublin, v.1, p 1-13. 2011.

KÄDTLER, J. – Financialisation of capitalist economies – bargaining on conventional economic rationalities. In: *Historical Social Research*, 2011, v. 36, 4, pp. 169-191.

KANE, Tim J. The Importance of Startups in Job Creation and Job Destruction. Kauffman Foundation Research Series: Firm Formation and Economic Growth, 2010.

KATZ, J. The chronology and intellectual trajectory of American entrepreneurship education: 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 283- 300, 2003. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00098-8.

KENNEY, M.; ROUVINEN, P.; SEPPALA, T.; ZYSMAN, J. Platforms and industrial change, Industry and Innovation. Industry and Innovation, 26(8), 871-879, 2019. DOI: 10.1080/13662716.2019.1602514

KLANDT, H. Entrepreneurship education and research in german-speaking europe. Academy of Management Learning & Education, 3(3), 293-301, 2004.

KRIPPNER, G. R. (2005). The financialization of the American economy. Socio-economic review, 3(2), 173-208.

KUNGL, Gregor; HESS, David J. Sustainability transitions and strategic action fields: A literature review and discussion. Environmental Innovation and Societal Transitions, v.38, 2021.

LAAMANEN M.; SKALEN, P. Collective–conflictual value co-creation: A strategic action field approach. Marketing Theory. 2015;15(3):381-400. doi:[10.1177/1470593114564905](https://doi.org/10.1177/1470593114564905)

LANGLEY, P.; LEYSHON, A. (2017). Platform capitalism: the intermediation and capitalization of digital economic circulation. Finance and society., 3(1), 11-31.

LAPAVITSAS, C. Theorizing financialization. Work, Employment and Society, v. 25, n. 4, p. 611-626, 2011.

LEITE, Elaine da S.; MELO, Elaine M. Uma nova noção de empresário: a naturalização do empreendedor. Rev. Sociol. Polít. Curitiba, v. 16, n. 31, nov-2008, p. 35-47.

LOUNSBURY, M.; GLYNN, M. A. Cultural Entrepreneurship: stories, legitimacy, and the acquisition of resources. Strategic Management Journal, Hoboken, v. 22, n. 6/7, p. 545-564, jun./jul., 2001.

LOURENÇO, Luiz C.B. A arquitetura do estado estratégico: agenda de Brasil e EUA sobre biocombustíveis e energia renováveis em perspectiva comparada. Tese (doutorado) – Universidade de Brasília, 2012.

MAIA, Marcel M. Como nascem as startups? Uma análise microssociológica das performances e estratégias discursivas dos empreendedores à procura de capital. Dissertação (Mestrado) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, 2016, 179 f.

MAIA, Marcel M. Como as *Start-Ups* crescem? Performances e discursos de empreendedores à procura de capital. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 2019, v. 34, n. 99.

MARGARITES, G. C.; FREITAS, G. R. de. Habilidade social, relações entre campos e mudanças: a teoria dos campos de ação estratégica em A theory of fields. Sociedade e Estado, [S. l.], v. 33, n. 02, p. 613 – 619, 2018. DOI: 10.1590/s0102-699220183302017. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/19977>. Acesso em: 21 jan. 2024.

MARTENS, Cristina D.P.; FREITAS, Henrique M.R. Orientação empreendedora nas organizações e a busca de sua facilitação. Revista Eletrônica de Gestão Organizacional – Edição 6 – Vol. 1 – p. 90-108, 2008.

MINEIRO, Andrea C. et.al., Investigação do potencial de um polo de inovação para a criação de uma rede de investidores anjo a partir de seu ecossistema empreendedor. RACEF – Revista de Administração, Contabilidade e Economia da Fundace. v. 7, n. 1, Ed. Esp. Ecossistemas de Inovação e Empreendedorismo, p. 71-83, 2016.

MWASALWIBA, E. Entrepreneurship education: A review of its objectives, teaching methods, and impact indicators. Education & Training, 52(1), 20-47, 2010.

NETO, Victo.J.S; BONACELLI, Maria B.M.; PACHECO, Carlos A. Política de inovação na era do capitalismo de plataforma. In: IV ENEI Encontro Nacional de Economia e Inovação. Campinas – São Paulo, 10 – 12 Setembro, 2019.

NEVENS, T. Michael. “Innovation in Business Model”, in C. Lee et al. (org.), *The Silicon Valley edge: a habitat for innovation and entrepreneurship*, Stanford, Stanford University Press, 2000.

OLIVEIRA, C.G., BOCALETE, J.C., ARAÚJO, V.S., GREATTI, L. Capital Social gerando empreendedorismo. Caderno de Administração. v. 15, n.1, p. 51-60, jul/dez. 2007.

OLIVEIRA, Daniel, C.; MEIRA, Thiago A.V. A construção de um novo espírito do capitalismo em uma sociedade em rede. Caderno Eletrônico de Ciências Sociais: Cadecs, ISSN-e 2318-6933, Vol. 1, Nº. 1, 2013, págs. 140-154

PEREIRA, Helena C.B. O ecossistema empreendedor de Belo Horizonte: análise do caso San Pedro Valley. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração, 2017.

PINHEIRO, Armando Castelar; GIAMBIAGI, Fabio. Os antecedentes macroeconômicos e a estrutura institucional da privatização no Brasil . In: PINHEIRO, Armando Castelar; FUKASAKU, Kiichiro (Ed.). A privatização no Brasil: o caso dos serviços de utilidade pública. Rio de Janeiro : Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, 2000. p. [13]-43.

POWELL, W. The capitalist firm in the twenty-first century: emerging patterns in western enterprise. In: DIMAGGIO, P. (ed) *The Twenty-First-Century Firm: changing economic organization in international perspective*. Princeton University Press, 2001.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. 3. ed. Pesquisa social: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 2015.

RIES, Eric. A Startup Enxuta. 1 ed. Brasil: Leya Brasil, 2012.

RODRIGUES, Carlos H.L.; JURGENFELD, Vanessa F. Privatizações no Brasil: a desnacionalização e a financeirização (de Collor ao primeiro governo de FHC). In: XII Congresso Brasileiro de História Econômica & 13 Conferência Internacional de História de Empresas, Niterói, Agosto, 2017.

RODRIGUES, Helio C.L. Agroecologia no território norte do Espírito Santo: uma análise à luz do desenvolvimento territorial sustentável. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de

Santa Catarina, 2017.

SABOTTKA, Emil A.; SAAVEDRA, Giovani A. Justificação, reconhecimento e justiça: Tecendo pontes entre Boltanski, Honneth e Walzer. *Civitas*, Porto Alegre, v. 12, n. 1, jan.-abr. 2012, p. 126-144.

SANTANA, Mateus U. S. Mobilizando o conceito de financeirização para pensar as relações econômicas e socioespaciais no capitalismo neoliberal. *Geografia e Economia: relações e interface*. Editora UEMS, 2020.

SCHUMPETER, J. *The theory of economic development*. Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1934.

SENNETT, Richard. *A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo*. Rio de Janeiro: Record, 2005

SILVA, E.E.T. Pejotização programada: a naturalização da ideologia empreendedora entre trabalhadores de TI na cidade de São Paulo. *Trabalhos de conclusão de graduação na FESPSP: Biblioteconomia e Sociologia*, 2016.

SOARES, Odair S. Currículo e interdisciplinaridade profissional: base para uma nova gestão empreendedora. Tese de Doutorado em Educação, São Paulo: PUC/SP, 2016, 242f.

SOUZA, Sheila de; HOELTGEBAUM, Marianne; SILVEIRA, Amélia. O ensino do empreendedorismo nos cursos de graduação em administração do Paraná e do Rio Grande do Sul. *Dynamis revista tecno-científica*, jan-mar 2008, n. 14, v. 1, p. 12-22.

SRNICEK, N. *Platform capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2017.

TARGINO, Janine. Notas sobre a sociologia da ação e a ética protestante e o espírito do capitalismo. *Estud. Sociol. Araraquara*, v. 22, n. 42, jan.-jun. 2017, p. 111-124.

TESTAS, Carla P.; MOREIRA, Filipa R. O empreendedorismo no ensino superior. *Gestão e Desenvolvimento*, n. 22, p. 139-163, 2014.

TIMMERMANS, S.; TAVORY, I. Theory Construction in Qualitative Research: From Grounded Theory to Abductive Analysis. *Sociological Theory*, 30(3), 167-186, 2012. <https://doi.org/10.1177/0735275112457914>

TÓDERO, Samuel A. Capital social e o desenvolvimento das competências coletivas: um estudo de caso em duas empresas metalúrgicas. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2011.

VALE, Gláucia M.V. Empreendedor: Origens, Concepções Teóricas, Dispersão e Integração. *RAC*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 6, pp. 874-891, Nov/Dez. 2014

VAN DER ZWAN, N. Making sense of financialization. *Socio-Economic Review*, v. 12, n. 1, p. 99-129, 2014.

VAZ, Marcelle S. A dinâmica da ação política coletiva transacional: os casos da sociedade civil

organizada do Brasil e da Argentina. Tese (doutorado) – Universidade de Brasília, 2017.

WEBER, M. A ética protestante e o espírito do capitalismo. Tradução de José Marcos Mariani de Macedo. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

WOLFF, Simone. As *Startups* na perspectiva das cadeias globais de valor: financeirização dos trabalhos de inovação e reinvenção do salário por peça. POLÍTICA & TRABALHO. Revista de Ciências Sociais, nº 51, Julho/Dezembro de 2019, p. 90-107

YIN, R. K. Estudo de caso – Planejamento e Métodos. Porto Alegre, RS: Bookman, 2001

ZAMORA, M.A.M. O precariado na cidade por projetos: justificação e precarização do trabalho em projetos sociais. Dissertação Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Escola de Administração, Programa de Pós-Graduação em Administração, Porto Alegre, BR-RS, 2019.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO CAMPOS ESTATAIS

Nome da instituição: _____

Cargo que o entrevistado ocupa: _____

Data da entrevista: ____/____/____

A) Informações pessoais:

1. Sexo: ☐ masculino ☐ feminino

2. Cidade e estado onde nasceu:

3. Cidade e estado onde reside atualmente:

4. Há quantos anos você mora nesta cidade?

5. Qual é a sua escolaridade? Escola e cidade onde cursou?

☐ ensino médio _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ superior incompleto (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ superior completo (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ mestrado (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ doutorado (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

6. Profissão do pai

7. Profissão da mãe

B) Informações sobre a instituição

8. Quais são as secretarias que atuam diretamente no apoio e fomento as ações de

empreendedorismo? Qual a quantidade de funcionários alocados nestas secretarias?

9. Qual o número de empresas e/ou pessoas atendidas por mês em assuntos relacionados ao empreendedorismo?

10. Quantidade de funcionários instituição.

[] Microempresa (ME): Comércio/Serviços até 09 e Indústrias até 19

[] Empresa Pequeno Porte (EPP): Comércio/Serviços de 10 até 19 e Indústrias de 20 até 99

[] Empresa de Médio Porte: Comércio/Serviços de 50 até 99 e Indústrias de 100 até 499

[] Grandes Empresas: Comércio/Serviços 100 ou mais e Indústria 500 ou mais

C) Movimento local de empreendedorismo

ORIGENS DO MOVIMENTO

- Como você me relataria como chegamos ao movimento Voti Valley? Você consegue se lembrar desde quando ocorreu o processo de mobilização voltado ao empreendedorismo aqui na cidade e região?
- Quais as organizações foram mais primordiais e atuantes para o início do Voti Valley? Você consegue identificar quem fazia parte antes da denominação Voti Valley existir, quem estava engajado? Lembra de nomes?
- Este processo teve algum impeditivo/obstáculos? Quais foram? E quais foram os apoios obtidos? Dentre os apoios consegue me dizer 3 que você considera que tenham sido fundamentais?
- Poderia me relatar 3 contribuições do poder público nas origens deste movimento? De que maneira isso ocorreu? Poderia contar um pouco de como foi o envolvimento? Você acha que o papel exercido foi importante? Como você analisa os impactos das mudanças de governo durante este processo de surgimento do movimento?

AGENTES, SEUS INTERESSES E POSIÇÃO

- Por que esse movimento do Voti Valley é importante? Acha que de fato ele contribui? O que, para você ou para a instituição, ele contribui na prática? Falta muito a ser alcançado? Quais deveria ser as principais preocupações futuras?
- Sua empresa participou ativamente do movimento? De que maneira? Poderia contar um pouco de como foi o envolvimento? Você acha que o papel exercido foi importante? Você acha que sua empresa/associação é relevante dentro do movimento?
- Em relação aos outros participantes, você acha que eles visualizam o movimento da mesma forma que você? Existem divergências de posicionamentos? Há muito conflito?

Quais tipos de conflito? Consegue relatar alguma situação em que esse conflito ou divergência de posicionamento tenha ficado mais evidente? Quais são as principais questões que geram divergências?

CONCEPÇÕES DE CONTROLE E INTERAÇÕES DOS ATORES NO CAMPO

- Como ocorre a interação de sua instituição com outras instituições públicas do movimento? Existe algum tipo de colaboração ou restrição? Poderia contar um pouco de como essa colaboração ou restrição acontece?
- Com qual frequência a sua instituição participa das ações promovidas pelo movimento? Essa participação ocorre de que forma? Poderia me contar quais ações gostaria que existissem no movimento e que ainda não ocorrem?
- Em relação a outras instituições públicas, você acha que eles participam do movimento da mesma forma que você? Existem ações que você acredita que poderiam ser individualizadas para cada instituição e outras que poderiam ser colaborativas? Consegue me relatar algum exemplo destas ações?

INTERAÇÕES DOS ATORES ENTRE OS CAMPOS

- Poderia citar os 5 principais participantes nesse movimento? Por que você acha que eles são importantes? Quais os que estão no movimento, mas pouco ajudaram? Qual a principal barreira?
- Quais são os principais interesses desses participantes envolvidos no movimento? Você entende que estes interesses estão compartilhados com todos os participantes do movimento? Poderia me contar um pouco sobre como e em que momentos ocorre o compartilhamento destes interesses?
- Há grande aproximação dos envolvidos no movimento? De que maneira essa aproximação acontece? Como você identifica a aproximação da sua empresa com os demais envolvidos?

ATORES SOCIALMENTE HÁBEIS

- Que tipo de diferencial você acha que sua instituição traz para o movimento? Poderia me citar os 3 que mais considera importante?
- Poderia me citar os 3 atores que mais contribuem para o envolvimento de outros atores no movimento? De que forma são elaboradas as ações para que isso ocorra?
- Poderia me citar os 3 atores que deveriam ter um envolvimento mais participativo no movimento? Como analisa que esse envolvimento poderia ocorrer?

FRAMES

- Quais são os principais entraves que são identificados no movimento? Poderia me citar os 3 principais e o motivo deles ocorrerem?
- Existem ações que poderiam facilitar a mobilização dos atores no movimento? Poderia

me citar as 3 principais e como implementá-las? Quem seriam os responsáveis por estas ações?

- Qual a sua percepção sobre o processo de colaboração e envolvimento dos atores no movimento? Poderia me citar 3 características positivas e 3 características negativas?

UNIDADES DE GOVERNANÇA

- Como são tomadas as decisões que irão impactar no fortalecimento do movimento? Poderia me citar 3 decisões que acredita terem sido essenciais para o fortalecimento do movimento?
- Existe algum tipo de reunião envolvendo os atores do movimento? Com qual frequência ocorrem estas reuniões? Sua empresa participou das 3 últimas reuniões?
- Quais são as contribuições da sua empresa no fortalecimento e gestão do movimento? Poderia me citar 3 contribuições recentes? Desde quando estas contribuições vêm ocorrendo?
- Quais são os canais de comunicação existentes entre os atores do movimento? Você considera estes canais eficazes? Poderia me citar 3 sugestões de melhoria em relação a comunicação entre os atores envolvidos no movimento?

ANEXO B – QUESTIONÁRIO CAMPO CONSULTORIAS

Nome da organização: _____

Cargo que o entrevistado ocupa: _____

Data da entrevista: ____/____/____

A) Informações pessoais:

1. Nome do(a) entrevistado(a): _____

2. Sexo: ☐ masculino ☐ feminino

4. Cidade e estado onde nasceu: _____

6. Cidade e estado onde reside atualmente: _____

7. Há quantos anos você mora nesta cidade? _____

12. Qual é a sua escolaridade? Escola e cidade onde cursou?

☐ ensino médio _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ superior incompleto (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ superior completo (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ mestrado (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ doutorado (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

14. Profissão do pai _____

15. Profissão da mãe _____

B) Informações sobre a organização

29. Ano de Constituição da organização: _____

30. Qual o número de empresas atendidas por mês?

31. Quais são as principais cidades que as empresas atendidas se localizam?

32. Faturamento anual da organização.

☐ Até R\$ 180.000

☐ Entre R\$ 180.000 e R\$ 360.000

☐ Entre R\$ 360.000 e R\$ 720.000

☐ Entre R\$ 720.000 e R\$ 1.800.000

☐ Entre R\$ 1.800.000 e R\$ 3.600.000

☐ Entre R\$ 3.600.000 e R\$ 4.800.000

☐ Acima R\$ 4.800.000

C) Movimento local de empreendedorismo

ORIGENS DO MOVIMENTO

- Como as pessoas e organizações envolvidas com o empreendedorismo na cidade de Araçatuba começaram a se mobilizar?
- Quais as organizações foram mais primordiais e dominantes para o início do movimento de empreendedorismo em Araçatuba?
- Qual foi a participação da sua organização no começo desse processo de mobilização?

AGENTES, SEUS INTERESSES E POSIÇÃO

- Quais são os principais interesses da sua organização no movimento regional de empreendedorismo?
- Como você classificaria o posicionamento de sua organização no movimento regional de empreendedorismo: dominante ou desafiante? Justifique.

CONCEPÇÕES DE CONTROLE E INTERAÇÕES DOS ATORES NO CAMPO

- Como é a atuação estratégica da sua instituição de ensino no movimento regional de empreendedorismo?
- Quais as ações são desenvolvidas pela sua organização no movimento regional de empreendedorismo?
- Considera que sua organização seja um dos agentes responsáveis por impulsionar o movimento de empreendedorismo na cidade de Araçatuba?

INTERAÇÕES DOS ATORES ENTRE OS CAMPOS

- Quais são hoje os agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Quais são os interesses desses agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Como é a relação da sua organização com os demais agentes do movimento?

- Os demais agentes envolvidos no movimento regional de empreendedorismo compreendem a importância e contribuição realizadas por sua organização?
- Como você classificaria estes agentes entre “dominantes” e “desafiantes”?

ATORES SOCIALMENTE HÁBEIS

Que competências sociais* sua organização procura desenvolver nas empresas atendidas?

* Competência social: a capacidade dos atores de induzirem a cooperação baseada em diferentes concepções de interesse

FRAMES

- Quais são as principais demandas que a sua organização recebe das empresas que atende?
- Qual o nível de maturidade é percebido em cada um dos agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Qual é o nível de maturidade do movimento regional de empreendedorismo como um todo?

UNIDADES DE GOVERNANÇA

- Existem práticas de governança que auxiliam a manter a ordem e a tomada de decisões?
- Quais são as práticas de governança existentes e identificadas pelos agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Como sua organização auxilia no processo de governança?
- Quais são as fragilidades identificadas na governança do movimento de empreendedorismo?

ANEXO C – QUESTIONÁRIO CAMPO MERCADO

Nome da empresa/associação empresarial: _____

Cargo que o entrevistado ocupa: _____

Data da entrevista: ____/____/____

A) Informações pessoais:

1. Nome do(a) entrevistado(a): _____

2. Sexo: ☐ masculino ☐ feminino

4. Cidade e estado onde nasceu: _____

6. Cidade e estado onde reside atualmente: _____

7. Há quantos anos você mora nesta cidade? _____

12. Qual é a sua escolaridade? Escola e cidade onde cursou?

☐ ensino médio _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ superior incompleto (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ superior completo (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ mestrado (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ doutorado (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

14. Profissão do pai _____

15. Profissão da mãe _____

B) Informações sobre a instituição de fomento

29. Ano de Constituição da instituição: _____

30. Desde a criação da instituição houve mudanças nas atividades realizadas por ela? Quais mudanças?

31. Quais são os principais clientes e em que cidade se localizam?

32. Orçamento anual da instituição.

- ☐ Até R\$ 180.000
- ☐ Entre R\$ 180.000 e R\$ 360.000
- ☐ Entre R\$ 360.000 e R\$ 720.000
- ☐ Entre R\$ 720.000 e R\$ 1.800.000
- ☐ Entre R\$ 1.800.000 e R\$ 3.600.000
- ☐ Entre R\$ 3.600.000 e R\$ 4.800.000
- ☐ Acima R\$ 4.800.000

C) Movimento regional de empreendedorismo

ORIGENS DO MOVIMENTO

- Como as pessoas e organizações envolvidas com o empreendedorismo na cidade de Araçatuba começaram a se mobilizar?
- Quais as organizações foram mais primordiais e dominantes para o início do movimento de empreendedorismo?
- As empresas tiveram o apoio necessário ao ingressarem neste movimento de empreendedorismo? Justifique.

AGENTES, SEUS INTERESSES E POSIÇÃO

- Quais são os principais interesses da sua instituição no movimento regional de empreendedorismo?
- Como você classificaria o posicionamento de sua instituição no movimento regional de empreendedorismo: dominante* ou desafiante**? Justifique.
- Quais são os principais objetivos que estão em jogo nesse processo de mobilização emergente que vem ocorrendo?

* Dominante: tipo de agente cujo papel é definido de forma consensual por outros agentes e que relativamente possui uma conduta de liderança entre os agentes.

** Desafiante: tipo de agente cujo papel é direcionado ou influenciado por ações de agentes dominantes.

CONCEPÇÕES DE CONTROLE E INTERAÇÕES DOS ATORES NO CAMPO

- Como é a atuação estratégica da sua instituição no movimento regional de empreendedorismo?
- Quais as ações são desenvolvidas pela sua instituição no movimento regional de

- empreendedorismo?
- Quais são e como ocorrem as principais interações entre os diversos agentes envolvidos nesse processo de mobilização emergente que vem ocorrendo?

INTERAÇÕES DOS ATORES ENTRE OS CAMPOS

- Quais são os principais agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Quais são os principais interesses desses agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Como é a relação da sua organização ou associação empresarial com os demais agentes do movimento?

ATORES SOCIALMENTE HÁBEIS

- Que competências sociais* sua instituição utiliza na mobilização dos demais atores?
- Quais são os agentes que mais contribuem para o envolvimento de outros agentes no processo de mobilização emergente que vem ocorrendo?
- Quais os agentes que deveriam ter um envolvimento mais participativo no movimento de empreendedorismo?

* Competência social: a capacidade dos agentes de induzirem a cooperação baseada em diferentes concepções de interesse.

FRAMES

- Quais são os principais entraves que são identificados no movimento de empreendedorismo?
- Quais são as principais ações que facilitam a mobilização no movimento de empreendedorismo?
- Qual a sua percepção sobre o processo de colaboração e envolvimento dos agentes no movimento de empreendedorismo?

UNIDADES DE GOVERNANÇA

- Existem práticas de governança que auxiliam a manter a ordem e a tomada de decisões no movimento de empreendedorismo?
- Quais são as práticas de governança existentes e identificadas pelos agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Como sua instituição auxilia no processo de governança desse movimento de empreendedorismo?

ANEXO D- QUESTIONÁRIO CAMPO ACADÊMICO

Nome da organização: _____

Cargo que o entrevistado ocupa: _____

Data da entrevista: ____/____/____

A) Informações pessoais:

1. Nome do(a) entrevistado(a):

2. Sexo: ☐ masculino ☐ feminino

4. Cidade e estado onde nasceu:

6. Cidade e estado onde reside atualmente:

7. Há quantos anos você mora nesta cidade?

12. Qual é a sua escolaridade? Escola e cidade onde cursou?

☐ ensino médio _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ superior incompleto (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ superior completo (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ mestrado (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

☐ doutorado (especificar curso) _____ ☐ ano conclusão _____

Instituição _____ Cidade: _____ UF: _____

☐ pública ☐ privada

14. Profissão do pai

15. Profissão da mãe

B) Informações sobre a organização

29. Ano de Constituição da organização: _____

30. Qual o número de alunos atendidos por mês?

31. Quais são as principais cidades que os alunos atendidos se localizam?

32. Faturamento anual da organização.

☐ Até R\$ 180.000

☐ Entre R\$ 180.000 e R\$ 360.000

☐ Entre R\$ 360.000 e R\$ 720.000

☐ Entre R\$ 720.000 e R\$ 1.800.000

☐ Entre R\$ 1.800.000 e R\$ 3.600.000

☐ Entre R\$ 3.600.000 e R\$ 4.800.000

☐ Acima R\$ 4.800.000

C) Movimento regional de empreendedorismo

ORIGENS DO MOVIMENTO

- Como as pessoas e organizações envolvidas com o empreendedorismo na cidade de Araçatuba começaram a se mobilizar?
- Quais as organizações foram mais primordiais e dominantes para o início do movimento de empreendedorismo em Araçatuba?
- Qual foi a participação da sua organização no começo desse processo de mobilização?

AGENTES, SEUS INTERESSES E POSIÇÃO

- Quais são os principais interesses da sua organização no movimento regional de empreendedorismo?
- Como você classificaria o posicionamento de sua organização no movimento regional de empreendedorismo: dominante ou desafiante? Justifique.

CONCEPÇÕES DE CONTROLE E INTERAÇÕES DOS ATORES NO CAMPO

- Como é a atuação estratégica da sua instituição de ensino no movimento regional de empreendedorismo?
- Quais as ações são desenvolvidas pela sua organização no movimento regional de empreendedorismo?
- Considera que sua organização seja um dos agentes responsáveis por impulsionar o movimento de empreendedorismo na cidade de Araçatuba?

INTERAÇÕES DOS ATORES ENTRE OS CAMPOS

- Quais são hoje os agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Quais são os interesses desses agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Como é a relação da sua organização com os demais agentes do movimento?

- Os demais agentes envolvidos no movimento regional de empreendedorismo compreendem a importância e contribuição realizadas por sua organização?
- Como você classificaria estes agentes entre “dominantes” e “desafiantes”?

ATORES SOCIALMENTE HÁBEIS

Que competências sociais* sua organização procura desenvolver nas empresas atendidas?

* Competência social: a capacidade dos atores de induzirem a cooperação baseada em diferentes concepções de interesse

FRAMES

- Quais são as principais demandas que a sua organização recebe das empresas que atende?
- Qual o nível de maturidade é percebido em cada um dos agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Qual é o nível de maturidade do movimento regional de empreendedorismo como um todo?

UNIDADES DE GOVERNANÇA

- Existem práticas de governança que auxiliam a manter a ordem e a tomada de decisões?
- Quais são as práticas de governança existentes e identificadas pelos agentes envolvidos no movimento de empreendedorismo?
- Como sua organização auxilia no processo de governança?
- Quais são as fragilidades identificadas na governança do movimento de empreendedorismo?