

Educação Empreendedora e o Institucionalismo Organizacional. Uma fundamentação para disseminar a cultura empreendedora em IES

Cristina Lúcia Janini Lopes (IFSULDEMINAS e UFSCAR) cljanini@gmail.com
Ana Lúcia Vitale Torkomian (UFSCAR) torkomia@ufscar.br
Ana Beatriz Lopes Francoso (UFSCAR) beatriz.francoso@gmail.com

Resumo:

O presente artigo tem como propósito discutir os aspectos sociológicos do institucionalismo organizacional com vistas a propor estudos para disseminar a cultura empreendedora em IES (Instituições de Ensino Superior). O institucionalismo organizacional parte da ideia de crenças e conhecimento e no modo como valores institucionalizados na sociedade permeiam estruturas e práticas organizacionais. Assim, possibilita a análise no campo da educação empreendedora que agrega aos aspectos instrumentais, culturais e simbólicos. Contudo uma revisão crítica dos estudos institucionalista em educação empreendedora é realizada a fim de provocar reflexões acerca de limitações e possibilidades decorrentes das escolhas teóricas adotadas. Diante disso, três implicações analíticas do institucionalismo sociológico são discutidas: a natureza social das práticas de educação empreendedora; a dimensão sociocultural do ambiente educacional para promover o empreendedorismo institucional; o entendimento do ator social relevante na construção da cultura empreendedora em IES.

Palavras chave: empreendedorismo – educação – institucionalismo - inovação

Entrepreneurial Education and Organizational Institutionalism. A foundation to spread the entrepreneurial culture in IES

Abstract

This article aims to discuss the sociological aspects of organizational institutionalism with a view to proposing studies to disseminate entrepreneurial culture in IES (Higher education institutions). The organizational institutionalism of the idea of beliefs and knowledge and how institutionalized values in society permeate organizational structures and practices. Thus, it enables the analysis in the field of entrepreneurial education that adds to the instrumental, cultural and symbolic aspects. However a critical review of institutionalist studies in entrepreneurship education is carried out in order to provoke reflection about limitations and possibilities arising from the theoretical choices adopted. Thus, three analytical implications of sociological institutionalism are discussed: the social nature of entrepreneurship education practices; the socio-cultural dimension of the educational environment to promote institutional entrepreneurship; understanding of the relevant social actors in building the entrepreneurial culture in IES.

Keywords: entrepreneurship - education - institutionalism - innovation

1. Introdução

De acordo com Meyer; Rowan (1977); Zucker (1977); Dimaggio; Powell (1983) o institucionalismo organizacional chama a atenção para processos pelos quais estruturas,

incluindo esquemas, regras, normas e rotinas tornam-se estabelecidas como diretrizes legítimas para o comportamento social, a partir de elementos regulativos, normativos e cognitivo-culturais (SCOTT, 2001). A Institucionalização é considerada um processo restrito aos modos como se dá a conformidade organizacional às normas socialmente aceitas, num sentido unilateral de obediência organizacional às pressões institucionais. Holm (1995), por exemplo, sugere que as instituições sejam tratadas observando-se, conjuntamente, as ações guiadas por uma ordem institucional estabelecida, por um lado, e as ações direcionadas para a criação ou mudança de antigas instituições, por outro. Desta maneira, seria possível considerar a dupla natureza das instituições, como referência e produtos da ação, e, portanto, tratar de propósitos na mudança ou manutenção de instituições – abordagem política, para o autor – sem excluir sua concepção como estruturas para ação e, assim sendo, caracterizadas como objetivadas (taken for granted) – abordagem prática.

Este artigo pretende discutir com base no Institucionalismo Organizacional apontamentos para disseminar a cultura empreendedora nas Instituições de Ensino Superior. Engloba conceitos que possam transformar e ou criar uma instituição imersa em contextos que condicionam o surgimento de atores que provoquem mudanças na cultura empreendedora.

O trabalho se encontra subdividido em sessões. Na primeira sessão, o objetivo é apresentar um breve referencial acerca do Institucionalismo Organizacional e suas principais vertentes. Posteriormente, na subseção, uma breve discussão sobre Empreendedorismo Institucional, e os atores que aparecem. Por fim, a Educação Empreendedora e a Universidade Empreendedora, que é ponto central desta fundamentação. Logo após, serão apresentadas as discussões, e por fim, as considerações, quando se apresenta as contribuições conceituais sistematizadas e embasadas teoricamente no institucionalismo como mais uma possibilidade de análise da disseminação da cultura empreendedora nas IES brasileiras.

2. Institucionalismo Organizacional

De acordo com Greenwood et al. (2008), a teoria institucional é provavelmente a abordagem dominante nos estudos organizacionais, pois nota-se que reflete as transformações ocorridas na área, especialmente a partir de meados dos anos 60, período marcado por trabalhos orientados em favor da perspectiva de sistemas abertos (SCOTT, 1995).

Segundo o trabalho de SCOTT (1995) nota-se a existência de três níveis distintos de análise do novo institucionalismo: o regulativo, o normativo e o cognitivo. Os níveis são entendidos por meio dos mecanismos coercitivo (regras, leis e sanções), normativo (certificação e aceitação) e mimético (predomínio e isomorfismo) respectivamente (SCOTT, 1995). A teoria institucional tem investigado uma gama de fenômenos pela sua grande interdisciplinaridade e assim percebe-se que torna importante o uso para discorrer sobre a cultura empreendedora em IES. TOLBERT & ZUCKER (1998) destacam trabalhos que abrangem desde a expansão de políticas de pessoal à redefinição fundamental da missão organizacional ou a formulação de políticas nacionais e internacionais por organizações governamentais. Grande parte da investigação originada deste modelo tem sido desenvolvida a partir de organizações não lucrativas, cujas tecnologias são indeterminadas (HALL, 1990). A multiplicidade de trabalhos desta perspectiva confere ao novo institucionalismo uma dificuldade inerente ao seu entendimento e sistematização.

Uma das grandes contribuições do novo institucionalismo sociológico está no entendimento de como se configura o isomorfismo entre as organizações. As análises do novo institucionalismo consideram que as organizações estão inseridas em campos formados por outras organizações similares, que vão se tornando cada vez mais similares – isomórficas – dentro de seus campos organizacionais (DIMAGGIO & POWELL, 1991). Os autores destacam que as organizações se imitam e se modelam umas nas outras, em função das incertezas. de MEYER, SCOTT & ZUCKER apud HALL (1990) enfocam o modo como as práticas e os padrões adquirem condições de valores e são legitimados nas estruturas organizacionais.

A institucionalização representa um processo condicionado pela lógica da conformidade às normas socialmente aceitas, bem como pela incorporação de um sistema de conhecimento construído ao longo da interação social, os quais constituem parâmetros para a concepção de realidade dos atores sociais e para a ação. Organizações, nesse sentido, articulam suas ações e estruturas com relação às características do contexto institucional em busca de legitimação e aceitação social (DIMAGGIO; POWELL, 1983; MEYER; ROWAN, 1977; SCOTT; MEYER; 1991).

Pode-se afirmar que, nos estudos organizacionais, essa abordagem traz uma atenção aos aspectos institucionais do ambiente, conjugado com sua dimensão técnica, valorizando as implicações sobre a ação e o comportamento organizacional, além de investigar temas ligados à compreensão de processos de produção, manutenção e transformação de normas sociais. Também observa o relacionamento entre normas formais e informais a influência de crenças culturais na ascensão de estruturas institucionais e formas organizacionais, entre outras questões (POWELL, 1991; SCOTT; MEYER, 1991).

3. Empreendedorismo Institucional

Max Weber (apud Fillion, 1991), identificou o sistema de valores como um elemento fundamental para a explicação do comportamento do empreendedor, visto como inovador e também com capacidade de exercer a autoridade formal. Os indivíduos empreendedores, além de inovadores, são pessoas criativas, que imaginam a situação e o cenário no qual trabalharão e um número significativo de alternativas para a forma como irão organizar e fazer as coisas para transformar suas visões em realidade (Lynn, 1969). Segundo Fillion (1991) o empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e que mantém um alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-o para detectar oportunidades de negócio. Um indivíduo que continua a apreender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e a tomar decisões que objetivam a inovação.

O conceito de empreendedorismo institucional surge para auxiliar a responder às questões ligadas ao surgimento de instituições em um campo organizacional; à mudança da lógica institucional vigente e ao surgimento de novas práticas e novos arranjos institucionais. Pode-se identificar, portanto, que os empreendedores institucionais são tidos como atores que criam, difundem e consolidam as regras e práticas que os tornam legítimos e reconhecidos no campo. Para Fligstein (2007), o conceito está alinhado com a definição do papel independente e proativo dos atores nos processos de mudanças sociais, visto que empreendedores institucionais são capazes de envolver diversos grupos na (trans)formação de um campo e na determinação de sua estabilidade. Ainda para Fligstein (2009), os empreendedores institucionais são os atores socialmente hábeis que buscam maneiras de convencer atores ou grupos sociais muito distintos a cooperarem na construção de significados coletivos.

Atores não são apenas vistos como condutores dos significados institucionais associados às práticas, mas todos os atores do campo são vistos como ativos intérpretes das práticas onde o significado é visto como um resultado negociado na existência do processo complexo. O empreendedorismo institucional requer atores que desalojem práticas existentes (campos maduros) ou introduzam novas (campos emergentes ou em crise) e ainda que tais práticas sejam amplamente adotadas e dadas como certos pelos demais atores do campo (HARDY; MAGUIRE, 2008). Assim, o empreendedorismo institucional é aquele representado pelas atividades de atores intencionais e que são responsáveis por alavancar recursos para criar novas instituições ou transformar aquelas existentes. Assim, a responsabilidade pela inovação no campo é atribuída aos empreendedores institucionais (DiMAGGIO, 1988; HARDY; et al, 2008). Portanto, novas instituições surgem a partir da utilização de recursos por atores organizados (empreendedores institucionais) vêm nisto uma oportunidade para realizar interesses que, para eles, tem muito valor Hardy e Maguire (2008) afirmam que empreendedores institucionais são atores e como tal incluem: (i) indivíduos; (ii) organizações; (iii) redes e (iv) movimentos sociais. O conceito de empreendedorismo institucional reforça o conceito da ação coletiva, notando que um dos papéis do empreendedor institucional é fazer parte de ações juntamente com outros atores, desenvolvendo assim, habilidades que envolvem persuasão e o alinhamento, tradução e agregação de interesses, por conseguinte enfoca a cultura empreendedora.

4. Educação Empreendedora

A educação empreendedora é a mais recente conquista da área de empreendedorismo, e pode-se afirmar que seja uma alternativa para o desenvolvimento social e econômico. O conceito de educação empreendedora (Lopes, R.M.A, 2005) abrange todos os níveis educacionais, incluindo tanto a concepção mais ampla segundo a qual o ensino promove o desenvolvimento de atitudes e de habilidades que não são diretamente relacionadas à criação de novos negócios, quanto uma concepção mais restrita e que focaliza a criação de um negócio.

Conforme Fillion (1999), o campo de empreendedorismo tem atraído muitos especialistas de diversas áreas e se encontra um ponto de aglutinação das ciências humanas. O autor também destaca que a Educação Empreendedora é diferente do ensino tradicional por ser mais ligada a experiência, a prática e a contextualização do mundo real, além de preparar o indivíduo para lidar com riscos, incertezas, falta de recursos e incentivar a análise e a criatividade.

De acordo com Fillion (1999, p.19), o empreendedor é uma pessoa muito criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos e metas. Ele que mantém um alto grau de consciência do ambiente em que vive usando-a para capturar oportunidades de negócios. Observa-se que o empreendedor que continua a aprender a respeito de oportunidades e a tomar decisões continuará a desempenhar um papel empreendedor.

A ação é fundamental no processo de educação empreendedora, de acordo com Heidi Neck (2013) professora do Babson College, em Wellenley, EUA, tem como primeiro passo permitir que os alunos experimentem a realidade, para depois aprenderem conceitos e, por fim, construir novas empresas ou produtos. Para Heidi, o processo de educação empreendedor segue a ordem de agir, aprender e construir, baseando na ação, prática e na reflexão.

A Educação Empreendedora vem ganhando espaço dentro dos diversos cursos e a escola representa uma entidade fundamental para a promoção de um ambiente empreendedor. Existe, porém, o desafio de educar para o empreendedorismo, pois não apenas se formam

empreendedores de negócios, mas também empreendedores da própria vida pessoal e profissional. O uso das Novas Tecnologias da Informação, Comunicação em sala de aula podem permitir maior interatividade na relação ensino-aprendizagem que permitam aos estudantes e ao professor, o desenvolvimento das competências empreendedoras também conhecidas como conhecimento, habilidades e atitudes empreendedoras (CHA), capazes de prepará-los para sua vida individual, profissional e comunitária.

5. Universidade Empreendedora

A Universidade Empreendedora caracteriza-se por possuir capacidade de gerar uma direção estratégica a seguir, formulando objetivos acadêmicos claros e transformando o conhecimento gerado na Universidade em um valor econômico e social (Etzkowitz, 2003, apud Audy In Audy e Morosini, 2009, p. 151). Para Etzkowitz, a universidade é um ambiente favorável e propício para inovação, onde há concentração de conhecimento e de capital intelectual, sendo os estudantes uma fonte potencial de empreendedores.

O conceito de Universidade Empreendedora desenvolvido por Etzkowitz (2001;2004) repousa no conceito da tríplice hélice, que enfatiza que a inovação impulsiona as relações entre governo-universidade-indústria. Segundo, Etzkowitz (2001; 2004), a universidade pós-moderna está envolta na segunda revolução acadêmica, ancorada no campo do empreendedorismo. Já a primeira revolução acadêmica tem início por volta de 1950, incorpora a pesquisa, à missão da universidade. As duas missões, ensino e pesquisa, passaram a delinear a universidade da primeira revolução, enquanto, a combinação de desenvolvimento econômico e social foi incorporado à nova missão da universidade empreendedora e marca o surgimento da segunda revolução.

Para caracterizar o modelo de Universidade Empreendedora como ideal de interação entre universidade, empresa e sociedade, a Universidade passa a ser vista como um centro de incentivo ao empreendedorismo através de iniciativas estimulantes ao exercício de empreender como forma de promover a capacitação profissional dos acadêmicos, melhorar o desempenho institucional e ainda garantir o desenvolvimento local e regional empresarial gerando benefícios a toda a comunidade. Nesse contexto, Clark (2003) concebe o conceito de Universidade Empreendedora, como uma instituição ativa que faz mudanças na sua estrutura e no modo de reagir às demandas internas e externas. O mesmo autor identificou um conjunto de elementos, denominados passos empreendedores das transformações da universidade. Os passos empreendedores são fundamentais para a distinção entre universidades que são empreendedoras e são elementos constituintes de um modelo de análise, a saber: núcleo central compromissado, forte inserção no entorno, diversificação das fontes de receita, coração acadêmico estimulado e cultura empreendedora integrada.

A criação da Universidade Empreendedora proposta por Kirby(2006) é pautada pelas ações estratégicas que visam estimular o empreendedorismo. Cada uma das oito ações estratégicas constituídas pelo comprometimento, incorporação, implementação, comunicação, encorajamento e suporte, reconhecimento e premiação, organização e promoção são atividades que o autor estabelece para promover o empreendedorismo na universidade e, assim criar a universidade Empreendedora.

6. Apontamentos para disseminar a cultura empreendedora

6.1 A natureza social das práticas de educação empreendedora

A tarefa da educação empreendedora é principalmente fortalecer os valores empreendedores na sociedade. É dar sinalização positiva para a capacidade individual e coletiva de gerar valores para toda a comunidade, a capacidade de inovar, de ser autônomo, de buscar a sustentabilidade, de ser protagonista. Ela deve dar novos conteúdos aos antigos conceitos de estabilidade e segurança – impregnados na nossa cultura, mas referentes a contextos hoje inexistentes. Atualmente, estabilidade e segurança envolvem a capacidade da pessoa de correr riscos limitados e de se adaptar e anteciper às mudanças, mudando a si mesma permanentemente (DOLABELA, 2003, p.130-131).

A ação empreendedora aqui é tratada enquanto um fenômeno social que tem natureza coletiva (Amâncio, Valle, Wilkinson, 2007; Lundvall, 1997; Stoper, 1997; Wilkinson, 1997). Dentro da lógica relacional, a noção de coletividade está atrelada a colaboração que expande os limites funcionalistas tradicionais que é “ter parte” para englobar a ação concreta, “fazer parte” e, sobretudo, a dimensão existencial do sujeito individual ou coletivo que é “ser parte” (Cordeiro, 2006). Você só é parte de algo se de fato se sentir parte. Os laços sociais tal como discorre Granovetter (1985) podem ser usados para desenvolver projetos coletivos, por meio das informações geradas e compartilhadas, conhecimentos criados e compartilhados, inovações promovidas e ações concretas realizadas.

Sob a ótica do empreendedorismo, as universidades contribuem para o desenvolvimento de uma cultura empreendedora por meio de uma educação empreendedora, que incentive os alunos a despertarem dentro de si o espírito empreendedor e a explorarem o espaço potencial para o empreendedorismo (Tscha e Neto, 2014).

Etzkowitz (2003) define a Universidade Empreendedora como aquela que transforma o conhecimento gerado na Universidade em um valor econômico e social. Este tem que ser configurado como um conhecimento contextual na medida em que o princípio organizador da sua produção é a aplicação que lhe pode ser dada. A Universidade possui um ambiente propício à inovação, pela concentração de conhecimento e de capital intelectual, onde os estudantes podem ser potenciais empreendedores. Está se caracteriza por canalizar os fluxos de conhecimento para novas fontes de inovação (Etzkowitz e Leydesdorff, 1997). Se universidade quiser cumprir sua terceira missão é preciso que desenvolva empreendedores, mas a acima de tudo que ela se assuma como empreendedora. Tal como salienta Clark (2003) que o termo Universidade Empreendedora destaca com mais ênfase e clareza a necessidade de ações e de uma visão que leve às mudanças na postura das instituições. Sobretudo em relação tal como expôs Paulo Freire, sobre o que se entende como educação.

6.2 O reconhecimento da dimensão sociocultural do ambiente educacional para promover o empreendedorismo institucional.

Como explicam DiMaggio e Powell (1991), ambiente na abordagem institucional penetram as organizações, criando lentes pelas quais os atores sociais interpretam o mundo e, por essa razão, deixam de ser considerados apenas tecnicamente, mas também como provedores de legitimidade, nos quais regras, modos de compreensão e significados intersubjetivos estão presentes, exercendo influência sobre as ações e estrutura organizacional (MEYER E ROWAN, 1977). A noção de ambiente não mais não mais é concebida como entidade externa à organização. Isso se deve às características dessa

abordagem que passou a privilegiar (i) o enfoque mais acentuado em atributos ambientais mais específicos ao relacionamento interorganizacional, ao invés de aspectos que influenciassem estruturas ou comportamentos das organizações individuais, tais como escassez e complexidade; (ii) a expansão do nível de análise de uma única organização e seus parceiros mais próximos para estudos que envolvam populações, comunidades e campos organizacionais; e principalmente, (iii) a consideração de outras facetas ambientais, que envolvem aspectos simbólicos, sob a forma de elementos sociais e culturais, que atuam em conjunto com a dimensão econômica e material (SCOTT, 1995b). Nesse sentido, amplia-se o conceito de ambiente que, além de envolver aspectos técnicos e institucionais, substitui a ótica funcional e instrumental associada à racionalidade de abordagens tradicionais, por uma concepção relacional entre os atores sociais, que compartilham estruturas institucionais comuns, sob as quais se orientam as ações organizacionais (FONSECA E MACHADO-DASILVA, 2002).

Segundo Delors (1998, p.90) uma nova proposta educacional é imperativa em deixar de considerar apenas habilidades para o mercado para desenvolver e realizar o ser humano em sua totalidade. Há então de considerar imperativo o incentivo das potencialidades do ser humano e atuação responsável em seu desenvolvimento psicológico e educacional.

Delors (1998, p.89) coloca como deveres educacionais não só acender saberes e fazeres que sejam bases diferenciais para se destacar no futuro, em projetos individuais e coletivos, mas também saber usar de seu conhecimento e talentos para se orientar e bem utilizar do mar de informações para compreender, reaprender, adaptar-se e estar inserido em um universo cada vez mais complexo e mutável.

Para desenvolver e ampliar as competências empreendedoras dos indivíduos, Bitencourt (2005) e Freitas e Brandão (2006) salienta a relevância do processo de aprendizagem, afinal, não há desenvolvimento sem aprendizagem, e esta se constitui uma evolução necessária da aquisição de competências. Assim, a aprendizagem é vista como competência e o conhecimento como um recurso, e ambos são fatores-chave para a competitividade econômica e para a participação em várias dimensões da vida social, cultural e política (ANTAL, A. B.; DIERKES, M.; CHILD, J. et al., 2001).

6.3 O entendimento do ator social relevante na construção da cultura empreendedora em IES.

O fenômeno do empreendedorismo institucional não pode ficar restrito à intencionalidade da ação do empreendedor e sim evidenciar o papel do empreendedor no processo de mudança.

Segundo Hardy e Maguire (2008 p. 198), empreendedores institucionais são atores “que possuem interesse em dado arranjo institucional ou na sua transformação”. O conceito foi inspirado na argumentação de DiMaggio (1988) quando afirma que novas instituições são criadas quando atores que possuem recursos enxergam nas novas instituições oportunidades para realizar interesses que eles valorizam muito. Pode-se argumentar que uma vez que o ator social toma parte em uma ação qualquer, ele não possui controle sobre os resultados da ação.

7. Considerações Finais

O empreendedorismo é um tema relevante no campo acadêmico no sentido de proporcionar aos estudantes competências que possibilitem, não só a sua inserção no mundo do trabalho, como, também, a sua sobrevivência em uma sociedade altamente competitiva. Desenvolver o perfil empreendedor é capacitar o aluno para que tenha oportunidades de criar e implementar novos planos para sua vida pessoal e profissional. O institucionalismo

organizacional, por sua base sociológica é, conforme já mencionado, abordagem interessante especialmente para responder questões de pesquisa relacionadas à sua relação com mecanismos sociais e de mudança no nível macro, considerando como pressuposto fundamental a ideia de que a organização e o ambiente compõem um processo de mútua constituição (DIMAGGIO E POWELL, 1983; DAVIS E MARQUIS, 2005).

Assim, as universidades facilitam o crescimento econômico impulsionado através de um contexto institucional, que é condutor da atividade empresarial. Audretsch (2012) argumenta ainda que o papel das universidades é mais do que gerar transferência de tecnologia (patentes, spin-offs e start-ups), e sim, contribuir e oferecer liderança para a criação de pensamento empresarial, ações, instituições e de capital empreendedor. Neste sentido, uma dicotomia emerge pela universidade empreendedora com certas partes do contribuindo para o motor de inovação, enquanto outras partes contribuindo como agente de empreendedorismo.

Cabe destacar que o institucionalismo organizacional traz algumas proposições que merecem ser consideradas na formulação de um quadro mais abrangente para os estudos em Educação Empreendedora. Assim, institucionalização representa um processo em conformidade às normas socialmente aceitas, bem como pela incorporação de um sistema de conhecimento construído ao longo da interação social, os quais constituem parâmetros para a concepção de realidade dos atores sociais e para a ação. Tratar de processos de institucionalização implica considerar os mecanismos pelos quais instituições são criadas, mantidas ou transformadas a partir da produção e reprodução de práticas rotineiras dos agentes ao longo de um estado de permanente construção da realidade social.

Este artigo busca entender como a Teoria Institucional serve de apoio para identificar as limitações e as fronteiras da educação Empreendedora, e assim partir para novos estudos que possam contribuir ainda mais instigar a disseminação da cultura empreendedora em IES e promover a inovação.

8. Referencial Bibliográfico

BITENCOURT, C. C. *Gestão de competências e aprendizagem nas organizações*. São Leopoldo/RS: Unisinos, 2005.

DOLABELA, Fernando Celso. *Pedagogia Empreendedora*. São Paulo: Cultura, 2003b

ETZKOWITZ, H. "The evolution of the entrepreneurial university". *International Journal Technology and Globalization*, v. 1, p. 64-77, 2004

ETZKOWITZ, H.; LEYDESDORFF, L. "The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university – industry – government relations". *Research Policy*, n. 29, p. 109-123, 2000

DELORS, Jacques (Coord.). *Os quatro pilares da educação*. In: *Educação: um tesouro a descobrir*. São Paulo: Cortez, p. 89-102

DIAS, T. R. F. V.; NARDELLI, P. M.; VILAS BOAS, A. A. *Competências empreendedoras: Um estudo sobre os empreendedores ganhadores do prêmio TOP Empresarial*. In: *Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas*, 5, 2008. São Paulo. São Paulo/SP: EGEPE, 2008.

DIMAGGIO, P. *Comments on "What theory is not"*. *Administrative Science Quarterly*, v. 40, n. 3, p. 391-397,

1995. DIMAGGIO, P.; POWELL, W. W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, v. 48, n. 2, p. 147-160, 1983.

DIMAGGIO, P. (Org.). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press. p. 108-140, 1991

DIMAGGIO, P. J. *Interest and Agency in Institutional Theory*. In: ZUCKER, L. G. (Ed.). *Institutional patterns and organizations: culture and environment*. Cambridge, MA: Ballinger, p. 03-21, 1988.

FILION, L. J. *Visão e relações: elementos para um metamodelo da atividade Empreendedora*. *International Small Business Journal*, 1991.

MEYER, J.W and Rowan, B. *Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony*". *American Journal of Sociology*, 83: 340-363, 1977

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. *Social skills and the theory of fields*. *Sociological Theory*, v. 19, n. 2, p. 105-125, 2001.
_____. *Habilidade social e a teoria dos campos*. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 2, n. 47, p. 61-80, 2007

GRANOVETTER, M. *The strength of weak ties*. *The American Journal of Sociology*, v. 78, n. 6, p. 1360-1380, Maio/1973

GREENWOOD, R.; OLIVER, C.; SAHLIN, K.; SUDDABY, R. *The Sage handbook of organizational institutionalism*. London: Sage Publications, 2008

HOLM, P. *The dynamics of Institutionalization: Transformation process in Norwegian fisheries*. *Administrative Science Quarterly*, v. 40, p. 298-422, 1995

MAGUIRE, S.; HARDY, C. *The Emergence of New Global Institutions: A Discursive Perspective*. *Organization Studies*. v. 27, n.1, p. 7-29, 2006

POWELL, W. W. *Expanding the scope of institutional analysis*. In: POWELL, W.W.; DIMAGGIO, P. (Org.). *The new institutionalism in organizational analysis*. Chicago: University of Chicago Press. p. 183-203, 1991.

SCOTT, W. R. *Institutions and organizations*. 2. ed. Thousand Oaks: Sage, 2001.

SCOTT, W. R. *Institutional carriers: reviewing modes of transporting ideas over time and space and considering their consequences*. *Industrial and Corporate Change*, v. 12, n. 4, p. 879-894, 2003.

SCOTT, W. R. *Symbols and organizations: from Barnard to the institutionalists*. In: WILLIAMSON, O. (Org.). *Organization theory: from Chester Barnard to the present and beyond*. New York: Oxford University Press. p. 38-55, 1995.

WILLIAMSON, O. *The Economic Institutions of Capitalism*. New York: Free Press, 1985.