



Pfeilstetter, Richard. 2021. The Anthropology of Entrepreneurship: Cultural History, Global Ethnographies, Theorizing Agency. London: Routledge.

Raoni Machado Giralдин



Edição electrónica

URL: <https://journals.openedition.org/aa/11924>

DOI: 10.4000/aa.11924

ISSN: 2357-738X

Editora

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (UnB)

Edição impressa

Paginação: 394 - 397

ISSN: 0102-4302

Referência eletrónica

Raoni Machado Giralдин, «Pfeilstetter, Richard. 2021. The Anthropology of Entrepreneurship: Cultural History, Global Ethnographies, Theorizing Agency. London: Routledge.», *Anuário Antropológico* [Online], v.49 n.1 | 2024, posto online no dia 15 abril 2024, consultado o 25 junho 2024. URL: <http://journals.openedition.org/aa/11924> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/aa.11924>



Apenas o texto pode ser utilizado sob licença CC BY 4.0. Outros elementos (ilustrações, anexos importados) são "Todos os direitos reservados", à exceção de indicação em contrário.



Anuário Antropológico

v.49 n.1 | 2024
2024/v.49 n.1

Pfeilstetter, Richard. The Anthropology of Entrepreneurship: Cultural History, Global Ethnographies, Theorizing Agency. 1.ed. London: Routledge, 2021.

Raoni Giralдин



Edição eletrônica

URL: <http://journals.openedition.org/aa/11924>

DOI: 10.4000/aa.11924

ISSN: 2357-738X

Editora

Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (UnB)

Referência eletrônica

Raoni Giralдин, «Pfeilstetter, Richard. The Anthropology of Entrepreneurship: Cultural History, Global Ethnographies, Theorizing Agency. 1.ed. London: Routledge, 2021.», *Anuário Antropológico* [Online], v.49 n.1 | 2024. URL: <http://journals.openedition.org/aa/11924> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/aa.11924>



Anuário Antropológico is licensed under a Creative Commons. Atribuição CC BY 4.0



Pfeilstetter, Richard. 2021. The Anthropology of Entrepreneurship: Cultural History, Global Ethnographies, Theorizing Agency. London:Routledge.

DOI: <https://doi.org/10.4000/aa.11924>

Raoni Machado Giralдин

Universidade de Brasília

Raoni Machado Giralдин é bacharel, mestre e doutor em Antropologia Social pela Universidade de Brasília. Desde 2010, pesquisa temas relacionados ao trabalho e economia e colabora com o Laboratório de Estudos em Economias e Globalizações (LEEG-UNB). Seu foco atual são as reconfigurações do trabalho no Brasil, especialmente aquelas relacionadas às agendas do empreendedorismo.

ORCID: 0000-0003-4762-5908

raoni.giralдин@gmail.com

Raoni Machado Giraldin

Richard Pfeilstetter é professor titular de Antropologia Social na Universidade de Sevilha, Espanha. Possui experiência de pesquisa adquirida por meio de contato com ONGs e *startups* na Espanha, Reino Unido e Alemanha. Sua etnografia é referência para várias análises no livro, mas não domina o espaço em detrimento de outros trabalhos igualmente bem explorados. Um exemplo disso é como o livro se preocupa em categorizar estudos recentes de antropologia, enquanto também revisita autores “clássicos”, como Fredrik Barth, Clifford Geertz e Mary Douglas.

O argumento do livro está dividido em três partes. A primeira apresenta o campo empreendedor como uma realidade político-econômica contemporânea. A segunda é desenvolvida a partir de uma perspectiva histórica e teórica na antropologia. A terceira aborda casos etnográficos recentes, com o objetivo de problematizar a presença do empreendedorismo como um atividade econômica concreta. Os objetivos gerais dessa progressão são mostrar tanto a história de certos temas na antropologia quanto estabelecer um contraste entre abordagens mais ou menos adequadas para a análise etnográfica da ação empreendedora de sujeitos sociais.

“Empreender” é verbo que compõe uma teoria social da agência e do papel de instituições sociais. Não se trata de algo estático retirado de contextos culturais, o que nos levaria à armadilha de considerar a antropologia do empreendedorismo como uma simples “etnografia de empresários exóticos”. É necessário compreender o empreendedor como um agente que oferece respostas criativas no campo econômico diante de restrições estruturais (p. 4). O autor também propõe que tenhamos em mente a diferença entre empreendedorismo (*entrepreneurship*), empreendedorismo (*entrepreneurialism*), e “empreendedorização” (*entrepreneurialization*).

A primeira parte, intitulada “*The social life of entrepreneurship*” (“A vida social do empreendedorismo”), apresenta os efeitos concretos do “empreendedorismo” e termos relacionados ao longo de sua história de cerca de 50 anos enquanto política econômica, movimentando três reações principais. A primeira interpreta a flexibilidade como uma ideologia perigosa, mas não considera a terceirização e o fenômeno do trabalho precarizado, intimamente relacionados. A segunda aborda o individualismo empreendedor como uma faca de dois gumes, em que novas escolhas trariam novos condicionantes e desafios para os sujeitos. A terceira diria que o *ethos* empreendedor seria uma imagem oriunda das elites, em que o trabalho não é remunerado como salário, e as pessoas são incentivadas a associar um senso de importância no que fazem. Essa última interpretação confundiria os sujeitos, impedindo-os de ver como o trabalho seria “mais do mesmo”, do tipo tradicional, exercido de forma precarizada. Isso é evidenciado no *venture labor* (trabalho de risco, trabalho de ventura, de empreendimento), especialmente característico no contexto das *startups*.

A segunda parte do livro, intitulada “*The history of entrepreneurship in anthropology*” (“A história do empreendedorismo na antropologia”), aborda a dificuldade em definir a “antropologia do empreendedorismo”. O autor divide a discussão entre teorias centradas na mudança social por meio da ação individual (*agency-driven social change*) e teorias culturais sobre empreendedorismo (*culture theories of entrepreneurship*). O foco da discussão de uma primeira vertente está na relação entre

Raoni Machado Giraldin

normas sociais e suas quebras, na dicotomia entre estrutura e agência. O uso de modelos conceituais que enfatizam a agência como impulsionadora da dinâmica social é visto como uma resposta à ortodoxia das teorias estruturais-funcionalistas. Na segunda linha de estudos, são apresentados argumentos sobre a noção de pessoa empreendedora. Atitudes empreendedoras não seriam somente aplicadas pela via *bottom-up*, em meio a uma economia local, mas também via *top-down*, partindo de setores do Estado politicamente influentes, com o foco colocado no nível das ideologias de grupo (p. 80). Outras ideias veriam o empreendedorismo a partir de formas de organizar cultura, pensando em termos como hierarquia, individualismo e organização igualitária.

A terceira parte do livro, “*Global contemporary entrepreneurialism*” (“Empreendedorismo contemporâneo global”), discute as saídas para pesquisas no campo do empreendedorismo, após ter feito, até então, um panorama geral dos efeitos gerados por esse conceito dentro e fora da antropologia. O termo “entrepreneurialism” se apresenta como ponto mais abrangente na tríade *entrepreneurship*, *entrepreneurialism* e *entrepreneurialization*, sendo acionado para denotar um contexto amplo da atividade empreendedora. Nesta parte, Pfeilstetter interpreta estudos recentes sobre empreendedorismo, problematizando o real alcance das análises propostas.

Analisado no capítulo 6, o “empreendedorismo social” estaria relacionado aos contextos guiados pela lógica da dádiva, levando os envolvidos nesses circuitos de troca a estarem moralmente obrigados a certas escolhas econômicas diante dos significados compartilhados por produtos originados de contextos mais “socialmente responsáveis”, em comparação com aqueles produzidos em larga escala. Um exemplo utilizado é de bolsas produzidas por uma iniciativa de reabilitação social.

Por outro lado, o “empreendedorismo opressivo” representaria outra abordagem contemporânea do tema, envolvendo questões relacionadas à expansão direta de uma economia capitalista, que avança forçosamente sobre várias esferas da vida e força os indivíduos a assumirem os riscos dos empreendimentos em questão. Segundo Pfeilstetter, as pesquisas teriam buscado refúgio na conceitualização dos fenômenos como empreendedorismo como uma forma de tentar preencher lacunas nas teorias, como a da dependência, o estrutural funcionalismo ou ideias condescendentes com os contextos problemáticos locais. Em grande parte, ambas as perspectivas (empreendedorismo social e empreendedorismo opressivo) ampliariam o escopo do empreendedorismo, incluindo outros fenômenos que não seriam estritamente definidores do mesmo, tais como exploração *top-down*, precarização do trabalho e dádivas sociais.

O autor aponta que, de forma geral, estudos contemporâneos não estariam abordando empreendedorismo da mesma forma que estudos clássicos haviam estruturado. Portanto, ele argumenta que faz mais sentido tratar as pesquisas contemporâneas enquanto estudos de processos de “empreendedorização” (*entrepreneurialization*), que envolvem a transposição do empreendedorismo para contextos previamente não associados a ele. Isso ocorre por meio de dois fenômenos principais: primeiro, a comodificação e financeirização de esferas anteriormente

Raoni Machado Giralдин

discretas da vida, como amor, religião, família, patrimônio (*heritage*), e até mesmo o Estado; em segundo lugar, o enquadramento de “estruturas na forma de agentes”, um processo que ocorre principalmente em ambientes acadêmicos e outros espaços de elaboração e planejamento, nos quais fenômenos estruturais e não econômicos são enquadrados em termos de agência microeconômica. Isso leva ao interesse por conceitos como autonomia, motivação, decisão, racionalidade e responsabilidade (p. 118).

De forma acentuada, o livro busca eliminar as confusões no enquadramento do tema “empreendedorismo” nos estudos antropológicos. Ele procura menos avançar na busca da melhor maneira de abordar um problema que se apresenta e mais em apontar quais caminhos foram escolhidos pelas diversas escolas de pensamento, argumentando que as pesquisas contemporâneas não estão traçando essas linhas. O livro conseguiu, com eficácia, diferenciar os avanços e os desafios nas pesquisas centradas no empreendedorismo. Acredito que uma estratégia que contribuiu por esse sucesso foi a distinção entre empreendedorismo como uma realidade social, uma prática econômica e uma ontologia sobre o social. Não compreender essa separação pode ser problemático, pois reifica o processo de “empreendedorização”, na ilusão de que um mero enquadramento do empreendedorismo seja suficiente para entender toda uma realidade empreendedora. Com isso, acabar-se-ia por promover a ideia de que a escolha pessoal é o cerne da atividade empreendedora, ignorando a necessidade de problematização não apenas do contexto macroeconômico, mas também do contexto social, no sentido propriamente antropológico.

397

Recebido em 24/04/2023.

Aprovado em 16/10/2023 pelo editor Luis Cayón (<https://orcid.org/0000-0001-6282-8282>).