

Empreendedorismo, instituições e crescimento económico: o caso da China*

VIRGÍNIA TRIGO

Muitos dos estudos sobre as reformas económicas na China têm-se concentrado nas políticas emanadas do Partido Comunista Chinês (PCC) - instituição central aos desígnios da República Popular da China (RPC) - no que se refere às relações comerciais com governos, onde se incluem as normas sob as quais se regem as *joint-ventures* e multinacionais, com pouca referência ao relacionamento entre instituições e empreendedorismo local, dois vectores cruciais na reconstrução de economias em transição (Jonhson e Loveman, 1995). Nos últimos anos, porém, a abertura progressiva ao exterior de vários sectores de actividade, em que uma etapa importante foi a entrada da China na Organização Mundial do Comércio (OMC), em Novembro de 2001, bem como os resultados teimosamente decepcionantes de muitas firmas estrangeiras a operar na China (Studwell, 2002) frequentemente atribuídos aos elevados custos que as empresas têm de suportar com funcionários governamentais demasiado intronometrados, com uma falta de legislação codificada, de regras bem desenvolvidas ou de convenções comerciais, vieram provocar um interesse na observação de como sobrevivem e prosperam as empresas privadas domésticas num meio adverso.

Elaborando sobre a forma como as empresas privadas chinesas procuram estabelecer a sua legitimidade - o seu direito de existir e operar livremente - Ahlstrom e Bruton (2001, p. 72) observam que: "Embora o direito das empresas privadas chinesas operarem livremente ainda seja questionado, muitas delas conseguiram ter sucesso. Um dos comportamentos fundamentais que adoptaram foi o de trabalharem para estabelecer a sua legitimidade num ambiente hostil". Segundo os autores, os empresários não assumem uma atitude passiva relativamente ao quadro institucional vigente, antes desenvolvem iniciativas empresariais, encontrando estímulos em incen-

VIRGÍNIA MARIA TRIGO
Professora Auxiliar do Departamento de Métodos Quantitativos do ISCTE e investigadora da UNIDE/ISCTE. Ex-Presidente do Instituto de Formação Turística de Macau.
E-mail: virginia.trigo@iscte.pt

* Este artigo foi, em parte, elaborado com base na dissertação de doutoramento defendida no ISCTE, sob a supervisão do Prof. Doutor Jorge Correia Jesuino: "Entre o Estado e o Mercado - Empreendedorismo num Contexto de Mudança".

tivos, mas também em restrições institucionais, o que parece justificar o estudo conjunto dos dois elementos - instituições e empreendedorismo - como forma de explicar o desenvolvimento empresarial ou económico. O argumento é o de que, embora um novo quadro institucional - que a China se esforça por implementar - seja deveras necessário ao estabelecimento de regras que facilitem e encorajem o desenvolvimento de actividades lucrativas, se os empresários conseguirem legitimar com êxito actividades que não estão clara, directa ou activamente admitidas no panorama institucional existente, poderão sobreviver e até prosperar. Sendo certo que regras institucionais claras e propícias são sempre desejáveis, em determinadas condições, a situação contrária, isto é, a ausência, a proibição ou a indefinição de regras, pode também proporcionar o desenvolvimento do empreendedorismo. Existem oportunidades na incerteza. O que tiveram, então, os empresários chineses de fazer numa envolvente em que não era suposto existirem, mas em que hoje representam um terço do PIB?

AS REGRAS DO JOGO

No seu estudo sobre organizações chinesas, Shenkar e von Glinow (1994) revêem a aplicação de teorias da organização desenvolvidas num contexto ocidental à realidade da RPC, comentando, designadamente, que nem a teoria contingencial, nem a dependência dos recursos, nem a da ecologia populacional, consideram convenientemente o papel da cultura e da ideologia na formação dos processos organizacionais, pelo que o problema da legitimidade - o direito de existir e desenvolver uma actividade no quadro das instituições vigentes - é por elas tratado de uma forma apenas marginal sem a preocupação de explicarem como a legitimidade é construída ou como ela pode influenciar os processos internos das organizações. Referindo Meyer e Rowan (1978), os autores mencionam que a teoria institucional dá mais importância a estas explicações embora sem verdadeiramente reflectir a situação chinesa, onde "a empresa vai muito além do que esta teoria está disposta a reconhecer, pois [na China, a empresa] não se limita a reflectir certas realidades institucionais, antes devendo servir para realçar o contexto institucional" (*ibid.*, p. 60). Mais recentemente, Ahlstrom e Bruton (2001) reconheceram também a importância da teoria institucional para o estudo da legitimidade, sobre a qual esta repousará as suas raízes intelectuais.

No estudo das instituições, Douglass North é um autor incontornável, definindo-as como "as regras do jogo numa dada sociedade ou, mais formalmente, qualquer restrição humanamente entendida como reguladora da interacção humana", acrescentando: "Consequentemente [as instituições] estruturam os incentivos no intercâmbio humano, quer políticos, sociais ou económicos" (1990, p. 3) e "têm um papel

fundamental no desempenho de uma economia" (*ibid.*, p. 69). Comentando a sua natureza, North assemelha as instituições às regras de um jogo competitivo, referindo que "as regras devem ser claramente diferenciadas dos jogadores [e que]... o objectivo das regras é definir a forma como o jogo é jogado" (1990, p. 4), o que implica que as instituições são universais e não particularistas, justas em vez de discriminadoras, dadas em detrimento de ambíguas, abrangentes e não incompletas. A analogia do jogo pressupõe também a existência de um juiz cujas ordens são independentes do seu próprio interesse, não devendo existir interesses ocultos na relação que detém com os jogadores.

North não dá, porém, grande atenção ao empreendedorismo. Para ele, o empresário individual assume o papel de agente de mudança mas "em resposta a incentivos incorporados na estrutura institucional" (1990, p. 83) e mediante a percepção de que poderia fazer melhor se modificasse, até certo ponto, essa mesma estrutura. Um papel apenas secundário, uma vez que são as instituições que determinam as opções disponíveis para a acção. O objectivo de North é explicar a variação do desempenho de uma economia através do papel das estruturas institucionais: "o mercado, no seu todo, é um conjunto misto de instituições: umas que aumentam a eficiência [do mercado] e outras que a reduzem. Contudo, se compararmos o quadro institucional de países como os Estados Unidos, a Inglaterra, a França, a Alemanha ou o Japão, com outros do Terceiro Mundo, ou consigo próprios numa perspectiva histórica, fica claro que o quadro institucional é o factor-chave para o sucesso relativo das economias, quer comparativa quer historicamente." (*ibid.*, p. 69).

A função última das instituições, enquanto estimuladoras da actividade empresarial e delimitadoras das relações económicas, parece não levantar muitas dúvidas. O que se questiona é este determinismo institucional absoluto, porque então não haveria lugar para iniciativas individuais de modificação ou manipulação de regras institucionais. Independentemente da sua vontade, nem sempre as pessoas, e designadamente os empresários, seguem as regras ditadas pelas instituições, quanto mais não seja porque algumas características cruciais das regras institucionais, tais como a disponibilidade (a existência de regras sobre um determinado assunto), a clareza, o âmbito, ou o envolvimento de quem as faz, são variáveis e não pressupostos. Isto mesmo que, por detrás de cada conceito, se esconda uma complexa floresta de regras e regulamentações, excepções às regras e regras para as excepções. O que Howard Becker (1986) comentou a propósito das regras a seguir para a edição de uma publicação académica poderá ajudar a esta argumentação: "as regras nunca são suficientemente claras ou ausentes de ambiguidade de forma a que as possamos simplesmente seguir. Temos sempre de decidir se uma regra de facto existe, se o que fizemos está abrangido pela regra, ou se haverá alguma excepção que, embora não esteja escrita,

tenha sido, em nossa opinião, implicitamente pretendida por quem a fez. Temos também de interpretar as regras por forma a que o resultado seja algo de razoável e não um disparate derivado de as termos cegamente seguido" (p. 69). Podemos aplicar este raciocínio à situação que os empresários enfrentam no desenvolvimento do seu negócio, especialmente no caso de economias em transição, que estão em transição precisamente porque existem regras fundamentais ainda em mudança e que, por certo, envolvem ambiguidades, inconsistências, atrasos, lacunas e são, simultânea e contraditoriamente, produtoras de estagnação e crescimento.

Reconhecido o seu papel, como pode ser medido o desempenho das instituições? Do ponto de vista do Estado, enquanto patrocinador dessas estruturas, poderá ser medida a eficácia, isto é, o nível de êxito na regulação das actividades abrangidas? Por exemplo, se os impostos estão a ser eficazmente cobrados ou se as auditorias estão a ser bem conduzidas. Do ponto de vista dos agentes económicos, interessa medir o custo incorrido na observação das regras existentes: uma estrutura institucional eficiente deverá ser capaz de efectivar a aplicação das regras sem sobrecarregar os agentes, de tal modo que estes entendam a evasão às regras como uma forma normal de detectar oportunidades. Esta é uma questão importante para o empresário e para a credibilidade das instituições. Por outro lado, as instituições são concebidas para reduzir a incerteza, mas não será que, às vezes, geram incerteza? Para North (1990, pp. 22 e 25), as instituições devem reduzir, e de facto reduzem, a incerteza. São, quando muito, ineficientes nesta redução, mas não são fontes de incerteza.

O argumento do presente estudo é o de que, quando em transição, tanto a sua ineficiência como as próprias instituições aumentam a incerteza e, em determinadas condições, mediante determinados mecanismos, esta incerteza promove turbulência empresarial e pode ajudar uma economia a crescer. Assim o demonstra o caso da China: a ausência, a instabilidade e a incoerência das directivas do Partido, enquanto instituições fundamentais na China, têm sido suficientemente eficientes para estimular as energias empresariais. O sucesso dependerá então: (1) da capacidade (institucional) em manter a incerteza sob controlo; e (2) da manutenção dos custos de transacção¹ a um nível tal que a rentabilidade das empresas não seja comprometida em consequência de esforços para legitimação das suas actividades, isto é, para que possam operar no quadro prescrito e muitas vezes nas suas fronteiras.

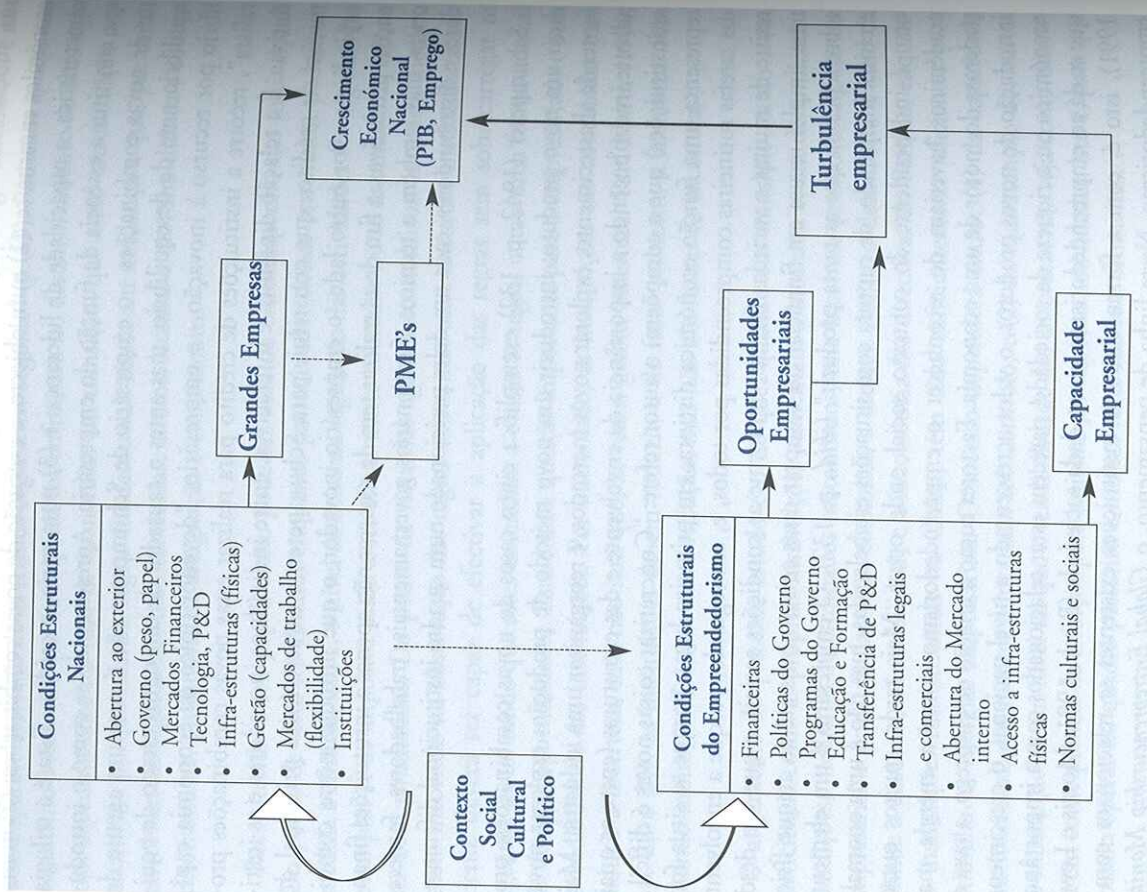
TURBULÊNCIA EMPRESARIAL

A função do empreendedor na economia capitalista é, talvez, a parte mais popularizada da obra de Schumpeter. Menos divulgada, mas de particular interesse para este estudo, é a importância que deu à reciprocidade das relações entre empresários e

instituições, sobretudo as de crédito, sem as quais o empresário não poderia exercer a sua função. Para Schumpeter (1934), o fenómeno fundamental da evolução económica encarna-se: (1) num objecto, a execução de novas combinações; (2) numa característica, a capacidade de liderança; e (3) num meio, o crédito. Esta é a trilogia que constitui a essência da função do empresário. Apresentando-se como o introdutor de novas combinações - o empresário de Schumpeter não é nem um agente de equilíbrio nem de desequilíbrio, mas antes o causador de um outro estado de equilíbrio por recurso à inovação - o empresário, "devedor típico da economia capitalista", recorre a instituições de crédito para realizar estas novas combinações produtivas. É a relação dinâmica e interactiva, entre indivíduos inovadores e as instituições de crédito, que constitui, para Schumpeter, a característica principal do capitalismo. Por outro lado, o empresário-inovador, o que introduz novas combinações produtivas, a fim de as realizar tem de recorrer não apenas a instituições financeiras, mas também a técnicos, funcionários governamentais, trabalhadores, fornecedores e distribuidores, cada um deles posicionado num quadro institucional diferente.

Schumpeter (1942, p. 132) exemplifica cinco casos de novas combinações: produzir um novo produto; introduzir um novo método de produção; explorar novas fontes de abastecimento; explorar novos mercados; e reorganizar uma indústria. Mais adiante, reconhecendo a importância da envolvente e das estruturas (entre as quais as instituições) que a compõem, o autor refere: "Concretizar coisas novas é difícil e representa uma função económica distinta, em primeiro lugar, porque se situa fora das tarefas rotineiras compreendidas por todos, e, em segundo, porque a envolvente resiste de muitas e variadas formas, conforme as condições sociais, e que vão desde uma simples recusa em financiar ou comprar essas coisas novas até ao ataque físico sobre a pessoa que as tenta produzir" (*ibid.*, p. 132). O empresário é um elemento errático, inesperado, de ruptura com situações estabelecidas, mas não é uma anomalia nem é independente do contexto social onde opera. Mais tarde, muitos outros académicos haveriam de reconhecer o empreendedorismo como a energia mais poderosa do motor de uma economia. Factores como a criação de emprego, a taxa de introdução de novos produtos, o valor acrescentado a nível nacional, o crescimento económico ou a riqueza da sociedade, parecem estar relacionados com a importância que se dá ao empreendedorismo numa dada sociedade (Birch, 1981; Morris e Lewis, 1991), isto é, com a forma como as instituições existentes se relacionam com o empreendedorismo. Nesta linha de pensamento, o *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), criado no âmbito da London Business School e do Babson College, e englobando universidades de 29 países diferentes (incluindo Portugal, mas não a China), produz, desde 1999, relatórios anuais que apontam o empreendedorismo como a principal fonte de crescimento económico das nações, com base no seguinte modelo conceptual:

FIGURA 1
Modelo consolidado do crescimento económico nacional



Fonte: Relatório relativo a 2001 do GEM

O modelo tem como variável dependente o crescimento económico de uma nação - o elemento supremo a ser explicado a nível nacional - e pressupõe que todos os processos económicos se desenrolam numa envolvente relativamente estável histórica, social ou

politicamente. Dois mecanismos fundamentais são considerados fontes de crescimento: por um lado, as empresas já estabelecidas, sobretudo as grandes empresas com representação no mercado internacional; e, por outro, os processos de empreendedorismo. Destes emergem dois aspectos: as oportunidades empresariais e a capacidade individual para desenvolver iniciativas empresariais. Na linha de Schumpeter - "Na sua essência, esta função [a capacidade empresarial] não consiste em inventar algo ou sequer em criar condições que a empresa irá explorar. Consiste em fazer coisas (Schumpeter, 1942, p. 132) - os autores distinguem entre oportunidades (existentes na envolvente) e a capacidade empresarial. São variáveis explicativas extremamente subtile que contribuem para o crescimento económico através deste segundo mecanismo: a turbulência, a mudança (entre empresas, entre empregos) e a capacidade em conseguir fazer coisas. Diferentes, embora relacionados com as condições estruturais de uma nação, os atributos que o constituem e que originam os processos empresariais são, na sua maioria, de natureza institucional.

Para os responsáveis do GEM (2001, p. 7), "o valor deste modelo conceptual está no facto de concentrar a atenção em dois processos complementares, ambos contribuindo para o crescimento económico nacional". De facto, o desempenho de indivíduos empreendedores (a capacidade empresarial) não é, por si só, um indicativo da situação de uma economia no seu conjunto, mas é também verdade que uma economia vibrante será impossível sem a contribuição do empreendedorismo. Assim, uma vantagem em se estudar o empresário na sua relação com as instituições estará no facto de se poder tomar o sucesso empresarial como um padrão e, a partir daí, relacionar as condições macro-institucionais com as actividades micro-económicas como propõe este modelo.

No contexto de transição da economia chinesa, e seguindo a teoria de Schumpeter, interessará entender a *função* que o empresário privado nela desempenha. Ainda que a China continue a afirmar pretender construir "uma economia socialista de mercado", o seu rápido crescimento económico seria difícil de explicar sem uma vibrante geração de empreendedores. Mas, de que tipo de empreendedorismo se trata aqui? Em que difere de uma economia de mercado capitalista? No seu estudo sobre "Schumpeter e a evolução económica", Quiles (1997, p. 57) afirma que: "... a força da interpretação schumpeteriana advém do facto dela não se afastar jamais do estudo de uma *função no interior do sistema capitalista* sem derivar para qualquer pendor ideológico". Acontece que, lado a lado com as cinco combinações inovadoras exemplificadas por Schumpeter como integrando a função do empresário, existem funções políticas e sociais sem as quais estas combinações não poderão ser eficientemente realizadas. Um empresário na China deve ser também um mestre no cultivo de relações, conhecedor das políticas do Partido, sócio de agentes governamentais locais e um filantropo generoso em programas de desenvolvimento local (Ahlstrom e Bruton, 2001; Trigo, 1994 a; Trigo e Zhao, 1994; Young, 1995).

Um cenário montado para um drama complexo. Por um lado, os líderes chineses são pró-empresariado por causa da sua contribuição para o desenvolvimento económico e para a estabilidade social (pela sua capacidade de absorção de milhões de desempregados - enquanto empregados e enquanto empresários - que começam a ser dispensados com a reforma do sector estatal). Por outro, a penetração da economia pelas forças de mercado fornece oportunidades a empresários ávidos de satisfazerem as necessidades da população. Mas, por detrás das suas secretárias, ao longo da imensidão chinesa, líderes provinciais e municipais, directores departamentais, chefes de secção ou simples funcionários detêm o verdadeiro poder e, juntamente com os receios governamentais quanto à estabilidade, ordem, unidade e controlo macro-económico, com militância plácida, limitam aos empresários a sua autonomia. "Todas as estradas estão repletas de 'deuses da riqueza', a quem é necessário fazer oferendas para que as portas se abram e o negócio continue" (Young, 1995, p. 74).

Existem, pois, outras características importantes da economia chinesa que merecem atenção, além das instituições de crédito que Schumpeter entendeu serem fundamentais numa economia capitalista e que, de resto, têm tido uma importância nula ou reduzida no desenvolvimento do empresariado chinês, já que (ainda) dependem, para todas as decisões, de uma outra instituição: o Estado. Se, numa economia capitalista, o empresário tem sempre de recorrer às instituições de crédito, "não se pode ser empresário sem primeiro se ser devedor" (Schumpeter, 1934, p. 311); na economia chinesa, o empresário tem sempre de recorrer a agências governamentais para legitimar e encontrar apoios para as novas combinações que pretende realizar. Estas agências receberão os louros por um empreendimento bem sucedido, mas não aceitarão responsabilidades por insucessos ou dívidas, mesmo quando participam em decisões críticas, como, por exemplo, sobre investimento, marketing ou processos produtivos (Young, 1995; Trigo, 1994a). Para evitar responsabilizações por resultados devastadores, políticos ou económicos, as regras e regulamentações têm de ser suficientemente vagas e imprecisas para que a sua interpretação possa ser manipulada no futuro.

Numa economia capitalista, como Schumpeter notou, as instituições de crédito são fundamentais para o empreendedorismo, porque qualquer inovação depende, à partida, da disponibilidade de crédito. Porém, numa economia em transição, as instituições patrocinadoras - o Partido e a burocracia governamental aos mais diferentes níveis - são ainda mais vitais para as iniciativas empresariais, já que estas devem ser avaliadas não apenas em termos económicos, mas também em termos políticos e sociais. Os empresários devem pensar e conduzir os seus projectos de forma a que estes sejam ideologicamente aceites. Tem, pois, razão Victor Nee ao sugerir que "uma análise da transição da China para uma economia mista deve também entender o Estado como um

actor principal na elaboração das bases institucionais necessárias para o crescimento dos mercados e para o desenvolvimento do empreendedorismo" (1989a, p. 171).

Na sua "teoria dos mercados em transição", Nee (1989b; 1991) argumenta que o mercado fornece o estímulo e as alternativas para que as organizações económicas se tornem menos dependentes do Estado do que o eram antes das reformas, e que, uma vez implantadas as circunstâncias estruturais correctas, o processo de tomada de decisão será sempre no sentido da maximização racional do lucro e da utilidade, assumindo que os empresários se tornarão independentes e autónomos pela simples introdução dos mecanismos de mercado. Ideia não partilhada por outros autores, designadamente por Doug Guthrie que, numa reacção negativa à teoria de Nee, ao estudar organizações económicas em Xangai, onde examina respostas organizacionais a mudanças institucionais, afirma: "Subjacente a esta ideia está a noção de que determinados pressupostos sobre os actores económicos são universais - os actores são racionais e prosseguem o lucro em presença de circunstâncias estruturais correctas - e, portanto, irão ter reacções semelhantes face a determinados enquadramentos institucionais" (1999, p. 9). Para Guthrie, independentemente de questões culturais ou outras que actuam sobre comportamentos individuais e organizacionais, esta noção de racionalidade ignora elementos que influenciam diferentemente as decisões e as práticas dos actores económicos: por um lado, as implicações profundas que resultam da construção de uma economia de mercado sobre as ruínas de um sistema capitalista; e, por outro, a influência poderosa que o sistema institucional vigente tem sobre as actividades desses actores.

Neste estudo, Guthrie afirma enquadrar-se na teoria institucional (*ibid.*, p. 10) que "... oferece uma contra-proposta às perspectivas racionalista e eficientista na tomada de decisão económica" (p. 8): integradas numa dada envolvente social e política, as organizações adoptam decisões e práticas que reflectem as pressões normativas, legislativas e culturais que têm de enfrentar. Na perspectiva institucional, o pressuposto de 'acção racional' é ignorado e os padrões de tomada de decisão, bem como as opções (organizacionais ou individuais), são questões empíricas que não podem ser remetidas à categoria simplificada de pressupostos apenas para conveniência da análise económica. O que se contra-argumenta é que as estratégias e as práticas organizacionais são *traduções* e não *reflexões* das estruturas institucionais. Portanto, a capacidade que as organizações têm em *utilizar*, em vez de apenas seguir, as regras institucionais deve merecer uma maior autonomia de análise.

Outros investigadores relembram que as reformas económicas chinesas são também um processo de reconstrução do Estado, sobretudo a nível local onde determinadas reformas financeiras - designadamente a redução do financiamento ao poder local e

a necessidade de cumprir objectivos - estimulam os funcionários governamentais a tornarem-se desenvolvimentistas e/ou empresariais (Shirk, 1993; Walder, 1995). Por vezes os burocratas locais apoiam ardentemente iniciativas empresariais porque estão sujeitos a grande pressão para demonstrar resultados e estas tornam-se num instrumento para garantir a manutenção do seu poder político. Semelhante realidade, uma constante ao longo do processo de transformação da China, tem merecido alguma atenção na última década. Como atrás se referiu, Solinger (1992) designou por "relação simbiótica" a cooperação que se desenvolve entre funcionários governamentais e empresários - uma relação de mútua dependência em que ambos dependem do Estado e um do outro - e que, em sua opinião, emerge como um produto da descentralização da China. Também Liu (1992) estudou as relações entre funcionários e empresários privados na cidade de Wenzhou (província de Zhejiang, a sul de Xangai), designando-a por "convergência de interesses".

Dos autores citados, Nee, Guthrie, Walder ou Solinger coincidem no estudo das respostas que as organizações dão a regras institucionais, mas discordam quanto às práticas que melhor se adequam e a que instituições. Enquanto Nee estuda a adequação entre desempenho organizacional e mercados, Solinger e Walder examinam a adequação entre organizações industriais locais, governos locais e reformas financeiras. Guthrie, por sua vez, argumenta que "... na China, é precisamente a envolvente institucional que define o mercado bem como os sistemas burocráticos racionais que estão a ser inventados e implementados dentro das empresas" (1999, p. 7). Para este autor, "... existe de facto um processo de racionalização a ocorrer nas organizações chinesas, [mas] que é movido pelo desejo de atrair investidores estrangeiros e pela incerteza face à redução do apoio por parte do Estado" (*ibid.*, p. 10). Num tom mais jornalístico, Studwell (2002) também refere a eterna habilidade da China para manter aberta a torneira dos investimentos.

Em resumo, da literatura três aspectos emergem. Em primeiro lugar, o crescimento económico não acontece automaticamente pela simples mudança das instituições ou pela simples existência de indivíduos empreendedores - as actividades empresariais não são uma consequência automática das mudanças institucionais -, antes requer a cooperação conjunta de estruturas institucionais e empreendedorismo. Schumpeter (1934; 1942), por exemplo, dá maior relevância às relações interactivas entre inovações individuais e condições institucionais, do que ao empreendedorismo isoladamente considerado, e também o modelo conceptual do GEM (2001) explica o crescimento económico a partir da mesma interacção. Em segundo lugar, retira-se que nem sempre a evolução das estruturas económicas, "o progresso", é suave ou regular, é antes descontínua, e é precisamente essa descontinuidade que gera fontes de oportunidade empresarial. Quando as estruturas estão em construção ou em transição e se

apresentam vagas, incompletas e contraditórias, não produzindo regulamentações uniformes nem os mesmos resultados, maior abertura poderá existir para o empreendedorismo. Finalmente, mesmo numa situação ideal em que todas as instituições necessárias existem para apoiar o empreendedorismo, estas não garantem automaticamente que todas as inovações empresariais possam ser consideradas legítimas e, por consequência, geralmente aceites. São os empresários que têm de actuar no sentido de defender as suas próprias inovações. Como uma economia em transição não beneficia de um enquadramento institucional bem desenvolvido, do que os empresários podem tirar partido é precisamente da transição em si: esse incipiente desenvolvimento oferece um conjunto de oportunidades donde se retiram energias que irão promover desenvolvimento económico. Em que consistem então essas oportunidades?

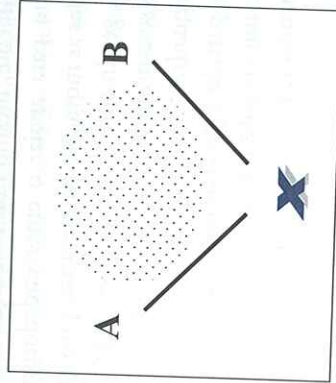
OPORTUNIDADES E VAZIOS INSTITUCIONAIS

O empreendedorismo não começa com novos produtos, serviços ou outras inovações. O ponto de partida é a oportunidade, definida como "um conjunto de circunstâncias favoráveis que criam uma necessidade ou uma abertura para um novo conceito empresarial" (Morris, 1998, p. 26). Vários autores, designadamente Peter Drucker (1985), apresentaram propostas para a identificação sistémica de oportunidades, sugerindo que se trate agora o empreendedorismo como se tratou a gestão há umas décadas atrás, isto é, que se lhe desenvolvam os princípios, a prática e a disciplina. Precisamente, o que mais distingue um empresário de um gestor é a sua capacidade em detectar oportunidades inseridas na distribuição desigual de recursos ou meios existente na envolvente e potenciada quando esta se encontra em mudança. Uma estrutura institucional incompleta e incoerente proporciona desigualdades distributivas (não-equivalências) - por exemplo, uns actores têm mais, melhor ou mais rápida informação do que outros - que são fontes de oportunidade para actos potenciais de empreendedorismo. Porém, nem as teorias sobre empreendedorismo nem a teoria institucional fornecem um conceito teórico que permita estabelecer uma relação entre a oportunidade e a estrutura institucional, isto é: que circunstância favorável proporcionada pela estrutura institucional cria uma necessidade ou uma abertura para um novo conceito empresarial? A noção de "vazio estrutural", desenvolvida por Ronald Burt em *Structural Holes - The Social Structure of Competition* (1992), oferece precisamente esse conceito.

Burt utiliza o termo "vazio estrutural" para designar hiatos na estrutura social ou seja, relações de não-redundância entre dois contactos (1992, pp. 2 e 18). Por exemplo, se o elemento X tiver dois contactos A e B, como se ilustra na Figura 2:

FIGURA 2

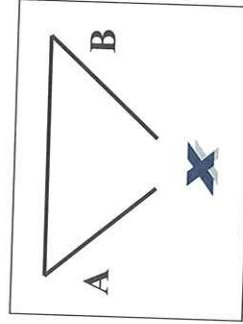
Hiato estrutural entre A e B: uma oportunidade para X



A e B são não-redundantes na estrutura social de X, na medida em que não existe entre eles qualquer relação. O espaço sombreado representa um vazio estrutural que pode constituir uma oportunidade para X, colocando-o por certo numa posição mais vantajosa relativamente a A e B, do que se os dois contactos fossem adicionais ou se sobrepujassem, isto é, se fossem redundantes: "Contactos redundantes são os que conduzem às mesmas pessoas e proporcionam a mesma informação" (Burt, 1992, p. 17), conforme a Figura 3:

FIGURA 3

Redundância de contactos



Pelo contrário, a existência de vazios estruturais constitui oportunidades empresariais no que respeita ao acesso à informação, ao momento, à referência e ao controlo (de A para utilizar relativamente a B ou vice-versa). Para Burt, a exploração destes vazios estruturais requer um comportamento empreendedor²: saber de uma oportunidade e estar em posição de a desenvolver é completamente diferente de, efectivamente, fazer alguma coisa sobre ela³: "X entra num vazio estrutural entre A e B para negociar uma relação entre ambos. Este comportamento não está no feito de toda a gente. Perante uma oportunidade, um indivíduo pode desenvolvê-la ou ignorá-la. Se

X agarrar esta oportunidade, é um empresário no sentido literal do termo - alguém que tira proveito da circunstância de estar entre outros" (Burt, 1992, p. 34).

Burt utiliza o conceito de vazio estrutural para explicar a desigualdade da distribuição de relações entre pessoas ou organizações e as oportunidades que surgem em virtude do capital social⁴ de um indivíduo ou organização: a estrutura da rede de relações de um determinado indivíduo (a forma *como se compõe*), e a sua localização na estrutura social (a *que nível se situa*), vão determinar a existência de oportunidades empresariais para determinadas pessoas e não para outras, tornando a concorrência imperfeita. Uma situação muito semelhante à que resulta da estrutura institucional numa economia em transição, onde a desigualdade da distribuição das relações entre indivíduos ou organizações - que proporciona o acesso à utilização de regras (existentes, emergentes ou ausentes) - é muito mais marcante do que em economias de mercado estabelecidas.

Numa economia de mercado tradicional, os empresários procuram acesso a "vazios" para adquirirem posições vantajosas na estrutura do capital social desigualmente distribuído. Numa economia em transição fazem-no também para alcançar posições nos vazios criados durante o processo de reconstrução de regras institucionais, verdadeiras "oportunidades empresariais para acesso a informação, momento, referência e controlo" (Burt, 1992, pp. 1-2). Quanto mais um empresário soubesse sobre a incongruência dessas regras, sobre a sua reestruturação e como serão distribuídas recompensas e punições, maior vantagem competitiva conseguirá. Quem tiver melhor acesso a informação sobre como e quando as regras irão mudar, ou como poderão ser manipuladas, terá menos regras a cumprir, será mais autónomo na combinação ou recombinação dos recursos e terá, portanto, maior probabilidade de alcançar taxas mais elevadas para a rentabilidade do seu investimento.

Por natureza, os vazios institucionais estão relacionados com questões sócio-políticas e regulamentações governamentais. Para tirar partido deles, os empresários têm de legitimar as suas acções e práticas procurando protecção política e administrativa. Se, como diz Burt (1992, p. 271), os vazios estruturais dizem respeito à não equivalência entre terceiros numa relação, isto é, à desigualdade distributiva das relações (ver Figura 2), então os vazios institucionais dizem respeito à não equivalência entre regras de uma instituição. Enquanto os vazios estruturais são capital social, os vazios institucionais constituem uma forma de capital político, pelo que, numa economia em transição, as oportunidades empresariais, bem como a sua viabilidade, além de terem de ser procuradas na "arena competitiva", são também determinadas pelo grau: (1) grau de autonomia que o empresário tem relativamente ao seu posicionamento na estrutura institucional - se tem ou não acesso à informação sobre regras institucionais

incongruentes e até que ponto estas o constroem; e (2) grau de sucesso que o empresário tem na legitimação das suas actividades, pois, quando o sucesso é visível aos olhos do público, deve ser legitimado pelas autoridades governamentais como protecção contra a concorrência e a repressão - política ou social, em consequência, entre outras, da "doença dos olhos brancos", o desdém, e da "doença dos olhos verdes", a inveja (Trigo, 1995b, p. 52).

Se, como afirma North (1990), as instituições são as regras do jogo, e tendo presente o conceito de vazio institucional proporcionado por Burt (1992), é possível estabelecer alguns corolários quanto às oportunidades empresariais fornecidas pelas quatro características cruciais das regras, que atrás se admitiu serem variáveis e não pressupostos:

1. A *disponibilidade institucional* é do interesse da maioria das pessoas, incluindo os empresários. Varia ao longo de um contínuo que vai desde a ausência absoluta de regras até uma situação de saturação em que existe uma regra para cada acção e um regulamento para cada aspecto dessa regra. Intencionalmente, ou porque a sua necessidade não foi prevista, muitas regras são elaboradas depois de praticadas as acções às quais se destinam. Em concreto, no caso de actividades empresariais inovadoras, o vazio institucional ocorre desde a emergência destas acções até ao momento em que regras especialmente destinadas a regulamentá-las começam a ser implementadas. O empresário deterá uma posição vantajosa se souber que regras irão ser feitas e quando irão ser postas em prática. Tal como na explicação "pull" proposta por Burt (1992, p. 35)⁵, as oportunidades surgem da forma como a informação sobre a disponibilidade institucional está distribuída, estimulando a acção empresarial com uma promessa de sucesso.

2. A *clareza institucional* diz respeito ao entendimento que cada um tem sobre o conteúdo das regras, partindo do princípio que estas existem e, também, sobre a flexibilidade das suas fronteiras. Quando as regras não são claras, os destinatários, as condições e os resultados da obediência às mesmas não são de tal modo evidentes que todos possam ajuizar sobre o "melhor" caminho a seguir. Noutros casos, respostas a questões, como a quem se destinam as regras ou que direitos e responsabilidades delas advêm, são demasiado ambíguas e as pessoas têm dúvidas sobre benefícios ou punições. "As regras do negócio são ambíguas no geral e sempre negociáveis no particular" (Burt, 1992, p. 10), o que também constitui fontes de oportunidade empresarial, ou, para utilizar um termo chinês, "apanhar peixe em águas turvas", expressão que descreve as oportunidades surgidas da jurisdição confusa entre o Estado, as empresas colectivas e as privadas (Zhou, 1996).

3. O *âmbito institucional* diz respeito à aplicabilidade das regras, a quem, onde e quando se aplicam. É claro que, em situações ideais, podem existir regras de tal forma completas que cobrem todas as circunstâncias, mas os vazios institucionais

surgem quando, a partir de um conjunto genérico de regras para uma determinada acção, diferentes versões e várias excepções são sistematicamente aplicadas a diferentes grupos de pessoas ou sectores da sociedade: zonas rurais ou urbanas, litoral ou interior, conforme a indústria, consoante grupos profissionais (por exemplo, em Portugal, o tratamento concedido aos jogadores de futebol quanto ao pagamento de impostos) ou demográficos. Os empresários informados poderão detectar oportunidades nos tratamentos mais favoráveis proporcionados por esta inconsistência que, frequentemente, se exerce sobre duas dimensões principais: a identidade e/ou a localização dos destinatários.

4. O *envolvimento de quem faz as regras* no processo da sua aplicação pode enviesar os resultados e também pode proporcionar alianças entre o empresário e o produtor de regras, outro tipo de oportunidade empresarial. Vazios institucionais emergem quando as ligações aos produtores de regras estão desigualmente distribuídas: num extremo, posicionam-se os empresários poderosos, com o maior número de ligações não redundantes ao mais alto nível; no outro, situam-se empresários fracos e isolados sem qualquer oportunidade de desfrutar dessas alianças. "Sobre este pano de fundo, cada participante tem uma rede de contactos [...] Algo na estrutura desta rede, bem como a localização dos contactos e estrutura social, vai fornecer uma vantagem competitiva [a certos participantes e não a outros] e proporcionar uma maior rentabilidade do investimento" (Burt, *ibid.*, p. 11).

Os vazios institucionais constituem plataformas propulsoras, oportunidades que, potencialmente - "as oportunidades representam sempre potencial" (Morris, 1998, p. 30) - podem ajudar os empresários a viabilizar as suas iniciativas. Certos empresários têm a *possibilidade* e a *capacidade* de aproveitar a plataforma proporcionada pelos vazios, mas outros não.

O conceito de vazio institucional, e estes quatro corolários, contribuem para uma explicação sobre as condições em que as mudanças institucionais podem gerar oportunidades empresariais e ajudar uma economia a crescer. Contudo, e como se depreende da Figura 1, uma mudança nas instituições, por si só, não é suficiente para promover o crescimento económico: tem de ser complementada pela iniciativa empresarial, o empreendedorismo tem de existir. Finalmente, para os empresários numa economia em transição, as oportunidades não provêm apenas dos vazios estruturais, isto é, da desigualdade distributiva das relações na "arena competitiva", para utilizar o termo de Burt. Provêm, também, da distribuição desigual das regras institucionais social e governamentalmente aceite. Para terem sucesso, e eventualmente contribuir para o crescimento económico, não basta aos empresários estarem informados sobre as mudanças institucionais provocadas pela transição: têm também

de desempenhar um papel independente e activo, apoderando-se das oportunidades visíveis ou ocultas na transição institucional. A questão é: "Como?"

COMO: A FUNÇÃO DA LEGITIMAÇÃO

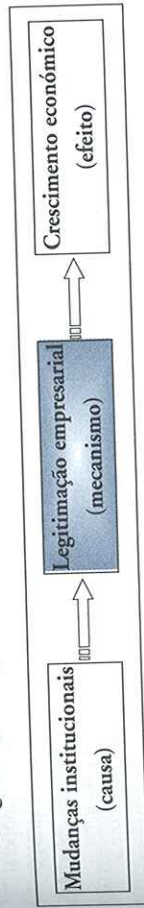
Agarrar as oportunidades proporcionadas pelos vazios institucionais e que resultam de políticas, regulamentações, juízos ou convenções valorativas, requer legitimação. Como lembra Morris (1998, pp. 25-36), ser empreendedor exige capacidade para reconhecer oportunidades, mas também para definir um conceito de negócio, planejar, implementar e avaliar a acção, isto é, para percorrer todo um processo, o que não é tarefa fácil em qualquer envolvente institucional. Os empresários inovadores devem, ainda, suportar "os custos da inovação", isto é, os custos associados à introdução de novos produtos, serviços ou métodos no mercado e que poderão exigir novas rotinas sociais, novas relações de confiança, diferentes equilíbrios, pois, como refere Jesuino (2001), "... os processos empresariais [inserem-se] na rede complexa de relações sociais a que eles se acham sistematicamente articulados". No contexto das reformas económicas chinesas, os empresários têm, naturalmente, de salvaguardar estes encargos, mas também têm de trabalhar no sentido de construir a sua plataforma de vazios institucionais e utilizarem o efeito de alavanca desta plataforma propulsora com o mínimo de riscos e de custos possível para garantir viabilidade e contribuir, eventualmente, para o crescimento económico.

Note-se que, apenas muito raramente, o crescimento económico será o objectivo dos empresários nos seus negócios: o que os empresários pretendem é desenvolver iniciativas empresariais que sejam, política e economicamente, seguras para conseguirem obter o retorno do investimento e minimizar os riscos que correram no lançamento da empresa e dos capitais que investiram. O crescimento económico é uma consequência não intencional da actividade empresarial, tal como, para Weber em *The Protestant Ethic and The Spirit of Capitalism*, a acumulação de riqueza era uma consequência não intencional da conversão ao protestantismo ascético. Por sua vez, é um facto por todos reconhecido que, nas últimas duas décadas, a China tem experimentado mudanças institucionais e um rápido crescimento económico, o que parece corroborar a tese de North (1990; 1997) de que o crescimento económico é uma consequência causal da mudança institucional. O que se argumenta neste estudo é que esta é uma variável necessária, mas não suficiente: as mudanças institucionais não promovem automática ou directamente o crescimento económico. Para que tal aconteça: (1) têm de existir incentivos institucionais suficientes, isto é, vazios institucionais; e (2) a iniciativa empresarial tem de ser legitimada. A sobrevivência das organizações institucionalmente enquadradas depende da sua legitimidade (Scott, 1991). Como se transformam, então, as mudanças institucionais em crescimento económico?

A noção de "mecanismo social" desenvolvida por Hedström e Swedberg (1998, pp. 7-9), com base nos trabalhos de Merton (1967), Elster (1989) e Stinchcombe (1993), poderá ajudar a esta explicação: um "mecanismo" de tal ordem que, em presença de uma relação sistemática (não aleatória) entre duas entidades A e B (causa e efeito), assegure que ocorrendo A se obtenha B. A procura de um mecanismo sugere que os investigadores, sobretudo da área da sociologia, entendem que a covariância entre variáveis ou eventos não é uma explicação suficiente para a existência de uma relação entre eles: uma explicação satisfatória requer que se possa especificar a "engrenagem" social, o mecanismo, que a torna possível. Transpondo esta ideia para o caso em estudo, tem-se uma variável explicada (o efeito - o crescimento económico) e uma variável explicativa (a causa - as mudanças institucionais), e a legitimação do empreendedorismo é a função, o mecanismo, que transforma ou que descreve a influência causal de A em B, o que está em consonância com o modelo apresentado na Figura 1, e que se poderá representar assim:

FIGURA 4

A legitimação empresarial: um mecanismo entre *explanans* e *explanandum*



Note-se que o que está aqui em causa, e que difere da Figura 1, são as mudanças institucionais e não as instituições, pelo que o mecanismo necessário é a legitimação empresarial e não o empreendedorismo em si.

A noção de legitimidade atrás apresentada - o direito de existir e operar livremente - carece, talvez, de maior elaboração. Meyer e Scott (1983, p. 201) definem legitimidade organizacional como "o grau de apoio cultural que uma organização recebe, isto é, até que ponto o conjunto de interpretações culturalmente estabelecidas fornece explicações para a sua existência", noção esta que pode ser transposta para a legitimação do empreendedorismo no contexto chinês e modificada para reflectir dimensões políticas e sociais específicas. Assim sendo, a legitimação do empreendedorismo, o mecanismo, refere-se a estratégias e a práticas desenvolvidas pelo empresário para ir de encontro às "interpretações culturalmente estabelecidas", isto é, para que a sua empresa *pareça* conforme: (1) às directivas políticas nacionais e regulamentações legais; (2) às políticas e valores sociais dominantes nas comunidades onde opera; e (3) às atitudes e valores públicos representados na comunicação social (oficial). Se qualquer destes critérios for violado, há uma crise de legitimação para a empresa e o seu sucesso poderá ser posto em causa.

Ahlstrom e Bruton (2001) identificam nove tipos de estratégias frequentemente utilizadas pelos empresários chineses, que resultam de uma classificação em três tipos de acções relativamente à envolvente e em outros tantos tipos de legitimidade que se procura, conforme se reproduz no quadro seguinte:

QUADRO
Estratégias para a construção de legitimidade

Acções na envolvente	Tipos de legitimização		
	Utilização de recursos	Validação moral	Validação cultural
Conformação	<i>Estratégia 1:</i> Cooptar agentes governamentais oferecendo participação na empresa ou contratando os próprios ou seus familiares.	<i>Estratégia 2:</i> Estabelecer alianças com formas organizacionais aceites, e.g., "joint ventures" com empresas estrangeiras.	<i>Estratégia 3:</i> Adotar modelos de organizações locais já aceites, política e socialmente, isto é, usar o "chapéu vermelho".
Manipulação	<i>Estratégia 4:</i> Exercer filantropia bem visível sobre, ou em vez de, quadros governamentais importantes, em especial projectos relacionados com a educação.	<i>Estratégia 5:</i> Construir alianças entre empresas e associações para dar voz às empresas privadas e obter beneplácito para as actividades que desenvolvem.	<i>Estratégia 6:</i> Cooperar com outras empresas, através de acção colectiva informal para gerar compreensão sobre a situação das empresas privadas na sociedade.
Seleção	<i>Estratégia 7:</i> Seleccionar envolventes onde a empresa possa beneficiar de relações ou ligações já existentes.	<i>Estratégia 8:</i> Seleccionar envolventes onde a empresa possa contribuir para aumentar o emprego na região ou para o desenvolvimento tecnológico em consonância com as directivas governamentais.	<i>Estratégia 9:</i> Seleccionar envolventes onde a conformação e validação das empresas privadas sejam aceites e valorizadas.

Fonte: Ahlstrom e Bruton (2001, p. 75)

Estas estratégias são utilizadas em separado ou em conjunto, tendo em vista a procura simultânea da legitimidade e da rendibilidade para se conseguir a viabilidade. Delas podem tirar-se três ilações: (1) a última coisa que as empresas privadas desejam é enfrentar o Estado, individual ou colectivamente, lutando pela sua identidade e interesses de uma forma explícita; (2) as empresas têm de criar cerimónia⁶ a fim de que *pareçam* ter fins não lucrativos quando, de facto, procuram o lucro, ou a fim de instituírem ou profissionalizarem práticas comerciais, produtos ou tecnologias - uma

prática comum é procurar, com afino e a qualquer preço, certificações de qualidade de instituições profissionais, a despeito do perigo de isomorfismo que é prejudicial à própria inovação; e (3) existem enormes assimetrias regionais e locais - é possível uma empresa procurar uma envolvente onde, quer a nível político quer social, a iniciativa privada seja mais aceite e valorizada, como por exemplo, Cantão.

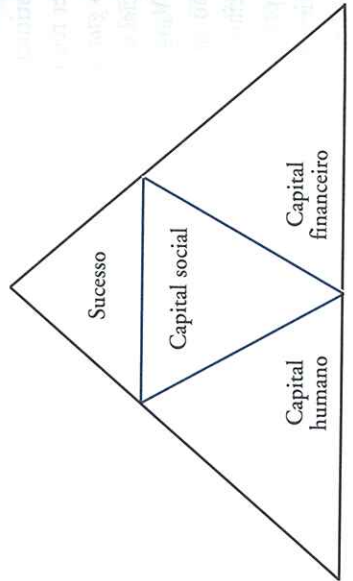
Um dos recursos mais usados na prossecução destas estratégias é a utilização de uma rede de relações de características recíprocas que apoie a existência, os objectivos e as actividades da empresa envolvida, tornando-a recorrentemente aceite pela envolvente onde actua. A essa rede de relações, os chineses dão o insinuante nome de *guanxi*. O primeiro carácter da palavra, *guan*, representa a transferibilidade da relação: se A tem *guan* com B e B com C, então B pode apresentar A a C ou vice-versa. De contrário, o contacto é impossível. Considere-se que A é uma empresa que pretende entrar em negociações com C e resolve escrever-lhe um fax propondo, ainda que com persuasão, uma colaboração mutuamente vantajosa. O fax não obterá qualquer resposta a não ser que A encontre um terceiro elemento, neste caso B, que o recomende a C, estabelecendo-se, então, uma relação pessoal. B deverá ter um *guan* satisfatório com A e C. O segundo carácter, *xi*, implica formalização e estrutura: os favores são creditados ou debitados numa conta corrente imaginária, mas perfeitamente consciencializada pelas partes envolvidas, para um pagamento posterior, quando e se for oportuno. "Não há urgência em utilizar o *guanxi* capitalizado; tal como um seguro, esperamos não vir a necessitar dele, mas é reconfortante sabermos que existe" (Ambler, 1994, p. 69). Pode também equiparar-se o *guanxi* a um cartão de crédito: varia de pessoa para pessoa, não é ilimitado e o seu cancelamento pode ter consequências graves.

Ahlstrom e Bruton (2001) reconhecem a importância de *guanxi* na obtenção da legitimidade, mas, numa linha crítica, alguns seguidores referem que, em anteriores escritos, se tem dado demasiada ênfase ao seu papel no sucesso empresarial na RPC (p. 80). Esta linha crítica vai no sentido de argumentar que a China se tem vindo progressivamente a abrir ao mundo, que o *guanxi* se substitui ao sistema e, à medida que as estruturas institucionais do país avançam no sentido de uma economia de mercado, tenderá a ver reduzida a sua importância (Guthrie, 1998). Outros investigadores objectam que o *guanxi* é intrínseco à cultura milenar chinesa, com raízes profundas na estrutura social e que não pode ser eliminado por decreto (Park e Luo, 2001; Tsui e Fahr, 1997; Yang, 1994). Outros ainda distinguem diferentes manifestações de *guanxi* - questão que se discutirá mais adiante -, invocando que estabelecer boas relações comerciais (*gaohao shangye guanxi*) é diferente de utilizar as relações sociais para substituir procedimentos (*keao guanxi xue ban shouxi*) em situações económicas e políticas, prática que tem vindo a ser condenada pelo discurso oficial (Yang, 1994; Bian, 1994; Guthrie, 1998).

De facto, as economias em transição não beneficiam de um enquadramento institucional perfeito, mas, no mais perfeito dos enquadramentos institucionais, "existem relações especiais através das quais certos indivíduos conseguem contornar os ditames do mecanismo governativo" (Burt, 1992, p. 7).

Em Portugal, a situação que se seguiu imediatamente ao 25 de Abril, de destruturação das instituições, abriu vazios estruturais e institucionais que permitiram a emergência de grupos económicos (por exemplo, a Sonae) que puderam prosperar com relativa facilidade. À medida que a sociedade se vai estruturando, a malha dos vazios fica mais apertada e a existência de uma rede de relações torna-se ainda mais importante porque o acesso aos vazios se torna mais exclusivo. Numa sociedade completamente estruturada, as relações determinam o patamar acima daquilo que, em termos médios, se entende ser o sucesso. Ao descrever a estrutura social da concorrência, Burt (*ibid.*) explica convincentemente que a concorrência - omnipresente e sempre imperfeita - é uma questão de relações e não de atributos individuais. Cada indivíduo traz consigo três tipos de capitais: financeiro (dinheiro, crédito...), humano (saúde, beleza, inteligência...) e social (relações com outros indivíduos). Para cada tarefa, existem indivíduos ou organizações que a podem desempenhar tão bem como quaisquer outros, mas, ainda que com idêntico capital humano e financeiro, só alguns vão poder beneficiar da oportunidade em apreço: o critério é o capital social. De entre todos os indivíduos igualmente qualificados, apenas alguns conseguem as oportunidades mais compensadoras. De entre todos os produtos de idêntica qualidade, apenas alguns conseguem dominar o mercado. De entre os trabalhos académicos de elevada qualidade, apenas alguns conseguem ser conhecidos. "O êxito é determinado menos pelo que se sabe do que por quem se conhece" (Burt, *ibid.* p. 10), o que, por acaso, também é um provérbio chinês. A ideia poderá ser ilustrada por um diagrama representando um triângulo formado por quatro outros mais pequenos:

FIGURA 5
O capital social sustenta o sucesso



O triângulo superior representa o objetivo geral de qualquer indivíduo ou organização; o triângulo inferior esquerdo, os atributos individuais de cada um; e o inferior direito, os recursos financeiros que são necessários reunir para qualquer empreendimento. O triângulo que une e sustenta os três elementos é o central, o triângulo das relações.

Numa economia em transição, os empresários podem beneficiar da transição em si, acedendo aos vazios institucionais, plenos de oportunidades para quem consegue legitimá-los. Numa economia de mercado, a vantagem competitiva é uma questão de acesso a vazios estruturais: um hiato entre dois indivíduos ou organizações com recursos ou informação complementares. Em ambos os casos, a análise de Burt é perfeitamente adequada: "Para ter êxito, um participante fora de uma determinada rede de relações tem de ter acesso a um parceiro estratégico já estabelecido na rede. O acesso desse parceiro aos vazios estruturais [institucionais] é determinante para as oportunidades empresariais desse elemento estranho até que este seja aceite como um participante legítimo dentro da rede" (1992, p. 81). Por outro lado, o controlo - sobre os recursos, sobre a informação, sobre a autoridade burocrática - nunca é absoluto; é sempre negociado, o que envolve um contínuo uso de relações. O sistema - da China ou qualquer outro - não é perfeito e, na sua falha, a única coisa que os empresários (ou outros indivíduos) têm, é a sua rede de relações.

O que se pretende dizer é que a importância das relações é universal - as relações sociais influenciam as relações económicas e as decisões - pelo que, por maioria de razão, não se afigura que esteja ou venha a ser diminuída na China, apesar da estruturação das instituições no sentido de uma economia de mercado.

RELAÇÕES E O (AB)USO DAS RELAÇÕES (GUANXI, GUANXI XUE)

Na última década, diversos académicos têm vindo a estudar o fenómeno do *guanxi* e o papel que desempenha na estrutura da sociedade chinesa, em particular no que respeita à sua influência nas transações comerciais ao longo do processo de reforma económica. Significando literalmente "ligações ou relações sociais", *guanxi* não é um termo absolutamente definido. Refere-se a um fenómeno cultural e, como tal, tem sido descrito de diferentes formas, por diferentes investigadores. Algumas definições incluem: "redes relacionais de malha espessa, apertada" (Yeung e Tung, 1996, p. 54); "relações interpessoais" (Leung *et al.*, 1996, p. 749); Xin e Pearce, 1996, p. 1641); "um passaporte para lidar com assuntos complicados ou um elemento equilibrador das relações de poder" (Trigo e Zhao, 1994; Trigo, 1995b) e "uma porta ou uma passagem" (Yeung e Tung, *ibid.*, p. 54). Tsui e Fahr (1997, p. 59) notam que "a literatura, em chinês ou em inglês" não é consensual quanto à tradução ou definição do termo

guanxi. Em entrevista pessoal, em Novembro de 2001, Anne Tsui² admitiu que o termo em chinês é demasiado abrangente e fluido para poder ter uma tradução adequada e, por outro lado, tudo o que, na língua chinesa, se refira a relações tem uma única palavra representativa: *guanxi*, o que obriga à consideração de uma diversidade de dimensões desde económica ou social até ética ou moral. Dunfee e Warren (2001, p. 192) preferem uma explicação do conceito através de diversos analogismos e antónimos ocidentais que, ainda assim, admitem serem imperfeitos: "... construção e manutenção activa de uma rede de relações, reciprocidade ou nepotismo. Antónimos [...] seriam imparcialidade ou mérito objectivo".

Segundo Bian (1994), *guanxi* pode referir-se a uma de três coisas: (1) à existência de uma relação entre pessoas que partilham um determinado estatuto de grupo ou que estão ligadas por uma pessoa em comum; (2) às relações contínuas e frequentes entre pessoas; e (3) a um contacto pessoal concreto, ainda que a interacção directa seja ténue, situação esta que se assemelha ao conceito desenvolvido por Mark Granovetter (1973) sobre a força dos elos fracos, lançando uma perspectiva iluminadora sobre os benefícios de vazios estruturais em termos de informação. Por sua vez, Tsang (1998) argumenta que, no seu início, *guanxi* deve ter uma base, ou familiar (laços de sangue entre as partes) ou social (pertencer à mesma vizinhança, frequentar a mesma escola, trabalhar na mesma organização). As ligações familiares representam *guanxi* "atribuído" ou herdado, enquanto que as ligações sociais, porque representam *guanxi* "realizado", têm de ser cultivadas ao longo do tempo (Yeung e Tung, 1996).

Porém, possuir uma base de *guanxi* é insuficiente para manter uma rede de relações. Os participantes devem interagir, trocar favores, construir confiança e credibilidade, trabalhar activamente para consolidar e manter a relação: não se pode criar *guanxi* a partir de um contacto isolado, ainda que envolva o pagamento de um qualquer suborno. Nas suas várias dimensões, o *guanxi* tem um papel importante na sociedade chinesa, representando um indicador de confiança e de integridade num sistema onde as instituições de apoio estão muitas vezes ausentes (Lovett *et al.*, 1999). Pode, também, constituir uma rede de relações informal para ultrapassar a ineficiência de uma burocracia comunista (Xin e Pearce, 1996).

Mais recentemente, Park e Luo (2001) revêem a utilização do *guanxi* e a sua influência no desempenho, referindo que as empresas chinesas o utilizam para gerir a interdependência organizacional e para ultrapassar desvantagens institucionais, deficiências estruturais e outras ameaças da envolvente, existindo diversos princípios que caracterizam uma rede de *guanxi*. Em primeiro lugar, o *guanxi* é transferível entre as partes: de A para C, através do intermediário B. Em segundo, é recíproco: não se pode confiar em alguém que recusa retribuir um favor, embora este não tenha de ter

um valor equivalente. A rede chinesa de *guanxi* liga frequentemente pessoas em posições desiguais, e é aceitável que a parte mais fraca solicite favores especiais sem retribuir obrigações de nível idêntico. Em terceiro lugar, o *guanxi* é intangível: os membros estão ligados através de um código invisível de reciprocidade e equidade. A sua não observação implica perda de reputação, de prestígio e de face. Por fim, o *guanxi* é instrumental e utilitário e não emocional. Baseando-se inteiramente na troca de favores, o *guanxi* não obriga a amizade, embora a existência desta seja preferível.

Alguns investigadores empíricos sobre empresários privados na China (Park e Luo, 2001; Trigo, 1995a, 1995b; Xin e Pearce, 1996; Young, 1995) sugere que as empresas privadas utilizam *guanxi* como substituto do apoio institucional formal, além de a sua prática servir para aceder a novos clientes, conservar os existentes, contratar pessoal, facilitar a execução das operações e procedimentos do dia-a-dia, e para evitar fiscalizações governamentais. No seu trabalho comparativo, Xin e Pearce (1996) identificaram que os empresários privados dão mais importância às relações, invocam a necessidade de *guanxi* para protecção e oferecem mais presentes não retribuídos do que os directores de empresas estatais ou híbridas (empresas que usam o "chapéu vermelho").

PERCEPÇÕES EM MUDANÇA

Enquanto a China se vai cautelosamente integrando no sistema económico mundial, mudanças profundas vão, de facto, ocorrendo na envolvente empresarial interna. Algumas dessas mudanças incluem: um aumento da importância do sector privado e, em consequência, uma maior aceitação do mesmo a todos os níveis; uma maior importância do sistema legal; mudanças na forma de trabalhar e dirigir as empresas; uma maior concorrência entre empresas; e um aumento do investimento estrangeiro.

Todas estas mudanças contribuem para introduzir algumas modificações na forma como é encarado e utilizado o *guanxi*, especialmente na sua dimensão de substituição do sistema legal, o que tem provocado algum debate. Por exemplo, Guthrie (1998) é da opinião que o rumo em direcção a uma economia de mercado tem forçado a China a fomentar a eficiência e a desincentivar as transacções com base no *guanxi*: "... face às políticas de auto-responsabilização e a um maior rigor nas restrições fiscais, as organizações não podem continuar a favorecer as relações pessoais, ignorando os imperativos do preço e da qualidade" (p. 264). Porém, alguns investigadores (e.g., Garten, 1998, pp. 173-174) discordam: "... por muitas décadas futuras, a estrutura do governo chinês continuará a ser bastante menos importante do que os agentes que a compõem. Mais do que em qualquer outro grande país, será um sistema não de leis e instituições, mas de pessoas e de relações". Outros argumentam que o *guanxi* irá até

ganhar importância nas transacções internacionais, porque fornece um meio mais eficaz de transmitir confiança do que os contratos legais formais (Lovett *et al.*, 1999).

O argumento de Guthrie (1998) apresenta algumas cambiantes que vale a pena referir. Pegando nas classificações de Yang (1994) e de Bian (1994), Guthrie distingue entre *guanxi* (relações) e *guanxi xue* (literalmente, uso do *guanxi*), ou seja, a prática ou a "arte" na utilização de *guanxi*: a utilização que se faz das relações para se alimentar uma "economia de presentes", a fim de se ganharem favores e de se ultrapassarem procedimentos com fins específicos. No entender de Guthrie, *guanxi xue* é considerado corrupção e é crescentemente um tabu para as grandes empresas urbanas onde muitos dos seus gestores consideram esta prática desnecessária e perigosa à luz das novas regulamentações e proibições. Por outras palavras, a técnica (ou a arte) de construir e manipular *guanxi* é *guanxi xue*.

É um facto que o discurso oficial vai no sentido de condenar o *guanxi*, pelo que alguns participantes neste estudo apressaram-se a negar a sua influência no sucesso dos seus negócios, deixando perceber uma vontade de estar em conformidade com as directivas em vigor e de "parecer bem" aos olhos de um ocidental. Tem sido, de resto, a literatura ocidental a questionar o estatuto ético do *guanxi*, identificando-o frequentemente com corrupção e como um mal para todos os que desejam fazer negócios na China. Outros defendem a moralidade do *guanxi*, o que levou Tsang (1998, p. 66) a afirmar, de uma forma bastante ilustrativa, que "o *guanxi* está para a corrupção, tal como a bebida está para a bebida" e Lovett e colaboradores (1999) a considerarem que a ética do *guanxi* não pode ser avaliada pelas normas universalistas do Ocidente.

A distinção defendida por Guthrie ajuda a diferenciar dois conceitos dentro de um só termo: (1) por um lado, o *guanxi* enquanto um exercício necessário no decurso das reformas e nas transacções comerciais em qualquer economia de mercado; (2) por outro, *guanxi xue*, que envolve a troca de presentes, de favores e de banquetes, e também o cultivo de relações pessoais e redes de dependência mútua com o objectivo de, na sua essência, gerar obrigações e endividamento de natureza não monetária (Yang, 1994, p. 6).

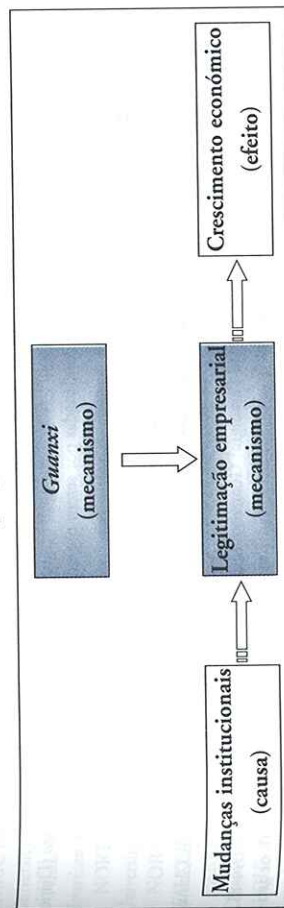
Segundo Yang, o conceito genérico de *guanxi* tem raízes culturais e históricas profundas na ética Confucionista de relações familiares e interpessoais e no sistema de clã, enquanto que *guanxi xue* é um produto relativamente recente que emergiu de dois factores: (1) da fragmentação social que ocorreu durante a Revolução Cultural e que obrigou as pessoas a socorrerem-se das suas relações para garantir a sobrevivência diária; e (2) da própria reforma económica, em resultado da influência do "individui-

alismo burguês" do capitalismo ocidental e da sua "ética de ganho em proveito próprio"¹⁰.

Embora útil, esta distinção é, na prática, algo obscura. É um facto que o Governo Chinês está a construir um sistema legal que irá governar as decisões e as práticas dos actores económicos. Através deste, o Estado incita as empresas - em especial nos centros urbanos da zona costeira oriental - a lidarem com as actividades económicas de forma que sejam sancionadas pelo sistema e, à medida que o governo transfere cada vez mais responsabilidades para o sector privado, as restrições do mercado irão obrigá-lo a considerar factores que façam sentido do ponto de vista económico, tornando-se cada vez mais difícil impor serviços e produtos na mera base do *guanxi* sem considerações de preço ou qualidade. O mercado começou a ser a nova palavra de ordem, ditada de cima para baixo e que as empresas, com militância politicamente correcta, devem repetir. Mas o empreendedorismo é um processo que se desenvolve de baixo para cima, um processo que se faz com pessoas. As relações, em geral, e o *guanxi*, em particular, são formas dos empresários fazerem mais coisas, mais depressa e com melhores resultados. Em certos casos, algumas formas de *guanxi* (ou antes, de *guanxi xue*) podem já não ser consideradas apropriadas e os empresários farão melhor em seguir as auto-estradas do sistema. Porém, as auto-estradas são ainda poucas - os condutores podem, a qualquer momento e, milagrosamente sem risco de acidente ou punição, fazer súbitas voltas em U - enquanto à sua volta ou longe delas proliferam desvios e atalhos que as empresas devem conhecer para garantirem sucesso e liberdade de operações.

O *guanxi* é um mecanismo que permite às empresas chinesas não só acumularem capital social, mas também negociarem com participantes-chave posições nos hiatos proporcionados pela envolvente, para assim garantirem a sua viabilidade (o que pode também ser ilustrado por recurso à Figura 6), para além de que é consistente com a noção de vazios estruturais de Ronald Burt e pode reproduzir-se assim:

FIGURA 6
Guanxi: um mecanismo que permite a legitimação empresarial



Devido à incerteza e confusão inerentes à transição económica chinesa, as empresas privadas utilizam *guanxi* como uma forma (um mecanismo) de procurar legitimação para as suas actividades e devem fazê-lo continuamente porque o poder nunca foi tão efêmero e incerto nas mãos dos agentes que hoje o detêm: a mudança de posições é frequente nos diferentes níveis da hierarquia, a par com as reformas, precisamente, entre outras razões, numa tentativa de combater, de cima para baixo, o *guanxi*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo procurou reunir os conceitos teóricos subjacentes ao fenómeno do empreendedorismo, avaliar o papel das instituições em relação à iniciativa empresarial, bem como a sua contribuição para o crescimento económico, utilizando o caso paradigmático da China. Explorando o conceito de vazios estruturais, fornecido por Ronald Burt, foi discutida a ideia de que uma economia em transição tem necessariamente instituições incipientes e contraditórias que fornecem vazios institucionais, um activo de oportunidades empresariais que pode proporcionar energias ao desenvolvimento empresarial. Para tal, têm de existir mecanismos: (1) suficiente iniciativa dos agentes (empreendedorismo); e (2) a legitimação, com sucesso, das actividades empresariais, através de redes de capital social, neste caso, o *guanxi*.

NOTAS

1. Na definição de North (*op. cit.*, p. 27), custos de transacção são os custos incorridos com a medição dos atributos valorizáveis do que está a ser transaccionado e com a protecção de direitos, fiscalização e aplicação de acordos.
2. Para Ronald Burt (1992, p. 34), o termo "empreendedor" designa um tipo de comportamento.
3. Uma posição não muito diferente de Schumpeter (1942) ao comentar que o empreendedor é o indivíduo que consegue fazer coisas.
4. Burt define capital social como o conjunto de contactos detidos enquanto recursos, bem como a organização da sua estrutura numa rede de relações (1992, p. 12).
5. Burt argumenta que o comportamento empresarial é motivado por dois tipos de explicações: "push" inclui os factores psicológicos e culturais que empurram certos indivíduos a tornarem-se empreendedores; e "pull" sugere que a acção empresarial pode ser estimulada (*pusxada*) por uma promessa de sucesso.
6. Um conjunto de rituais formalmente organizado a fim de emprestar significado às questões provocadas pela mudança.
7. Universidade de Ciência e Tecnologia de Hong Kong.
8. Segundo Yang (p. 147), as discussões sobre *guanxi xue* apareceram pela primeira vez no *Renmin ribao* (Diário do Povo) em 1978, "tendo as práticas sido condenadas por serem prejudiciais ao país".

BIBLIOGRAFIA

- AHLSTROM, David e BRUTON, Garry D. (2001), «Learning from successful local private firms in China: Establishing legitimacy», *Academy of Management Executive*, Vol. 15, no. 4, pp. 72-83.
- AMBLER, Tim (1994), «Marketing's Third Paradigm: Guanxi», *Business Strategy Review*, Vol. 5 (4), pp. 69-81.
- BECKER, Howard S. (1986), **Writing for Social Scientists: How to start and finish your thesis, book or article**, The University of Chicago Press.

- BIAN, Yanjie (1994), «Guanxi and the allocation of urban jobs in China», *The China Quarterly*, no. 140, Dec., pp. 971-999.
- BIRCH, D. L. (1981), «Who Creates Jobs», *The Public Interest*, 65, pp. 62-8.
- BURT, Ronald S. (1992), **Structural Holes - The Social Structure of Competition**, Harvard University Press.
- DRUCKER, Peter (1985), **Innovation and Entrepreneurship: Practices and Principles**, New York, Harper & Row.
- DUNFEE, Thomas W. e WARREN, Danielle E. (2001), «Is Guanxi ethical? A Normative Analysis of Doing Business in China», *Journal of Business Ethics*, Vol. 32, pp. 191-204.
- ELSTER, J. (1989), **Nuts and Bolts for the Social Sciences - The Social Structure of Competition**, Cambridge University Press.
- Global Entrepreneurship Monitor, London Business School e Babson College, www.entreworld.org/gem2001.
- GRANOVETTER, Mark (1973), «The strength of weak ties», *American Journal of Sociology*, nº 78, pp. 1360-1380.
- GUTHRIE, Doug (1999), **Dragon in a Three-Piece Suit - The Emergence of Capitalism in China**, Princeton University Press.
- GUTHRIE, Douglas (1998), «The Declining Significance of Guanxi in China's Economic Transition», *The China Quarterly*, no. 154, Junho, pp. 255-282.
- HEDSTRÖM, Peter e SWEDBERG, Richard (1998), «Social mechanisms: An introductory essay», In HEDSTRÖM, Peter e SWEDBERG, Richard (Ed.), *Social Mechanisms: An analytical approach to social theory*, Cambridge University Press.
- JESUINO, Jorge Correia (2001), **Representação Social do Empresário**, Prefácio ao livro de Francisco Costa Pereira, Edições Sílabo.
- JOHNSON, S. e LOVEMAN, G. (1995), **Starting over in Easter Europe: Entrepreneurship and economic renewal**, Boston, Harvard Business School Press.
- LEUNG, T. K. P.; WONG, Y. H. e WONG, Syson (1996), «A study of Hong Kong businessmen's perceptions of the role of guanxi in the People's Republic of China», *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, pp. 749-759.
- LIU, Ya-Ling (1992), «Reform from Below: The Private Economy and Local Politics in the Rural Industrialization of Wenzhou», *The China Quarterly*, nº 130, pp. 293-316.
- LOVETT, Steve; SIMMONS, Lee C. e KALI, Raja (1999), «Guanxi versus the market: Ethics and Efficiency», *Journal of International Business Studies*, Vol. 30, pp. 231-248.
- MERTON, R. K. (1967), «On Sociological Theories of the Middle Range», *On Theoretical Sociology*, pp. 39-72, New York, The Free Press.
- MEYER, J. W. e ROWAN, B. (1978), «The Structure of Educational Organizations», In MEYER, M. W. (Ed.), **Environments and Organizations**, pp. 78-109, Jossey-Bess, San Francisco, CA.
- MEYER, John W. e SCOTT, W. Richard (1983), «Centralization and the Legitimacy Problems of Local Government», In MEYER, John W. e SCOTT, W. Richard (Ed.), **Organizational Environments: Ritual and Rationality**, Sage.
- MORRIS, Michael H. (1998), **Entrepreneurial intensity: Sustainable advantages for individuals, organizations and societies**, Quorum Books.
- MORRIS, M. H. e LEWIS, P. S. (1991), «Entrepreneurship as a Significant Factor in Societal Quality of Life», *Journal of Business Research*, 13 (1) August, pp. 21-36.
- NEE, Victor (1989a), «Peasant Entrepreneurship and the Politics of Regulation in China», In NEE, Victor e STARK, David (Eds.), **Remaking the Economic Institutions of Socialism: China and Eastern Europe**, Stanford University Press.
- NEE, Victor (1989b), «A Theory of Market Transition: From redistribution to markets in state socialism», *American Sociological Review*, 54 (5), pp. 663-681.
- NORTH, Douglass (1990), **Institutions, institutional change and economic performance**, Cambridge University Press.
- NORTH, Douglass (1998), «Understanding Economic Change», In NELSON, Joan M.; TILLY, Charles e WALKER, Lee (Eds.), **Transforming Post-Communist Political Economies**, National Academy Press.
- PARK, Seung Ho e LUO Yadong (2001), «Guanxi and Organizational Dynamics: Organizational Networking in Chinese Firms», *Strategic Management Journal*, pp. 455-477.
- QUILES, Jean-José (1997), **Schumpeter et l'évolution économique - Circuit, entrepreneur, capitalisme**, Éditions Nathan.

- SCHUMPETER, J. A. (1954) (1994), *History of Economic Analysis*, Ed. by SCHUMPETER, E. B., Oxford University Press.
- SCHUMPETER, J. A. (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Harper & Row.
- SCHUMPETER, J. A. (1939), *Business Cycles - a Theoretical, Historical and Statistical Approach of the Capitalist Process*, McGraw-Hill.
- SCHUMPETER, J. A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Trad. R. Opic da 2a. edição alemã (1926), Cambridge, Harvard University Press.
- SCOTT, W. Richard (1991), «Unpacking Institutional Arguments», In POWELL, Walter e DIMAGGIO, Paul (Eds.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*, pp. 164-182, University of Chicago Press.
- SHENKAR, Oded e VON GLINOW, Mary Ann (1994), «Paradoxes of Organizational Theory and Research: Using the Case of China to Illustrate National Contingency», *Management Science*, Vol. 40, nº 1.
- SHIRK, Susan L. (1993), «The Political Logic of Economic Reform in China», *California Series on Social Choice and Political Economy*, nº 24, University of California Press.
- SOLINGER, D. J. (1992), «Urban Entrepreneurs and the State: The merger of state and society», In ROSENBAUM, Arthur Lewis (Ed.), *State and Society in China: The consequences of reform*, pp. 121-141, Boulder, CO, Westview Press.
- STINTCHCOMBE (1993), «The Conditions of Fruitfulness of Theorizing about Mechanisms in Social Sciences», In SORENSEN, A. e SPILERMAN, S. (Eds.), *Social Theory and Social Policy: Essays in Honor of James S. Coleman*, pp. 23-41, Westport, CT, Praeger.
- STUDWELL, Joe (2002), *The China Dream - The Elusive Quest for the Greatest Untapped Market on Earth*, Profile Books.
- TRIGO, Virginia (1996), «A Face», *Expresso*, 6 e 13 de Abril.
- TRIGO, Virginia (1995a), «Chinese Entrepreneurs in Action», *Journal of Enterprising Cultures*, Singapura, Vol. 3, nº 3, pp. 389-403.
- TRIGO, Virginia (1995b), *The Upsurge of Private Entrepreneurship in China*, Germany, Huertl Editions.
- TRIGO, Virginia e ZHAO, Pincheng (1994), «O guanxi e o pombo voador», *Expresso*, 28 de Maio.
- TRIGO, Virginia (1994a), «O Chapéu Vermelho», *Expresso*, 20 de Agosto.
- TRIGO, Virginia (1994b), «Arroz em tigela de ferro», *Expresso*, 31 de Dezembro.
- TSANG, Eric W. K. (1998), «Can Guanxi be a source of sustained competitive advantage for doing business in China?», *The Academy of Management Executive*, Vol. 12, pp. 64-73.
- TSUI, Anne e FAHR, Jing-Lih Larry (1997), «Where guanxi matters: Relational demography and guanxi in Chinese contexts», *Work and Occupations*, Vol. 24, pp. 56-79.
- WALDER, Andrew (1995), «Local Governments as Industrial Firms: An Organizational Analysis of China's Transitional Economy», *American Journal of Sociology* 101 (2), pp. 263-301.
- XIN, Katherine R. e PEARCE, Jone L., (1996), «Guanxi: Connections as substitutes for formal institutional support», *Academy of Management Journal*, Vol. 39, pp. 1641-1658.
- YANG, Mayfair Mei-hui (1994), *Gifts, Favors and Banquets: The Art of Social Relationships in China*, Ithaca, NY, Cornell University Press.
- YEUNG, Irene Y. M. e TUNG, Rosalie L. (1996), «Achieving Business Success in Confucian Societies: The Importance of Guanxi (Connections)», *Organizational Dynamics*, Vol. 25, pp. 54-66.
- YOUNG, Susan (1995), *Private Business and Economic Reform in China*, M. E. Sharpe, Inc.
- ZHOU, Kate Xiao (1996), *How the Farmers Changed China*, Westview Press.

Reformismo e gestão social da informação

JOSÉ LACERDA FONSECA

Repensar os movimentos reformistas à luz das novas questões do défice de informação do eleitor e do consumidor, parece poder desenhar alternativas capazes de entroncar na tradição histórica dos movimentos reformistas. Uma gestão social da informação poderá vir a exigir novos processos de democracia mais directa, novos sistemas de economia pública e de planeamento central democrático, bem como um recenrar das sociedades em torno de certas funções da cultura. Aparentemente estas temáticas podem vir a ocasionar o ressurgimento das diferenciações entre forças políticas.

Difícilmente se poderá hoje dizer que existe um movimento organizado que apresente um sistema alternativo aos paradigmas do livre mercado económico e da governação articulada em torno da democracia parlamentar. O entendimento da cultura enquanto mercadoria submetível às dinâmicas do mercado é uma ideia que, embora contestada, não parece poder ser ultrapassada por qualquer novo sistema específico de regulação da produção e distribuição da cultura.

Contudo, uma análise das dificuldades informativas de consumidores e eleitores pode constituir um modo específico de analisar as bases do actual sistema político, económico e cultural. Embora com dificuldade e muita pouca certeza, é possível entrever novas atitudes face à informação capazes de sustentar reformas estruturais de largo alcance. Neste âmbito, é possível descrever sistemas de democracia mais directa e com tónica sobre as componentes cognitivas da participação política, perspetivar sistemas económicos baseados em novas formas de mediação, mais informada e negociada, entre oferta e procura e, também, entre concorrentes do lado da oferta. É, ainda, possível entrever sistemas culturais regulados de forma a tornar mais transparentes os seus conteúdos subliminares e mais promotores de reflexão sobre os processos de construção do desejo.

JOSÉ NUNO DE LACERDA FONSECA

Licenciado em Engenharia Agrícola, pela Universidade de Évora. Responsável pelo Carrefour Europeu de Informações do Oeste.
E-mail: jose.fonseca.8@netvisao.pt