

ESTRATÉGIA SOB O OLHAR SOCIOLÓGICO: REFLEXÕES PARA UMA AGENDA DE PESQUISA

Autoria: Edson Ronaldo Guarido Filho, Rene Eugenio Seifert, Charles Kirschbaum

RESUMO

Teorias predominantes no campo de estudos da estratégia têm sido tradicionalmente desenvolvidas em associação aos pressupostos derivados da economia, como unidade de análise individual, ator plenamente racional, otimização de decisões e mercados em equilíbrio. Ainda que tais abordagens tenham trazido sua contribuição para o entendimento deste fenômeno, o presente artigo foca em suas limitações, sobretudo na ausência de abordagens teórico-investigativas de base sociológica ou amparadas em outras áreas das ciências sociais. Nesta direção, e tendo em vista os desafios de combinar lentes investigativas diferentes, o presente artigo fundamenta-se na possibilidade do entendimento do fenômeno da estratégia enquanto ação social, tal como proposto na sociologia weberiana. Em termos gerais, dizer que uma ação tal como a estratégia é baseada em significados é reconhecer que esta possui um sentido, uma razão, causa, justificativa, e, nestes termos, pode ser entendida. Tal entendimento sugere que teorizar sobre estratégia é essencialmente um ato de atribuição de significados. Diante disso, o propósito deste trabalho envolve a apresentação de dimensões analíticas não privilegiadas no campo da estratégia e, com base nisso, a proposição de uma agenda de pesquisa que oriente futuros estudos. Em particular, quatro dualidades analíticas foram consideradas relevantes para a análise da estratégia: a) individualismo-coletivismo; b) escolha-restrição; c) realismo-construtivismo; e d) conflito-consenso. A partir delas, são apresentadas as contribuições de três conjuntos de perspectivas teóricas de base sociológica para o entendimento e pesquisa em estratégia: sociologia econômica e redes sociais, perspectivas críticas e institucionalismo organizacional. As contribuições do artigo para o campo consideram a necessidade de maior alinhamento teórico à prática estratégica, o reconhecimento de áreas de conhecimento ainda pouco investigadas e obscuras, e a necessidade da criação de pontes para conversação entre abordagens teóricas complementares. Ainda que tratadas de forma introdutória, argumenta-se que questões levantadas são relevantes e merecem atenção para o preenchimento de lacunas e o avanço do conhecimento no campo da estratégia, especialmente no que tange à ampliação do diálogo entre as perspectivas econômicas e sociológicas sobre estratégia e o reconhecimento do desequilíbrio analítico no campo.

INTRODUÇÃO

O campo de estudo da estratégia, historicamente, tem apresentado forte associação, em termos de integração teórica e metodológica, com vários segmentos da Economia, como organização industrial, custos de transação, teoria dos jogos e da agência, entre outros (Pettigrew, Thomas & Whittington, 2002, Hambrick, 2004). Contudo esforços em favor da fertilização do campo a partir de abordagens sustentadas em outros ramos do conhecimento, como psicologia e sociologia, vem gradualmente ganhando espaço (Bulgavov et al, 2007; Bowman, Singh & Thomas, 2002). Sem o propósito de unificação em torno do pilar econômico, essas iniciativas teóricas representam alternativas para a expansão de limites explicativos decorrentes de pressupostos derivados da economia, como unidade de análise individual, ator plenamente racional, otimização de decisões e mercados em equilíbrio (Bromiley & Perpenhousen, 2003; Zajac & Westphal, 2004a).

No Brasil, Bertero, Vasconcelos e Binder (2003) constataram que iniciativas como essas ainda representam uma pequena fração face à prevalência da ótica econômica nos estudos do campo da estratégia. De modo geral, à exceção de alguns poucos trabalhos vinculados à teoria institucional e à relação entre estratégia e cultura organizacional, o uso de fundamentos sociológicos ou amparados em outras ciências sociais são raros (Bertero, Vasconcelos & Binder, 2003, Kirschbaum & Iwai, 2011). Apesar disso, mais recentemente, é possível afirmar que parece haver interesse crescente nesse diálogo intelectual. Por um lado, são crescentes as pesquisas orientadas pela abordagem da estratégia como prática, embora ainda em volume pouco representativo, e, por outro, no âmbito da academia brasileira de Administração (Anpad), o recente tema lançado pela Divisão de Estratégia, cuja orientação remete para as perspectivas organizacionais e sociológicas da estratégia, aponta nesse sentido.

No campo da estratégia, diversos pesquisadores têm incentivado o contato mais efetivo com as ciências sociais e com o pensamento sociológico, em específico. Ruef (2003), por exemplo, em consonância com a proposta que apresentaremos adiante, defende a aproximação da sociologia weberiana. Com esse direcionamento, o autor critica o caráter a-histórico das abordagens tradicionais da área quanto ao vínculo que fazem às motivações instrumentais e à racionalidade estratégica. Conforme explica, as definições tradicionais de cunho econômico da estratégia admitem a racionalidade instrumental desconsiderando estruturas institucionais sob as quais a ação estratégica é apenas uma possibilidade, e não simplesmente um dado *a priori*. Contudo Ruef (2003) restringe seus comentários à contribuição pedagógica associada à sociologia organizacional no campo da estratégia, levantando questões que evidenciam o caráter mais próximo da prática efetiva dos atores no curso de suas ações reais.

Consonante com esses apontamentos, Clegg, Carter e Kornberger (2004) explicam que o problema central está na forma inadequada de conceituar a ação humana e, por conseguinte, a ação estratégica. Tradicionalmente compreendida com base na separação entre gestão e operação que, num sentido cartesiano, refere-se ao dualismo sujeito e objeto na ação estratégica, Clegg, Carter e Kornberger (2004) afirmam que esse entendimento tem conduzindo a falácias no pensamento estratégico decorrentes do positivismo a ele associado, especialmente no que toca ao planejamento estratégico. Essas falácias representam disparidades, por exemplo, entre o planejamento e a implementação, ou entre a mente planejadora e um corpo planejado, e, segundo os autores, retiram o foco etnometodológico da investigação da estratégia *in situ* por atores no exercício de práticas sociais (vide Whittington, 2004, 2006). Compreender a estratégia enquanto prática social requer análise sociológica, de tal modo que temas como poder, profissões, ética, linguagem e instituições, lançam luz sobre o estudo da estratégia a partir do que os atores fazem.

Nessa linha, Whittington (2004, 2006) já vinha se dedicando por meio do desenvolvimento da abordagem conhecida como estratégia como prática (*strategy as*

practice). Em convergência com os anteriores, o autor defende um olhar sociológico sobre o fenômeno da estratégia, especialmente como modo de superar a dicotomia entre conteúdo e processo estratégico. De acordo com Whittington (2007, p. 1575), sob o viés sociológico, “estratégia pode ser tratada como outras atividades institucionalizadas em nossas vidas”, o que significa considerar analiticamente aspectos como relacionamentos, imersão social e outros negligenciados, inesperados e não intencionados que estão subjacentes à prática corrente da estratégia em contextos de ação. Nesse sentido, estratégia existe “tanto como um episódio compacto quanto instituição social” (p. 1584), de tal modo que a investigação apropriada favorece a atenção não apenas a rotinas e procedimentos, mas também a aspectos discursivos e materiais, à performatividade dos atores e à recursividade vinculada à estruturação da estratégia enquanto prática social.

O presente artigo se insere nesse contexto e propõe discutir de modo mais detido alguns aspectos que potencialmente podem trazer luz sobre o fenômeno da estratégia quando analisado sob o olhar sociológico. Como ponto de partida, defendemos que o entendimento apropriado da estratégia seja realizado em convergência com a sociologia weberiana, mais especificamente com base na noção de ação ou conduta social. Dessa forma, a análise sociológica da estratégia, quando pautada na sociologia weberiana, está fundada na interpretação, mais propriamente no que toca à intersubjetividade dos agentes – ou o sentido social da ação em consideração à resposta de outros (Monteiro & Cardoso, 2002; Alexander & Giesen, 1987; Weber, 2000). Decorre disso que a ação estratégica não mais é compreendida como livre e específica ao ator isolado, mas dotada de sentido derivado de códigos culturais coletivos resultantes de processos sociohistóricos que definem os contextos institucionais da ação (Ruef, 2003). Por outro lado, não se descarta que ações contingentes tornam os padrões sociais dependentes de ações individuais capazes não somente de reproduzir, mas recriar o mundo social. No âmbito das teorias em estratégia, isso implica considerações acerca da atribuição de significados no curso da conduta de agentes socialmente imersos, no intuito de “compreender interpretativamente a ação social e assim explicá-la causalmente em seu curso e em seus efeitos” (Weber, 2000, p. 13-14).

Tendo isso em vista e os aspectos já tratados por Ruef (2003), Clegg, Carter e Kornberger (2004) e Whittington (2007), no presente trabalho procuramos adicionar elementos a esse debate. Nosso propósito envolve a apresentação de dimensões analíticas não privilegiadas no campo da estratégia e, com base nisso, a proposição de uma agenda de pesquisa que oriente futuros estudos. Tratadas como dualidades, cada dimensão, apesar de poder expressar fertilização do campo, nos termos de Pettigrew, Thomas e Whittington (2002), esboça o aparente antagonismo entre o fundamento econômico predominante nos estudos de estratégia e o olhar sociológico que propomos. Contudo também expressam certa tentativa de abarcamento (vide p. ex. Zajac & Westphal, 2004b) do projeto econômico e da explicação sociológica da estratégia numa concepção idealmente mais compreensiva (Zafirovski, 2005) e, em certo sentido, mais eclética (Abbott, 2004).

Para tanto, o artigo está estruturado em quatro seções além desta introdução. Primeiramente, procuramos aprofundar o fundamento sociológico weberiano por meio da discussão do conceito de ação social e da proposição da análise da estratégia enquanto tal. Na sequência, desdobramos dimensões associadas a essa proposição e destacamos seu potencial explicativo para as teorias em estratégia na medida que, sob o viés sociológico, expressam facetas alternativas ou componentes analíticos não privilegiados no campo. Foram consideradas quatro dimensões, expostas na forma de dualidades analíticas: individualismo-coletivismo, realismo-constitutivismo, escolha-restrição e conflito-consenso. Depois, com base na discussão precedente, propomos uma agenda de pesquisa que contempla espaços para o avanço no entendimento da estratégia a partir de diferentes perspectivas teóricas de base sociológica: sociologia econômica e redes sociais, perspectivas críticas e institucionalismo

organizacional. Por fim, são apresentadas as considerações finais em favor do olhar sociológico.

AÇÃO SOCIAL E ESTRATÉGIA

Não são poucas as tentativas de conceituar estratégia na literatura especializada. Normalmente, ao fazê-lo, pesquisadores seletivamente focalizam áreas que julgam ser de relevância. Provavelmente, uma das tentativas mais reconhecidas em mapear o conceito de estratégia é a de Mintzberg (1987). Segundo ele, estratégia é um fenômeno plural e pode ser entendido simultaneamente como plano, padrão, posição, perspectiva e truque (*ploy*). Também ortodoxa nessa direção é a distinção da estratégia organizacional em termos de processo, conteúdo e contexto (Wit & Meyer, 2004). Mais recentemente, alguns autores têm proposto que estratégia também pode ser vista como uma prática (Whittington, 2007).

Neste estudo, partimos do pressuposto estratégia é uma ação ou conduta social. Este entendimento é coerente com a proposição Weberiana que considera a ação social como a unidade essencial de observação e estudo nas ciências sociais (Weber, 1964). Para Weber, ação social é todo comportamento humano que possua significado para o ator. O pressuposto central nesse entendimento é que ação social distingue-se do comportamento meramente reativo; mais do que uma simples resposta a um estímulo, uma ação ou conduta social desenrola-se com base no conjunto de seus significados. Em termos gerais, dizer que uma ação tal como a estratégia é baseada em significados é reconhecer que esta possui um sentido, uma razão, causa, justificativa, e, nestes termos, pode ser entendida. Tal entendimento sugere que teorizar sobre estratégia é essencialmente um ato de atribuição de significados. Todavia, são inúmeras as perspectivas, ângulos e abordagens a partir das quais é possível atribuir significado ao fenômeno da estratégia.

Dimensões Analíticas da Ação Estratégica

Neste estudo, no intuito de discutir de modo mais detido aspectos que potencialmente podem trazer luz sobre o fenômeno da estratégia, são consideradas quatro dualidades analíticas tipicamente implícitas análise da ação social, a partir das quais diferentes significados podem ser atribuídas a mesma. Em particular, discutem-se as perspectivas: a) individualismo-coletivismo; b) escolha-restrição; c) realismo-construtivismo; e d) conflito-consenso. A partir disso, consideram-se diferentes perspectivas sociológicas que, focalizando diferentes aspectos da ação social, são capazes de contribuir para o entendimento da estratégia e apontar avenidas para pesquisa futura.

Individualismo Coletivismo

Historicamente, a perspectiva individualista na análise da ação social nasceu como um processo de secularização e rebelião contra as “hierarquias institucionais da sociedade tradicional” (Alexander, 1988: 14). Em termos gerais, entende os seres humanos e organizações como átomos individualizados e sua ação independente ou minimamente influenciada por relações coletivas (Alexander, 1988; Barnes, 2000; Emirbayer, 1997; Granovetter, 1985; Loyal & Barnes, 2001). Sob tal perspectiva, parte-se do pressuposto que a ação social pode ser explicada com referência exclusiva aos atores individualizados. Sob tal perspectiva Popper (1966, p. 98) argumenta que “todo fenômeno social, e especialmente o funcionamento das instituições sociais, devem sempre ser entendidas como resultantes das decisões, ações, etc. de seres humanos individuais... nós não deveríamos estar satisfeitos com uma explicação em termos daquilo que é costumeiramente chamado de ‘coletivo’”.

Em contrapartida, a perspectiva coletivista assume que uma ação jamais é independente e portanto, só pode ser entendida com base nas relações dinâmicas que se desenrolam no mundo social. Deste ângulo, entende que a conduta social é, em última análise,

a manifestação de relações sociais inseparáveis e de agentes altamente interdependentes e suscetíveis (Barnes, 2000; Emirbayer, 1997; Granovetter, 1985; Loyal & Barnes, 2001). Em outras palavras, a perspectiva assume que os atores sociais jamais podem ser encontrados e considerados em isolamento, portanto sua ação impossível de ser entendida sob a ótica individualista. Neste sentido, nega o pressuposto individualista que considera a possibilidade de explicar a ação social com base exclusiva em atributos auto-referenciados, sejam estes individuais, coletivos ou situacionais tais como: idade, sexo, predisposições psicológicas, valores, crenças, propósito, tamanho, classe social, status, raça, instituições sociais entre outros (Dewey & Bentley, 1949; Emirbayer, 1997; Emirbayer & Goodwin, 1994). É importante notar que em alguns casos, a perspectiva individualista apresenta-se sob a ótica do ‘individualismo interativo, e neste caso, comumente confundida com a perspectiva coletivista (Dewey & Bentley, 1949). Esta perspectiva enxerga o ator individual de alguma forma interconectado e nestes termos procura explicar sua ação com base nos atributos das interconexões estabelecidas entre atores individuais.

A perspectiva individualista de análise é dominante no campo no campo de estudos em estratégia. Deste modo, o processo de teorização é tipicamente realizado com base na suposição de que a ação estratégica é conduzida por atores individualizados. Assume-se que a ação estratégica é realizada com base nas capacidades e recursos do ator em questão e, sem necessariamente depender da ação de outras empresas ou atores sociais. Este entendimento fundamenta-se na visão que os atores podem independentemente utilizar suas capacidades, . vantagens, recursos e competências, no intuito de alcançar seus objetivos e interesses. Não por menos, em alguns casos, a lógica individualista é imputada ao próprio processo estratégico. Neste caso, o processo estratégico é entendido como uma sucessão de eventos independentes e autônomos que se desenrolam de acordo com mecanismos de conhecimento apreendidos no decorrer de suas atividades práticas da organização. Nestes termos, a lógica individualista considera que estratégia é um processo auto-propelido e autônomo que se desenvolve de acordo com sua própria lógica interna.

Escolha-Restrição

Provavelmente, determinismo e voluntarismo se constituem nas dimensões de análise mais comumente reconhecidas na análise sociológica contemporânea (Alexander, 1988; Burrell & Morgan, 1979). Sob a ótica determinista presume-se que a ação social, e no caso a estratégia, seja reativa, determinada, e em última análise previsível (Burrell & Morgan, 1979; Dawe, 1970; Whittington, 1988). Duas vertentes principais podem ser reconhecidas nesta posição: determinismo ambiental e determinismo do agente. A primeira considera as restrições externas ou estruturais sobre a ação (Burrell & Morgan, 1979). Em outras palavras, parte-se do pressuposto que os atores se adaptam e agem de acordo com as regras e pressões da estrutura social na qual estão imersos. Já na perspectiva do determinismo do agente, focalizam-se os fatores ou características internas, intrínsecas à natureza humana e, portanto, determinantes da ação social (Elster, 1979; Whittington, 1988). Esta vertente considera que a ação social é determinada por mecanismos internos do ator, suas preferências, predisposições e capacidades cognitivas de processamento de informações. Em ambos os casos, tanto sob a ótica do determinismo ambiental como do determinismo do agente, a possibilidade do ator agir de outra maneira [*to act otherwise*] (Giddens, 1984) permanece essencialmente restrita.

Em oposição à perspectiva determinista, a lógica voluntarista assume que os atores sociais possuem “livre-arbítrio” (Burrell & Morgan, 1979, p. 6) e portanto são capazes de “realizar seu potencial e criar uma verdadeira ordem social humana” (Dawe, 1970, p. 214). Nestes termos, a perspectiva abarca a possibilidade dos atores escolherem livremente de acordo com suas preferências e desejos.

A tradicional ênfase econômica de teorização estratégica, apesar de em alguns casos ser equivocadamente apresentada como uma abordagem da escolha individual, assume uma perspectiva de análise essencialmente determinista. Esta, fundamenta-se no pressuposto que estratégia organizacional é: (1) orientada à maximização dos lucros, e (2) dependente da posse de vantagens competitivas. Ao considerar o primeiro, pressupõe-se que os estrategistas não têm outra escolha senão a maximização do lucro para satisfazer sua natureza egoísta e ambiciosa, ou ainda, porque esta [maximização do lucro] é uma lei de sobrevivência em mercados competitivos. Além disso, ao considerar que a estratégia é dependente da posse de vantagens competitivas, teorias de orientação econômica, predominantes no campo, assumem que organizações sem nenhuma vantagem competitiva reconhecida têm capacidade de mudança estratégica limitada. Como sugere Teece et al (1997), a lógica implícita em teorias baseadas na posse de recursos, competências e vantagens competitivas, implica que, pelo menos no curto prazo, as empresas sejam dependentes do que possuem e tenham que viver com o que não têm. Além disso, estas teorias consideram que as empresas que eventualmente tenham identificado, seccionado e desenvolvido vantagens competitivas distintas, irão necessariamente utilizá-las. Assim, pressupõem que recursos e capacidades serão fielmente refletidas na ação estratégica, e desta forma ignoram que faz parte da própria natureza da ação que os atores tenham a prerrogativa da escolha pela utilização ou não dos recursos à sua disposição (Hindess, 1982; Whittington, 1986). Sob o pressuposto do determinismo, teorias dominantes de estratégia consideram que os seres humanos agem e comportam-se da mesma maneira, e assim, a prerrogativa da escolha estratégica torna-se irrelevante.

Determinismo estratégico pode ainda estar relacionado a duas hipóteses orientadoras de teorização no campo: dependência de caminho (*path dependency*) e contingencialismo. A primeira assume que a estratégia é um processo que se insere num sistema de ação-reação pelo qual os atores passivamente respondem a estímulos externos ou internos, com base na aplicação procedimentos de operação e regras de decisão pré-estabelecidos e que foram gradualmente aprendidos na experiência prática. Em outras palavras, acredita-se que por meio do aprendizado e da experiência, os atores desenvolvem programas de estímulo-resposta que dirigem o processo estratégico independentemente das escolhas feitas. De forma similar, a perspectiva determinista descansa sobre o pressuposto que estratégia é um fenômeno contingente, isto é, dependente das características da situação em que a organização se encontra. Desta forma, focalizam-se variáveis situacionais internas e externas, tidas como capazes de explicar os cursos da estratégia organizacional. Internamente, tipicamente focalizam-se aspectos como: tamanho organizacional, idade, capacidade de produção, tecnologia, intensidade de pesquisa e desenvolvimento, diversificação de produtos, educação, intencionalidade e atitude gerencial. Externamente, presume-se que a estratégia seja determinada por variáveis tais como: contexto social, intensidade tecnológica da indústria, turbulência ambiental, entre outras. Nestes termos, escolha estratégica torna-se irrelevante e assume-se que a estratégia seja determinada em função das contingências internas e externas da situação organizacional.

O pressuposto que a estratégia é um curso de ação social determinado falha em reconhecer o papel da escolha estratégica por aqueles que têm poder para tomar decisões nas organizações (Child, 1972). Vale notar que apesar deste argumento ter sido feito por Child no início dos anos 70, boa parte das teorias de estratégia dominantes no campo ainda ignoram o argumento. Isto não significa que estratégia deve ser vista como uma instância de ação social livre (como se poderia supor sob uma perspectiva de análise voluntarista). Pelo contrário, importa reconhecer que ainda que um curso estratégico seja restrito, ignorar o papel da escolha explica, ainda que parcialmente, boa parte das limitações teóricas enfrentadas pelas teorias dominantes no campo.

Realismo-Construtivismo

O debate realismo-construtivismo é provavelmente tão antigo quanto a própria história da filosofia. Sob uma perspectiva realista pressupõe-se que realidade social seja objetiva, externa e exista independentemente do sujeito. De acordo com Abbot (2004) tal reificação dos fenômenos sociais, dentro de suas premissas ontológicas, permite a ampliação do poder de explicação teórico. Nestes termos, quando se busca explicar como por exemplo a variável 'raça' está relacionada com variações no nível de renda, uma estratégia típica da perspectiva realista é fixar ou reificar o significado de 'raça', e a partir disso, estabelecer um modelo de previsão generalizável.

Em contraste, a perspectiva construtivista reconhece e procura explicitar que conceitos tidos como naturais, são produto da construção social (Berger & Luckmann, 1966). Nesta perspectiva, pressupõe-se que os seres humanos e a realidade social são fundamentalmente dependentes. Este entendimento considera que os seres humanos constroem e mantem um mundo de significados e, em última instância, agem com base em significados socialmente compartilhados (Berger & Luckmann, 1966; Schutz, 1972; Weber, 1964; 2004). Isto não significa que a realidade social é completamente constituída na mente do indivíduo, mas sobretudo que é intersubjetivamente negociada, compartilhada e sustentada (Sandberg & Targama, 2007).

Ao considerarmos as teorias da estratégica, nota-se que estas assumem preponderantemente uma perspectiva de análise ontológica realista. Isso se deve, principalmente, à obsessão dominante em estabelecer os antecedentes ou causas do desempenho organizacional. Essa afirmação traz consigo o axioma que a busca por explicações universais para o desempenho organizacional institucionalizou-se como elemento norteador das pesquisas no campo.

Entretanto, é possível observar o crescente aumento no volume de estudos conduzidos a partir da perspectiva construtivista (Wood & Mckinley, 2010). Por exemplo, Gioia e Chittipeddi (1991) propõe examinar a formação de sentido como função estratégica. Além disso, é crescente a busca pela articulação e diálogo entre as perspectivas realista e construtivista. Nesta direção, Alvarez e Barney (2007) estabelecem a complementaridade entre a atividade empreendedora enquanto “leitura das oportunidades objetivas” e “criação de novas oportunidades”.

Conflito-Consenso

É comum nas ciências sociais o entendimento de como as estruturas sociais buscam solucionar problemas de conflito em direção ao consenso ou à harmonia social. Na sociologia, essa posição esteve geralmente associada à escola funcionalista parsoniana. Parsons (1949) via nas estruturas sociais (principalmente institucionais) a fonte suficiente de incentivos e sanções para obter dos conformidade dos indivíduos. Segundo ele as estruturas sociais responderiam às possíveis discrepâncias entre os interesses dos indivíduos através de adaptação, reconduzindo o sistema social para o equilíbrio (Parsons, 1951).

Várias escolas, seja na Sociologia, Economia ou na Ciência Política lidam com o conflito como uma ameaça à ordem social e potencialmente promotora da fragmentação social (Segre, 1998). Sob a influência de pensadores neo-hobbesianos, o conflito é tipicamente visto como algo que deve ser evitado a todo custo, através do estabelecimento de instituições que ajudem a produzir escolhas coletivas. Se o conflito não pode ser resolvido através dos mecanismos de mercado, deve ser internalizado e resolvido pela organização (Coase, 1937; Williamson, 1973; Binmore, 1994).

Aqueles que buscam afastar-se do abordagem consensual se bifurcam em pelo menos dois grupos. O primeiro grupo, associado aos pesquisadores da Teoria Crítica, explora de que

forma os conflitos são camuflados ou mesmo silenciados. Nesta vertente, os pesquisadores problematizam a ideia de consenso, harmonia e buscam o elemento conflituoso inextrincável das relações sociais (Abbott, 2004). O segundo grupo, investiga de que forma os conflitos são constitutivos das relações sociais e desta forma promovem o aprimoramento das instituições sociais (Weber, 1952; Simmel, 1955). Assim, de forma distinta da orientação funcionalista, esse segundo grupo busca entender como o conflito explícito permite revigoramento das instituições (Coser, 1956).

A herança funcionalista na administração estratégica costuma ver a falha em resolver conflitos como um provável antecedente à desorientação e falta de direcionamento estratégico (Burgeois III, 1980). Uma vasta literatura estabeleceu-se com o objetivo de tornar os conflitos gerenciáveis (Thomas, 1976; Littlejohn, 2007). A solução para conflitos intraorganizacionais, segundo essa tradição, remete às estruturas internas de autoridade e controle. Nas últimas décadas, o conflito foi novamente tematizado na administração estratégica sob a égide de conflito entre principal e agente (Alchian & Demsetz, 2007) e custos de transação (Williamson, 1973). A teoria de agência ganhou uma vertente fortemente normativa, ao propor uma gama de arranjos contratuais e a difusão de práticas de governança que pudessem garantir o alinhamento de interesses (Eisenhardt, 1989). A escola da Teoria dos Custos de Transação vem influenciando principalmente a forma dos pesquisadores em entender a gestão de alianças estratégicas e gerir os riscos de “hold-up” (Gulati, 1998).

Em contraste, vários pesquisadores com maior influência da escola neo-weberiana buscam entender de que forma o conflito é imbricado e mesmo fomentado no processo de formação das estratégias. Por exemplo, Eccles e White (1988) exploram de que forma o conflito entre gestores médios beneficia a alta direção, na medida em que o conflito horizontal permite reduzir a assimetria de informação vertical.

AGENDA DE PESQUISA

A discussão precedente, ainda que introdutória, aponta áreas carentes de aprimoramento teórico e investigação empírica e que podem apresentar caminhos para o avanço do conhecimento no campo de estratégia. Neste intuito, consideramos nesta seção algumas abordagens teóricas de natureza sociológicas e seu potencial contributivo para o campo de administração estratégica.

Perspectiva da Sociologia Econômica e das Redes Sociais

Entre as diferentes perspectivas sociológicas, parecem-nos relevante as recentes contribuições das ideias e métodos desenvolvidos nas abordagens da Nova Sociologia Econômica e das Redes Sociais (Dobin & Baum, 2000).

Primeiramente, cabe tratar do problema da comensuração, na medida que trata da compreensão de como valores morais são ganham nova significação em torno de valores economicamente significativos. Conforme tratado no decorrer deste artigo, as teorias de estratégia têm evidenciado preocupação com a explicação do desempenho organizacional. Esta orientação traz como pressuposto o entendimento de que o desempenho é um valor universal entre os gestores e, desta forma, permite a comensuração de “fatores-chave para o sucesso”, para utilizar um termo comum entre gestores. Em contraste, a sociologia econômica vem problematizando a comensuração dos valores que orientam a ação individual e coletiva nas organizações (Stark, 2009). Nesse sentido, um espaço para a pesquisa se dá no sentido da compreensão de como iniciativas como “sustentabilidade”, “ética”, “responsabilidade” entre outras representativas de valores morais, mais cedo ou mais tarde, sob o pressuposto do desempenho como valor universal, são convertidas em variáveis objetivas e comensuráveis como “vantagem competitiva”, para que sejam legitimadas dentro da disciplina de estratégia (Rumelt, Schendel & Teece, 1991, Vasconcelos & Brito, 2004).

Outro caminho que pode ser pautado a partir das reflexões desenvolvidas no âmbito da sociologia econômica diz respeito à consideração de mercados como construções sociais. A discussão anterior apontou que os estudos em estratégia são normalmente desenvolvidos com base numa perspectiva realista do mundo social, considerando a pré-existência de mercados onde os atores estratégicos interagem em busca de vantagem competitiva. Diferentemente, pesquisadores em sociologia econômica, com forte influência de Karl Polanyi, vêm buscando compreender como mercados são construções sociais com o objetivo de mediar as transações (Polanyi, 1994, Fligstein, 1996). Exemplos disso são os trabalhos de Callon (1998) e Cetina e Bruegger (2002) que focam no problema da organização das transações econômicas, analisando como a sincronização entre atores dispersos depende da construção de dispositivos de mediação para permitir a interação.

Adicionalmente, os rumos para a pesquisa podem se beneficiar também da análise do papel da demografia das elites nas organizações na governança corporativa. Um dos pressupostos centrais da abordagem econômica é a estabilidade de preferências dos atores econômicos, aspecto há muito criticado por estudos clássicos na área da teoria das organizações (vide March, 1962). A resposta da abordagem econômica a essa crítica, no entanto, gravita no detalhamento do nível individual de análise de modo que, nas últimas décadas, a ênfase na maximização de utilidade e desalinhamento de interesses levou a uma profusão de estudos que hoje constituem o arcabouço dominante de ideias em governança corporativa (Fama & Jensen, 1983, Zingales, 1998). Sociólogos econômicos, em contraste, propõem que as preferências das firmas são influenciadas pela ascensão e queda das elites organizacionais, que por sua vez, são sustentadas por instituições sociais externas às organizações (Fligstein, 1990, Davis & Greve, 1997). Desse ponto de vista, as práticas de governança e a ênfase sobre o valor ao acionista não mais podem ser abordadas de modo dissociado de sua origem comum, reconhecendo, com isso, a interdependência das novas elites organizacionais e dos atores imbricados nos mercados financeiros.

Por fim, cabe ainda tratar das redes sociais e da imersão social (*embeddedness*) do ator econômico. Um dos pressupostos centrais à abordagem econômica na disciplina de estratégia é o pressuposto individualista em que o ator econômico pode ser modelado como um átomo (desinserido do contexto social) e egoísta (busca sempre maximizar seus ganhos materiais em detrimento do ganho de outros indivíduos). A sociologia econômica busca problematizar esse pressuposto, na medida em que vê a ação individual inserida em estruturas relacionais. Por exemplo, Granovetter (1973) buscou estabelecer a influência das redes sociais nas estruturas de oportunidade de indivíduos que buscavam emprego. Similarmente, a posição na rede pode ter um impacto direto sobre o potencial de geração de novas ideias de alto potencial (Burt, 2004) e sobre a sobrevivência das firmas (Kirschbaum, 2006). Kogut (2000), por sua vez, traz um bom exemplo de integração de intuições da sociologia econômica e da economia, ao investigar as rendas relacionais ligadas ao modo como o valor criado em uma rede é compartilhado entre os parceiros, concluindo que o imbricamento das relações em estruturas complexas faz com que a distribuição de rendas não seja fenômeno trivial.

Perspectivas Críticas

Outro caminho promissor para os estudos em estratégia de base sociológica se dá por meio das perspectivas críticas. Entendidas aqui sob uma diversidade de abordagens, tais perspectivas podem ser agrupadas em duas vertentes, segundo Paes de Paula, Maranhão, Barreto e Klechen, (2009), com base em Alvesson e Deetz (1999): teoria crítica e pós-modernismo. Sob essa abrangente classificação, a primeira vertente abarca abordagens de base marxista, neomarxista, frankfurtiana e psicanalítica, produzindo análises orientadas para a crítica do sistema capitalista de produção, focando atenção aos embates político-ideológicos em torno das estruturas de dominação e das potencialidades de emancipação (Vieira e Caldas,

2007). Já a vertente pós-modernista privilegia a oposição ao projeto iluminista (ou modernista) de sociedade, sustentado na razão e ideal de progresso, por meio de análises críticas de orientação histórica e discursiva dirigidas à desconstrução das grandes narrativas (ou meta-narrativas) que suprimem as narrativas locais e os conflitos marginalizados (Alvesson & Deetz, 1999). Em comum, segundo Davel e Alcadipani (2003) essas abordagens compartilham (i) uma visão desnaturalizada da administração, sob a qual há o questionamento sistemático das instituições modernas, haja vista decorrerem de processos históricos e de contextos conflituosos, de modo que não podem ser concebidas como auto-evidentes e livres das relações de poder; (ii) desvinculação da performance, no sentido de não estarem direcionadas pela lógica instrumental ligada ao cálculo utilitário de consequências, mas pela compreensão dos mecanismos de opressão, exclusão, dominação que descentralizam o sujeito, e (iii) intenção emancipatória, na medida que os estudos se pautam pela orientação em favor da autonomia, face às estruturas de dominação, e da consciência social.

Tais questões têm penetrado o âmbito dos estudos em estratégia. Hambrick (2004), por exemplo, expressa preocupação com o fetiche para com a teoria na área de estratégia, cuja obsessão tem feito com que ela se transformasse num fim em si mesma e, mais do que isso, com implicações disciplinares quanto ao risco de excessiva doutrinação dos pesquisadores em torno de perspectivas e pressupostos. Por conseguinte, os esquemas de compreensão teórica passam a distorcer a realidade, na medida que ela passa a se encaixar no modelo teórico, visto como discurso hegemônico. Tais questões estão presentes no trabalho de Grandy e Mills (2004) que, sob a ótica do pós-modernismo, discutem o estudo e a prática da estratégia como discurso. De acordo com os autores, "a maioria, se não todos, os modelos de pensamento estratégico alcançaram um nível de representação que está desconectado da realidade, eles são hiper-reais" (p. 1167); estudá-los como discurso, portanto, possibilita levantar questões sobre as "verdades" que circundam a aceitação naturalizada da estratégia (Grandy & Mills, 2004).

Similarmente, Clegg, Carter e Kornberger (2004) criticaram o viés modernista nas abordagens em estratégia, o qual tem conduzido a disparidades analíticas, em função de pressupostos não questionados sobre a gestão estratégica. Tal naturalização de pressupostos, para Shrivastava (1986), expressa o caráter ideológico da gestão estratégica que tende admitir modelos prescritivos sem validação factual, universaliza interesses da cúpula estratégica como representativos da organização, rejeita contradições e conflitos em favor de uma visão cooperativa do sistema organizacional, idealiza como o propósito único a orientação para objetivos econômicos de interesse da cúpula ou de *stakeholders*, naturaliza o ambiente econômico e a lógica de mercado livre em detrimento de outras lógicas sociais, entre outros aspectos. Tendo isso em vista, o autor propõe a compreensão da estratégia enquanto práxis, já que já que presume um conjunto de ações pautado por uma base ideológica que legitima estruturas de poder e distribuição de recursos. Nesse sentido, sob influência do pensamento habermasiano, convida pesquisadores a reformularem certos preceitos tomados como certos no âmbito da teoria, considerando todos os sujeitos (ou *stakeholders*) como participantes legítimos e competentes na negociação comunicativa em torno do discurso estratégico; e, com isso promover uma teorização menos opressiva e mais reflexiva quanto aos interesses dos modelos em estratégia. Clegg, Carter e Kornberger (2004), por sua vez, sugerem como agenda de pesquisa tratar de questões ligadas, por exemplo, ao modo como o poder e a política participam da criação estratégica. E perguntam: "Quais vozes são ouvidas [e quais são silenciadas] enquanto a estratégia é formulada? [...] O que é admissível em um ambiente de desenvolvimento de estratégias? E por quem? [...] Será o processo de formulação de estratégias organizacionais capaz de lidar com tamanha dissidência e subversão?" (p. 26).

No Brasil, trabalhos conduzidos por Alexandre Faria e colegas vem chamando atenção para reflexões críticas em torno da área de estratégia e estão sustentadas fortemente em análises pautadas sob a tese de que "fortalecer a 'abordagem estratégica' na área de estratégia

significa garantir o domínio da bagagem importada e não reconhecer que a área é um campo organizacional constituído e disputado por atores de diferentes naturezas e altamente dependentes do poder político, econômico e ideológico das grandes corporações" (Faria & Sauerbronn, 2008, p. 28). Nesse sentido, os autores têm chamado a atenção para a consideração de que "o conhecimento acadêmico tem sido uma das principais bases para a legitimidade [da autoridade] do estrategista da grande corporação" (Faria, Imasato, Guedes & Wensley, 2008), o que tem deixado de lado certos aspectos relevantes no tocante à gestão estratégica em economias emergentes, face à colonização resultante do conhecimento acadêmico, de caráter hegemônico, importado de regiões desenvolvidas e que de-legitima conhecimentos ou desconsidera *stakeholders* locais, como estrategistas de organizações públicas, e mantém invisíveis questões de política e poder (Faria, Wensley & Imasato, 2009, Faria, 2011); todos aspectos relevantes na teorização em estratégia em economias emergentes. Todas essas iniciativas evidenciam uma ampla agenda que pode ser de grande valor para a área de estratégia, na medida que remetem à dimensão não-consensual em torno do conhecimento em estratégia, reconhecendo o conflito como relevante não apenas no que tange à dimensão política e de poder inerentes à realidade organizacional, mas especialmente na forma de contradição e de subversão dos pressupostos tidos como certos no conhecimento e prática em estratégia. Diante disso, a reconsideração de meta-narrativas e dos entendimentos subjacentes divergem do realismo predominante na área, levantando questões associadas à ideologia e ao discurso que constroem ou são reproduzidos no meio acadêmico e profissional, produzindo efeitos reais sobre a realidade.

Institucionalismo Organizacional

O institucionalismo organizacional também tem se apresentado como uma via de exploração das perspectivas de base sociológica com os estudos em estratégia. Sob a ótica do institucionalismo organizacional está o caráter limitativo que atribuiu às abordagens racionais instrumentais e a atenção destacada à relação entre a organização e o ambiente, ambos entendidos como entidades culturais (DiMaggio & Powell, 1991). Nesse sentido, pesquisadores dessa perspectiva têm atribuído relevância ao plano cultural para indivíduos, grupos e organizações, expresso na forma de instituições, padrões de comportamento, normas, valores, crenças e pressupostos (Machado-da-Silva et al, 2003). De modo geral, o institucionalismo organizacional dá especial atenção a aspectos institucionais do ambiente, em composição com sua dimensão técnica, e suas implicações sobre a ação e comportamento organizacional, mas considera também temas ligados à compreensão de processos de produção, manutenção e transformação de normas sociais e ascensão de estruturas institucionais e formas organizacionais (Scott & Meyer, 1991). Sob o risco de supersimplificação, é possível destacar duas linhas interdependentes de interesse: a primeira com orientação sobre os efeitos do contexto institucional sobre as estruturas e práticas organizacionais, cuja ênfase recai em questões ligadas às influências decorrentes de pressões institucionais isomórficas presentes no campo organizacional (DiMaggio & Powell, 1983), bem como aqueles pautados pela análise de respostas estratégicas (Oliver, 1991); a segunda mais focada no entendimento das condições e influência das ações em processos de institucionalização, remetendo ao estudo de projetos de institucionalização conduzidos por atores sociais interessados na criação, manutenção ou ruptura de instituições (DiMaggio, 1988, Greenwood et al, 2008, Meyer, 2008). Nessa segunda linha, destacam-se, por exemplo, àqueles centrados no *institutional work* (Lawrence & Suddaby, 2006), empreendedorismo institucional (DiMaggio, 1988) e habilidades sociais (Fligstein, 1991). Internacionalmente, diversos estudos tem feito a conexão com temas ligados à área de estratégia. Oliver (1991) apresentou uma tipologia de respostas estratégicas, que vão da passividade à resistência, às pressões institucionais, enfatizando que a conformidade é apenas

uma hipótese a ser empiricamente analisada, já que fatores ligados ao grau de dependência de recursos podem fazer com que as organizações sejam mais ou menos ativas em face dessas pressões. Zajac e Westphal (2004), por sua vez, apresentaram elementos em favor de uma abordagem sociológica do valor de mercado. De acordo com os autores, a reação do mercado de ações às práticas organizacionais não é pautada apenas por expectativas quanto à eficiência econômica dessas práticas, mas também por aspectos institucionais associados ao seu caráter simbólico, na medida que sua difusão representa um padrão institucionalizado, mesmo que elas não haja evidência de ganho econômico. Similarmente, Rao (1994) e Love e Zajack (2009) discutem a reputação organizacional a partir da dimensão simbólica e socialmente construída subjacente ao reconhecimento generalizado da organização por observadores externos. Diferentemente dos tratamentos tradicionais que a consideram como um ativo intangível à luz da visão baseada em recursos, os autores apresentam elementos que associam a reputação à legitimidade, face ao entendimento compartilhado de que a organização está em conformidade com expectativas e normas sociais prevalecentes no contexto institucional (Rao, 1994). Em convergência com as observações de Ruef (2003), esses estudos mostram que aspectos institucionais são inerentes ao mercado, de modo que as orientações que pautam a prática estratégica, como por exemplo a lucratividade, não são fenômenos ahistóricos, mas condicionados e decorrentes contextos específicos. Além disso, diferentes lógicas de ação parecem participar simultaneamente da atividade estratégica, implicando no reconhecimento de componentes que vão além da racionalidade instrumental (Ruef, 2004). Exemplo disso pode ser encontrado em Lawrence e Phillips (2004) que, a partir de análise sobre a emergência do setor de observação de baleias no Canadá, defendem uma visão ampla e processual da estratégia, em contraposição a perspectiva da ação racional, localizando-a em contextos discursivos e relacionais que influenciam o conteúdo e os resultados das ações.

No Brasil, Machado-da-Silva e colegas realizaram diversos estudos, sob o viés interpretativo, para analisar o condicionamento cognitivo das escolhas estratégicas em face do contexto institucional. Exemplos disso podem ser encontrados em Machado-da-Silva e Fernandes (1999), Machado-da-Silva e Barbosa (2002). Machado-da-Silva e Fonseca (1996) fizeram ainda uma proposta de aproximação do institucionalismo organizacional com a noção de competitividade, sugerindo que "mesmo a criação, consolidação e a alteração de padrão de concorrência vigente em um determinado setor configuram-se por elementos que transcendem a mera consideração de aspectos de eficiência técnica ou de desempenho" (p. 109-110). A competitividade, segundo os autores, "vincula-se a crenças e valores externamente aceitos e compartilhados, interpretados de acordo com o quadro de referência cultural e relacional da organização" (p. 110). Seguindo essa linha, Queiroz, Vasconcelos e Goldszmidt (2007) incorporam à discussão sobre processo estratégico o conceito de legitimidade, propondo sua consideração como recurso, ou meta-recurso, capaz de influenciar retornos sustentáveis acima da média. Crubellate, Pascucci e Grave (2008), por sua vez, propõem a abordagem da visão baseada em recursos legítimos, conectando a VBR com o institucionalismo. Nesse sentido, os autores sugerem que "não somente o valor de um recurso, como também o próprio fato de algo ser considerado recurso decorrem das dimensões cognitiva e institucional" (p. 16).

Todos esses trabalhos apontam uma agenda de pesquisa que pode ser contemplada nos estudos em estratégia. A pesquisa em estratégia pode se pautar por questionamentos acerca das bases institucionais que condicionam o pensamento e a prática estratégica, dos jogos de poder e as relações interorganizacionais que participam da promoção das condições de existência das organizações, indo além da noção tradicional de planejamento formal e posicionamento estratégico, da influência do papel de empreendedores institucionais e outros atores sociais na construção dos padrões institucionais, dos limites à racionalidade instrumental na ação estratégica, entre outros pontos (vide, por exemplo, Crubellate, Grave e Mendes, 2004). Além disso, por meio da perspectiva institucional é possível abordar a própria

área de estratégia enquanto campo organizacional e prática social (vide Whittington et al, 2003 e Machado-da-Silva & Vizeu, 2007).

Por fim, sob a ótica do institucionalismo organizacional, na medida que consideram o ambiente culturalmente constituído e, por conseguinte, instituições culturais-cognitivas, abre-se espaço para uma pesquisa em estratégia que privilegie aspectos não realistas, em favor de perspectivas mais interpretativistas e construtivistas. Além disso, o reconhecimento de que os atores sociais, incluindo organizações e estrategistas, estão imersos no contexto institucional, reduz a ênfase tradicional sobre o ator isolado e plenamente racional, o qual passa ser melhor compreendido sob um enfoque coletivista, seja no sentido relacional de mútua influência na construção de estratégias, seja na consideração da própria racionalidade enquanto conhecimento compartilhado em torno dos recursos, condições e cursos viáveis para a ação. Decorre disso que escolha e restrição passam a ser concebidos como fatores interrelacionados, depondo contra o mito da autonomia do estrategista ou do plano racional da estratégia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo, procuramos expandir os limites explicativos das teorias de estratégia fortemente vinculados aos pressupostos da teoria econômica. Para tanto, propusemos a aproximação do conceito de estratégia enquanto uma ação ou conduta social tal como proposto na sociologia weberiana. Esta aproximação permitiu a reflexão sobre a ação e o campo da administração estratégica a partir de quatro dualidades analíticas: individualismo-coletivismo, escolha-restrição, conflito-consenso, e realismo-construtivismo. Ademais, permitiu-nos reconhecer áreas de deficiência teórico-empírica em face da ênfase econômica em aproximar-se do fenômeno da estratégia sob a ótica positivista, individualista, determinista e consensual. A partir disso, procuramos apontar contribuições para o entendimento da estratégia a partir de perspectivas teóricas de base sociológica, entre elas: sociologia econômica e redes sociais, perspectivas críticas e institucionalismo organizacional.

Vale notar que os esforços realizados nessa direção não pretenderam ser definitivos. Pelo contrário, representam um esforço de promover o debate teórico tendo em vista o avanço do conhecimento dos estudos de estratégia a partir de diferentes lentes de análise. Entendemos que iniciativas como esta têm papel fundamental no desenvolvimento de teorias e modelos explicativos cada vez mais relevantes, na identificação de áreas de conhecimento ainda pouco investigadas e obscuras, bem como para criação de pontes tendo em vista o diálogo e complementação teórica. Nesta direção, acreditamos que, apesar do tom introdutório do artigo, as questões levantadas são relevantes e merecem atenção. Entre elas, a necessidade da ampliação do diálogo entre perspectivas econômicas e sociológicas sobre estratégia, o reconhecimento do desequilíbrio analítico no campo e as contribuições potenciais de teorias de base sociológica para o entendimento da estratégia.

REFERÊNCIAS

- Abbott, A. D. (2004). *Methods of discovery: heuristics for the social sciences*. WWNorton.
- Alchian, A. A. & Demsetz, H. (2007). *Teoria das organizações: produção, custos de informação e organização econômica*. São Paulo: Atlas.
- Alexander, J. C. (1988). *Action and its environments: toward a new synthesis*. New York: Columbia University Press.
- Alexander, J. C. & Giesen, B. (1987). From reduction to linkage: the long view of the micro-macro debate. In J. C. Alexander et al. (eds.). *The micro macro link*, pp. 1-42. Berkley: University of California Press.
- Alvarez, S. A. & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 11-26.

- Alvesson, M. & Deetz, S. (1999). Teoria crítica e abordagens pós-modernas para estudos organizacionais. In S. Clegg, C. Hardy, W. R. Nord, M. Caldas, R. Fachin & T. Fischer, T (eds). *Handbook de estudos organizacionais*, pp. 227-266. São Paulo: Atlas.
- Barnes, B. (2000). *Understanding agency: social theory and responsible action*. London: Sage.
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge*. London: Penguin Books.
- Bertero, C. O., Vasconcelos, F. & Binder, M. (2003). Estratégia empresarial: a produção científica brasileira entre 1991 e 2002. *Revista de Administração de Empresas*, 43(4), 48-62.
- Binmore, K. (1994). *Playing fair: game theory and the social contract*. Cambridge: MIT.
- Bourgeois III, L. J. (1980). Performance and consensus. *Strategic Management Journal*, 1(3), 227-248.
- Bowman, E., Singh, H. & Thomas, H. (2002). The domain of strategic management: history and evolution. In A. Pettigrew, H. Thomas & R. Whittington (eds). *Handbook of strategy and management*, pp. 31-51. London-New York: Sage.
- Bromiley, P. & Papenhausen, C. (2003). Assumptions of rationality and equilibrium in strategy research: the limits of traditional economic analysis. *Strategic Organization*, 1(4), 413-437.
- Bulgacov, S., Souza, Q. R., Prohmann, J. I. P., Coser, C. & Baraniuk, J. (2007). O campo da estratégia: domínio e limitações. In S. Bulgacov et al. *Administração Estratégica: teoria e prática*, pp. 1-28. São Paulo: Atlas.
- Burrell, G. & Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organisational analysis: elements of the sociology of corporate life*. London: Heinemann Educational.
- Burt, R. S. (2004). Structural Holes and Good Ideas. *American Journal of Sociology*, 110, 349-399.
- Callon, M. (1988). Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. In *The Laws of the Markets*. pp.1-57. Oxford: Blackwell Publishers.
- Cetina, K. K. & Bruegger, U. (2002). Global microstructures: the virtual societies of financial markets. *American Journal of Sociology*, 905-950.
- Child, J. (1972). Organizational structure, environment and performance: the role of strategic choice. *Sociology*, 6(1), 1-22.
- Clegg, S., Carter, C. & Kornberger, M. (2004). A "Máquina Estratégica": fundamentos epistemológicos e desenvolvimentos em curso. *Revista de Administração de Empresas*, 44(4), 21-31.
- Coase, R. H. (1937). The Nature of the Firm. *Economica*, 4, 386-405.
- Coser, L. A. (1956). *The functions of social conflict*. New York: Free Press.
- Crubellate, J. M., Grave, P. S. & Mendes, A. A. (2004). A questão institucional e suas implicações para o pensamento estratégico. *Revista de Administração Contemporânea*, 8, 37-60.
- Crubellate, J. M., Pascucci, L. & Grave, P. S. (2008). Contribuições para uma visão baseada em recursos legítimos. *Revista de Administração de Empresas*, 48(4), 8-19.
- Davel, E. & Alcadipani, R. (2003). Estudos críticos em administração: a produção científica brasileira nos anos 1990. *Revista de Administração de Empresas*, 43(4), 72-85.
- Davis, G. F. & Greve, H. R. (1997). Corporate elite networks and governance changes in the 1980s. *American Journal of Sociology*, 1-37.
- Dawe, A. (1970). The Two Sociologies. *The British Journal of Sociology*, 21(2), 207-218.
- Dewey, J. & Bentley, A. F. (1949). *Knowing and the known*. Boston: Beacon Press.
- Dobbin, F. & Baum, J. A. C. (2000). Economics meets sociology in strategic management: Introduction. *Advances in Strategic Management*. Stamford, CT: JAI Press.

- Eccles, R. G. & White, H. C. (1988). Price and Authority in Inter-Profit Center Transactions. *American Journal of Sociology*, 94, S17.
- Eisenhardt, K. (1989). Agency theory: An assessment and review. *The Academy of Management Review*, 14, 57-74.
- Elster, J. (1979). *Ulysses and the sirens: studies in rationality and irrationality*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Emirbayer, M. (1997). Manifesto for a Relational Sociology. *The American Journal of Sociology*, 103(2), 281-317.
- Emirbayer, M. & Goodwin, J. (1994). Network Analysis, Culture, and the Problem of Agency. *The American Journal of Sociology*, 99(6), 1411-1454.
- Fama, E. & Jensen, M. (1983). Separation of ownership and control. *The Journal of Law and Economics*, 26, 301.
- Faria, A. & Sauerbronn, F. F. (2008). A Responsabilidade Social é uma Questão de Estratégia? Uma Abordagem Crítica. *Revista de Administração Pública*, 41(6), 1-13.
- Faria, A., Imasato, T. & Guedes, A. L. & Wensley, R. (2008). O que estratégia tem a ver com capitalismo? In *Anais do XXXII EnANPAD*. Rio de Janeiro.
- Faria, A., Wensley, R. & Imasato, T. (2009). Rethinking Strategy in Latin America: A critical perspective from Brazil. In *Anais do IV Encontro de Estudos em Estratégia*, Recife.
- Faria, A. (2011). Repensando redes estratégicas. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(1), 84-102.
- Fligstein, N. (1990). *The Transformation of Corporate Control*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fligstein, N. (1996). Markets as Politics: a political-cultural approach to market institutions. *American Sociological Review*, 61, 656-673.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Berkeley: University of California Press.
- Gioia, D. A. & Chittipeddi, K. (1991). Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation. *Strategic Management Journal*, 12, 433-448.
- Grandy, G., & Mills, A. (2004). Strategy as simulacra? A radical reflexive look at the discipline and practice of strategy. *Journal of Management Studies*, 41(7), 1153-1170.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *The American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K. & Suddaby, R. (2008). Introduction. In Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K. & Suddaby, R. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*, pp. 1-46. London: Sage.
- Gulati, R. (1998). Alliances and Networks. *Strategic Management Journal*, 19, 293-317.
- Hambrick, D. (2004). The disintegration of strategic management: it's time to consolidate our gains. *Strategic Organization*, 2(1), 91-98.
- Hindess, B. (1982). Power, interests and the outcomes of struggles. *Sociology*, 16(4), 498-511.
- Kirschbaum, C. (2006). Renascença da indústria brasileira de filmes: destinos entrelaçados? *Revista de Administração de Empresas*, 46, 58-71.
- Kirschbaum, C. & Iwai, T. (2011). Teoria dos jogos e microsociologia: avenidas de colaboração. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(1), 138-157.
- Kogut, B. (2000). The network as knowledge: generative rules and the emergence of structure. *Strategic Management Journal*, 21, 405-425.
- Lawrence, T. B. & Phillips, N. (2004). From Moby Dick to Free Willy: macro-cultural discourses and institutional entrepreneurship in emerging institutional fields. *Organization*, 11(5), 689-711.

- Littlejohn, S. (2007). *Communication, conflict, and the management of difference*. Long Grove: Waveland Press.
- Love, E. G., & Kraatz, M. (2009). Character, Conformity, or The Bottom Line? How and Why Downsizing Affected Corporate Reputation. *Academy of Management Journal*, 52(2), 314–335.
- Loyal, S. & Barnes, B. (2001). “Agency” as a Red Herring in Social Theory. *Philosophy of the Social Sciences*, 31(4), 507-524.
- Machado-da-Silva, C. L. & Barbosa, S. L. (2002). Estratégia, Fatores de Competitividade e Contexto de Referência das Organizações: uma análise arquetípica. *Revista de Administração Contemporânea*, 6(3), 7-32.
- Machado-da-Silva, C. L. & Fonseca, V. S. (1996). Competitividade Organizacional: Uma Tentativa de Reconstrução Analítica. *Organizações & Sociedade*, 4(6), 80-98.
- Machado-da-Silva, C. L. & Vizeu, F. (2007). Análise Institucional de Práticas Formais de Estratégia. *Revista de Administração de Empresas*, 47(4), 89-100.
- March, J. G. (1962). The Business Firm as a Political Coalition. *The Journal of Politics*, 24, 662-678.
- Meyer, J. W. (2008). Reflections on institutional theories of organizations. In Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K. & Suddaby, R. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism*, pp. 790-811. London: Sage.
- Mintzberg, H. (1987). The Strategy Concept I: Five Ps For Strategy. *California Management Review*, 30(1), 11-24.
- Monteiro, J. C. S. & Cardoso, A. T. (2002). Weber e o individualismo metodológico. In: 3º Encontro Nacional da Associação Brasileira de Ciência Política. *Anais... 2002*. Extraído de www.cienciapolitica.org.br/encontro/toepol5.2.doc em 24/05/2004.
- Paes de Paula, A. P., Maranhão, C. S., Barreto, R. & Klechen, C. F. (2010). A tradição e a autonomia dos estudos organizacionais críticos no Brasil. *Revista de Administração de Empresas*, 50(1), 10-23.
- Parsons, T. (1949). Social Classes and Class Conflict in the Light of Recent Sociological Theory. *The American Economic Review*, 39(3), 16-26.
- Parsons, T. (1951). *The Social System*. Glencoe: Free Press.
- Pettigrew, A., Thomas, H. & Whittington, R. (2002). Strategic management: the strengths and limitations of a field. In A. Pettigrew, H. Thomas & R. Whittington (eds). *Handbook of strategy and management*, pp. 3-30. London: Sage.
- Polanyi, K. (1944). *The Great Transformation*. New York: Rinehart & Company.
- Popper, K. (1966). *The open society and its enemies* (Vol. 2). London: Routledge.
- Queiroz, M. A. L., Vasconcelos, F. C. & Goldszmidt, R. G. B. (2007). Economic rents and legitimacy: incorporating elements of organizational analysis institutional theory to the field of business strategy. *Brazilian Administration Review*, 4(1), 51-65.
- Rao, H. (1994). The Social Construction of Reputation: Certification Contests, Legitimation, and The Survival of Organizations in The American Automobile Industry. *Strategic Management Journal*, 15(special issue), 29-44.
- Ruef, M. (2003). A sociological perspective on strategic organization. *Strategic Organization*, 1(2), 241-251.
- Rumelt, R. P., Schendel, D. & Teece, D. J. (1991). Strategic management and economics. *Strategic Management Journal*, 12(S2), 5-29.
- Sandberg, J. & Targama, A. (2007) *Managing understanding in organizations*, London, Sage
- Schutz, A. (1972). *The Phenomenology of the Social World*. London: Heinemann.
- Segre, S. (1998). Business Communities and Their Milieux: A Reappraisal of Toennies, Weber, and Simmel. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 11, 411-437.

- Shrivastava, P. (1986). Is strategic management ideological? *Journal of Management*, 12(3), 363-377.
- Simmel, G. (1955). *Conflict and The Web of Group-Affiliations*. Glencoe: The Free Press.
- Stark, D. (2009). *The Sense of Dissonance: Accounts of Worth in Economic Life*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Teece, D. J., Pisano, G. & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Thomas, K. W. (1976). Conflict and conflict management. *Handbook of industrial and organizational psychology*, 889, 935, 1976.
- Vasconcelos, F. C. & Brito, L. A. L. (2004). Vantagem Competitiva: o construto e a métrica. *Revista de Administração de Empresas*, 44, 51-63.
- Vieira, M. M. F. & Caldas, M. P. (2007). Teoria crítica e pós-modernismo: principais alternativas à hegemonia funcionalista. In M. P. Caldas & C. O. Bertero. *Teoria das organizações*, pp. 291-311. São Paulo: Editora FGV.
- Weber, M. (1952). *Ancient Judaism*. Glencoe: Free Press.
- Weber, M. (1964). *The theory of social and economic organization*. New York: Free Press.
- Weber, M. (2004). *Economia e Sociedade*, v. 1. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- Whittington, R. (1986). *Corporate Strategies in Recession and Recovery*. University of Manchester, Manchester.
- Whittington, R. (1988). Environmental structure and theories of strategic choice. *Journal of Management Studies*, 25(6), 521.
- Whittington, R. (2004). Estratégia após o modernismo. *Revista de Administração de Empresas*, 44(4), 44-53.
- Whittington, R. (2006). Completing the practice turn in strategy research. *Organization Studies*, 27(5), 613-634.
- Whittington, R. (2007). Strategy practice and strategy process: family differences and the sociological eye. *Organization Studies*, 28(1), 1575-1586.
- Whittington, R., Jarzabkowski, P., Mayer, M., Mounoud, E., Nahapiet, J., & Rouleau, L. (2003). Taking strategy seriously. *Journal of Management Inquiry*, 12(4), 396-409.
- Williamson, O. E. (1973). Markets and Hierarchies: some elementary considerations. *The American Economic Review*, 63, 316-325.
- Wit, B. d. & Meyer, R. (2004). *Strategy process, content, context; an international perspective*. London: Thomson Learning.
- Wood, M. S. & Mckinley, W. (2010). The production of entrepreneurial opportunity: a constructivist perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(1), 66-84.
- Zafirovski, M. (2005). The influence of Sociology on Economics. *Journal of Classical Sociology*, 5(2), 123-156.
- Zajac, E. J. & Westphal, J. D. (2004a). The Social Construction of Market Value: Institutionalization and Learning Perspectives on Stock Market Reactions. *American Sociological Review*, 69(3), 433-457.
- Zajac, E. J. & Westphal, J. D. (2004b) Should Sociological Theories Venture into "Economic Territory?" Yes! *American Sociological Review*, 69(3), 466-471.
- Zingales, L. (1998). Corporate Governance. In *New Palgrave Dictionary of Economics and the Law*. Basingstoke: Palgrave MacMillan.