



A DINÂMICA DE ATORES NUM CAMPO EMERGENTE: Análise Fenomenológica do Setor de Jogos Eletrônicos na Perspectiva do Empreendedorismo Institucional, em Fortaleza, Ceará

DYNAMICS OF ACTORS IN AN EMERGING FIELD: Phenomenological Analysis of Electronic Games Industry from the Perspective of Institutional Entrepreneurship in Fortaleza, Ceará

Vivianne Pereira Salas Roldan ⁽¹⁾

Centro Universitário Estácio do Ceará, Fortaleza, Ceará

Cristiano Frota de Oliveira ⁽²⁾

Faculdade Integrada da Grande Fortaleza, Fortaleza, Ceará

RESUMO

A presente pesquisa teve por objetivo compreender como os atores que compõem o setor de jogos eletrônicos atuam para promover mudanças nesse campo, em Fortaleza, Ceará. A metodologia utilizada foi de natureza qualitativa, sendo aplicada a entrevista estruturada como técnica de coleta de dados. Verificou-se que para promoção de mudanças normativas e cognitivas-culturais no campo organizacional de jogos eletrônicos, os agentes envolvidos realizam ações como: criação de cursos profissionalizantes de jogos eletrônicos; incentivo para a prática do advergaming; oferta de disciplinas de gestão de negócios nos cursos profissionalizantes; realização de eventos e criação de espaços on-line para discussão e divulgação de informações. O poder público é responsável pelas mudanças regulatórias, estimulando o desenvolvimento do setor de jogos eletrônicos ao facilitar o acesso dos empreendedores culturais aos recursos financeiros, por meio da Lei Rouanet e do lançamento de editais para projetos.

Palavras-chave: empreendedorismo institucional; indústria de jogos eletrônicos; campos emergentes.

ABSTRACT

The objective of this research was to understand how the actors in the video game industry work to make changes in this field, in Fortaleza, Ceará. The methodology was qualitative in nature, with structured interviews being applied as data collection technique. It was found that for the promotion of normative and cognitive-cultural changes in the organizational field of electronic games, the parties involved perform actions such as: creation of professional courses of electronic games; incentive to practice advergaming; offer of business management courses in professional courses; implementation of events and creation of online spaces for discussion and dissemination of information. The government is responsible for regulatory changes, stimulating the development of the electronic games industry as it facilitates the access of cultural entrepreneurs to financial resources, through the Rouanet Law and the launch of public notice for projects.

Keywords: institutional entrepreneurship; electronic games industry; emerging fields.

INTRODUÇÃO

Tradicionalmente, as abordagens institucionais têm buscado compreender como as instituições afetam os processos

organizacionais ou como elas governam o modo como os agentes do campo organizacional irão agir. Nas últimas décadas, no entanto, o neoinstitucionalismo

de cunho sociológico volta-se para a mudança institucional e a agência, passando as instituições a serem compreendidas como tendo uma dupla natureza: por um lado, uma ordem institucional guia as ações, e por outro, existem ações direcionadas para a criação ou mudança de antigas instituições.

Um dos corpos recentes de trabalho que tem explorado como as instituições mudam é o empreendedorismo institucional, que teve como marco o artigo seminal de DiMaggio (1988). Para DiMaggio, as instituições são melhor consideradas quando compreendidas como produto e processo. O empreendedorismo institucional reconhece que a constituição, a manutenção e transformação das estruturas institucionais podem ser influenciadas pela atividade dos empreendedores institucionais (OMETTO; LEMOS, 2010).

Os empreendedores institucionais são aqueles cujas atividades provocam mudanças institucionais, ou seja, inovações no campo organizacional por meio da introdução de novas práticas e novos significados para a ação. Sob a perspectiva do empreendedorismo institucional, deve-se buscar compreender como os atores desenvolvem a habilidade de enxergar além da estrutura em que estão imersos, e a forma como propõem caminhos alternativos, ao invés de apenas seguir o conjunto de ações legitimadas no campo (BARATTER; FERREIRA; COSTA, 2010).

Como questão central, o presente estudo pretendeu compreender como os atores que compõem o setor de jogos eletrônicos atuam para promover mudanças no campo. Conforme Bruton, Ahlstrom e Obloj (2008), a perspectiva institucional tem sido reconhecida em proporcionar ótimos subsídios para a compreensão do papel das instituições na atividade empreendedora em economias emergentes.

O objetivo geral desta pesquisa foi, portanto, analisar como os atores que compõem o setor de jogos eletrônicos atuam para promover mudanças nesse campo, em Fortaleza, Ceará. Neste município, o setor de jogos eletrônicos é um campo ainda emergente, partindo este estudo da motivação de analisar a viabilidade de desenvolvimento e consolidação desse setor no município.

O setor de jogos eletrônicos situa-se no campo da economia criativa, que tem sido alvo de atenção em recentes estudos brasileiros do campo de pesquisa em Administração, com forte impulso das pesquisas com base na teoria institucional.

Conforme analisado por Carvalho, Pacheco e Guimarães (2004), os principais enfoques abordados nesses estudos foram a formação e a estruturação dos campos, a mudança dos contextos de referência, a “empresariação” das organizações culturais e a mercantilização de suas ações.

Esses estudos têm buscado ir além da mera observação de processos de isomorfismo, ou de analisar aspectos somente do contexto macro e meso do ambiente institucional, incluindo em suas análises, aspectos do contexto micro, referente às ações dos atores sociais envolvidos no campo analisado, cujos interesses e conflitos de poder interferem na “ordem” institucionalizada, gerando mudanças, como pode ser observado nos trabalhos de Carrieri, Saraiva e Pimentel (2007), e Silva e Pacheco (2004).

A presente pesquisa, de natureza qualitativa, pretende contribuir para ampliar esse escopo da pesquisa institucional no campo da economia criativa, adicionando a perspectiva do empreendedorismo institucional, que a nível internacional, tem sido utilizada principalmente nos estudos que focam as organizações e campos

organizacionais como níveis de análise (BATTILANA, 2006).

Conforme revisão efetuada por Leca, Battilana e Boxenbaum (2013) no período de 1988 a 2007, o número de artigos publicados internacionalmente com uso da perspectiva do empreendedorismo institucional tem se ampliado.

A escolha dessa perspectiva justifica-se também por se justapor as visões determinista e voluntarista do processo de adaptação estratégica organizacional, ou seja, admite-se a influência das forças do ambiente, e ao mesmo tempo dos elementos da vontade dos atores organizacionais (ROSSETO; ROSSETO, 2005).

Sob a perspectiva do empreendedorismo institucional foram encontrados poucos estudos internacionais que investigam a atuação de atores de campos organizacionais da economia criativa no papel de empreendedores institucionais. Foram encontrados os estudos de Svejenova, Mazza, e Planellas (2007) que explorou como os empreendedores institucionais iniciam a mudança no campo da gastronomia, o de Moyon e Lecocq (2010) que analisaram as interações entre o processo de mudança institucional e o comportamento estratégico dos atores na indústria da música, e o de Chen (2013) que investigou as estratégias de legitimação de empreendedores para promover o lançamento de inovações de serviços.

Este artigo está dividido em quatro seções além desta introdução. A primeira seção trata do referencial teórico sobre as correntes de pesquisa da teoria institucional que têm investigado o empreendedorismo; e a base teórica do empreendedorismo institucional, relativa aos conceitos de mudança institucional, agência e instituições;

os empreendedores institucionais; e as condições propícias ao empreendedorismo institucional.

REFERENCIAL TEÓRICO

O Empreendedorismo na teoria institucional

Bruton, Ahlstrom e Li (2010) realizando uma revisão da literatura sobre artigos de empreendedorismo que empregassem a teoria institucional, em periódicos de alta qualidade no período de 1990-2009, identificaram 80 artigos. Realizando o exame com maior profundidade, os autores chegaram a uma amostra final de 46 artigos.

Investigando essa amostra final, Bruton, Ahlstrom e Li (2010) identificaram três correntes principais de pesquisa: 1) cenário institucional e empreendedorismo; 2) legitimidade e empreendedorismo; e 3) empreendedores institucionais.

A primeira corrente discute o quanto o ambiente institucional determina e limita as oportunidades empresariais para a criação de um novo empreendimento. Um ambiente institucional restritivo pode ser um obstáculo para a criação de um novo negócio, destacando-se como fatores relevantes a ação direta do governo e as normas da sociedade (BRUTON; AHLSTROM; LI, 2010).

Os artigos que focam a legitimidade e o empreendedorismo, como segunda corrente, discutem como as organizações buscam a aprovação sociopolítica e cognitiva da sociedade e suas instituições, sendo a legitimidade abordada, portanto, em um nível macro (BRUTON; AHLSTROM; LI, 2010).

A legitimidade é um fator que restringe o conjunto de alternativas estratégicas disponíveis para um novo empreendimento, assim como o grau de agência individual. A relevância da legitimidade está no fato de garantir às organizações o acesso aos recursos e o apoio de várias entidades, o que ocorre de forma mais facilitada para as organizações já estabelecidas, possuidoras de um histórico de desempenho passado, do que aos negócios iniciantes. Aborda-se a legitimidade à luz dos três pilares da teoria institucional: regulador, normativo e cognitivo (BRUTON; AHLSTROM; LI, 2010).

Na terceira corrente, discute-se a atuação dos empreendedores no papel de empreendedores institucionais. Como em ambientes institucionais fracos os empresários não encontrarão a legitimidade que precisam, eles poderão atuar como empreendedores institucionais, trabalhando ou contribuindo para a criação de novas instituições, de forma a criar as condições necessárias para a promoção e reconhecimento do negócio ou campo onde atuam. Assim, o empreendedorismo institucional não ocorre apenas em campos organizacionais maduros, mas também em campos emergentes (BRUTON; AHLSTROM; LI, 2010).

Este estudo fez uso da abordagem da terceira corrente, acrescentando em sua análise a atuação dos demais atores do campo organizacional (poder público, associações, entre outros) como empreendedores institucionais, na preocupação em promover o setor de jogos eletrônicos. Na seção a seguir, os principais aspectos conceituais relacionados à perspectiva do empreendedorismo institucional.

Mudança institucional, agência e instituições

As abordagens tradicionais do neoinstitucionalismo têm se concentrado, principalmente, na influência das instituições sobre o comportamento e estrutura das organizações. Conceitos essenciais do neoinstitucionalismo como legitimidade e isomorfismo permitem explicar o comportamento de atores ao seguirem determinados padrões e a tendência das instituições em permanecerem inertes.

A partir da década de 80, os pesquisadores passam a dar mais atenção à relação recíproca e influência dos atores no processo de mudança institucional. Até então a mudança institucional tinha sido descrita tradicionalmente como um mecanismo social operando a nível de campo, negligenciando-se a influência dos atores.

As instituições são estruturas sociais que se caracterizam por um alto grau de resiliência e que tem natureza auto ativadora (BATTILANA; D'AUNNO, 2009). Podem ser compreendidas como empreendimentos sociais implementados de maneira inesperada e permanente (HUGHES, 1942, p.307). Seja na concepção econômica ou sociológica da teoria institucional, as instituições são compreendidas como regras sociais que regulam ou ativam a interação entre os atores (GRONOW, 2008).

Essas instituições se baseiam em diferentes pilares, com bases de conformidade, mecanismos e lógicas de ação distintas, o que incorre serem sinalizadas por diferentes indicadores e apresentarem múltiplas bases de determinação de legitimidade. Scott (2008) define três pilares: o regulativo, o normativo e o cultural-cognitivo.

Sob o pilar regulativo, a base de legitimação institucional está relacionada à conformação aos aspectos legais, e visa evitar

que determinados pressupostos sociais e interesses sejam privilegiados, solucionando diferenças e definindo sanções para aqueles atores que não obedecerem às normas e leis (SCOTT, 2001).

Sob o pilar normativo, a legitimidade está relacionada aos parâmetros não racionais de caráter coletivo, que exercem um poder e moldam o comportamento dos atores, no que se refere a papéis, valores e expectativas sociais (SCOTT, 2001).

No pilar cultural-cognitivo, a legitimidade fundamenta-se no sistema de crenças e de conhecimento, ou seja, nos parâmetros do que os atores concebem como culturalmente corretos, sobre a realidade, e que moldam sua própria identidade (SCOTT, 2001).

A capacidade de intervir em eventos ou de gerar efeito é o que define a agência na teoria institucional, não sendo a intencionalidade um pré-requisito para esse processo. Essa é a perspectiva de Giddens, que defende que agentes e estrutura não são fenômenos independentes, representando uma dualidade. A estrutura não é só resultado da conduta dos agentes, mas um meio determinante desta (MACHADO-DASILVA; FONSECA; CRUBELATTE, 2010).

Para Giddens, o agente é aquele que produz um efeito, exercendo poder. As estruturas não estão fora da ação, ou seja, não existe determinismo nem liberdade totais. Nessa perspectiva, a agência institucional se refere ao trabalho dos atores de criar, transformar, manter e romper instituições (MACHADO-DASILVA; FONSECA; CRUBELATTE, 2010).

Assim, mesmo as ações habituais que são dadas como certas, e não envolvem reflexão, estão presentes na capacidade de agência (EMIRBAYER; MISCH, 1998). Esta

não envolve, portanto, apenas ações inovadoras, mas inclui também as ações relacionadas à manutenção do status quo (ZILBER, 2002).

Giddens se contrapõe à visão de Marx Weber, que considera estrutura e agentes como fenômenos independentes. Para Weber (1998) há intencionalidade em toda ação, um sentido que é compartilhado entre os indivíduos, e construído no âmbito da experiência do convívio social e da socialização.

Para Giddens (2009) é impossível dissociar a agência da estrutura, e a agência é uma ação inteligente e situada institucionalmente, o que requer competência, intencionalidade e calculabilidade do agente.

Seguindo a perspectiva de Giddens, Emirbayer e Misch (1998) pontuam a capacidade prático-avaliativa dos atores, em termos de capacidade de julgamento prático e normativo quanto à trajetória de ações que podem escolher realizar.

Para esses autores e Sewell Júnior (1992), a agência é profundamente social e coletiva, onde dentro de um determinado fluxo de tempo, os atores se engajam entre si via processos dialógicos organizados coletivamente, em um determinado contexto de ação (SANDER; CUNHA, 2013).

Dentro da temática da agência, os tipos de atores sociais, conforme Hardy e Maguire (2008), que empreendem a mudança institucional, agindo sobre as instituições, são indivíduos, organizações, profissões, redes, associações e movimentos sociais (SANDER; CUNHA, 2013).

O debate entre agência e estrutura (instituições) está em curso no campo dos Estudos Organizacionais, em especial na teoria institucional, onde se discutem

hipóteses sobre a relação entre os atores e seu ambiente (BATTILANA; LECA; BOXENBAUM, 2009).

Dentro dessa discussão, está o paradoxo da agência imersa, que questiona a possibilidade de que indivíduos provoquem mudanças nas instituições, uma vez que são condicionados por elas (LECA; BATTILANA; BOXENBAUM, 2013), sendo um dos desafios dos pesquisadores institucionais explicar de forma precisa o papel dos atores imersos nos processos de mudança institucional.

Os níveis de análise geralmente utilizados pela teoria institucional, conforme Battilana e D'Aunno (2009), são o campo organizacional e as organizações, sendo o nível individual acrescentado por outros autores para a compreensão da agência humana, pois os indivíduos estão inseridos em organizações e campos organizacionais, sendo relevante para os estudos analisar o seu papel na ocorrência das mudanças dentro dessas organizações e campos (SANDER; CUNHA, 2013).

O empreendedorismo institucional, detalhado na seção a seguir, surge como um corpo de estudos promissor para explicar esse papel, considerando que a cultura, instituições e relações sociais exercem influência sobre a cognição e ações dos atores (BATTILANA; LECA; BOXENBAUM, 2009).

Empreendedorismo institucional

Nas atuais décadas, volta-se o neoinstitucionalismo, para as questões da mudança institucional e agência, surgindo o empreendedorismo institucional como uma linha central dessa pesquisa. O primeiro a utilizar o termo “empreendedorismo institucional” foi Eisenstadt (1980), objetivando caracterizar os atores responsáveis pelas mudanças nos arranjos institucionais, e que assumem a liderança desse processo, dando-lhes sentido.

Baseado nos estudos de Eisenstadt, DiMaggio (1988) introduz a noção de empreendedorismo institucional na análise institucional, para caracterizar os atores que se destacam na criação de novas instituições, enxergando-as como oportunidade de alcance de seus interesses, e possuindo os recursos necessários para empreender a mudança (LECA; BATTILANA; BOXENBAUM, 2013).

Em seguida vieram os estudos de Oliver (1991; 1992), Dacin, Goodstein, e Scott (2002), e Lawrence e Suddaby (2006) (ZIETSMAN; LAWRENCE, 2010). As organizações também passaram a ser compreendidas como empreendedoras institucionais no momento em que geram inovação social, criando novas práticas e sentidos (BRUNSTEIN; RODRIGUES; KIRSCHBAUM, 2008).

A literatura de empreendedorismo institucional tem crescido, sendo mais de 60 artigos publicados em revistas na América do Norte e Europa, de acordo com Leca, Battilana e Boxenbaum (2013). Explicam Leca, Battilana e Boxenbaum (2013) que, apesar da noção de empreendedorismo institucional explicar de forma ótima o papel dos atores institucionais na mudança, ela tem recebido críticas de que não tem sido capaz de resolver o paradoxo da agência imersa, por estar ignorando em seus estudos a influência das pressões institucionais sobre o comportamento dos atores.

Dentre os críticos, Leca, Battilana e Boxenbaum (2013) apontam: Cooper, Ezzamel e Willmott (2008), Delmestri (2006), e Meyer (2006).

Pretendendo avaliar a relevância dessas críticas e a viabilidade da pesquisa sobre empreendedorismo institucional, Leca, Battilana e Boxenbaum (2013) fizeram uma revisão em 67 artigos, desde o ano de 1988 em que Dimaggio lançou seu capítulo de

livro em torno da noção de empreendedorismo institucional.

Em sua investigação, Leca, Battilana e Boxenbaum (2013) identificaram nos artigos pesquisados o foco em duas questões principais: as condições que favorecem o empreendedorismo institucional e o processo do empreendedorismo institucional em si. Os autores também fizeram um levantamento dos principais métodos de pesquisa utilizados.

Leca, Battilana e Boxenbaum (2013) constataram que as pesquisas realizadas em torno do empreendedorismo institucional conseguiram estabelecer bases teóricas que possibilitassem a superação do paradoxo da agência imersa, afastando-se dos pontos de vista que dão uma ênfase excessiva à agência e à visão dos empreendedores institucionais como “heróis”.

Os empreendedores institucionais são interpretados como atores individuais ou coletivos, imersos em contextos sociais específicos, ou como ativistas que não podem prescindir das parcerias para o alcance do sucesso, ou como anti-heróis, cujas ações não intencionais podem provocar consequências (LECA; BATTILANA; BOXENBAUM, 2013).

Empreendedores institucionais

Sobre os atores que se caracterizam como empreendedores institucionais, Battilana, Leca e Boxenbaum (2009) argumentam que os empreendedores institucionais são agentes de mudança, mas nem todos os agentes de mudança são empreendedores institucionais. Os autores apontam duas condições para que os atores sejam considerados empreendedores institucionais: (1) iniciar mudanças divergentes; (2) participar ativamente na implementação.

As mudanças divergentes são aquelas que provocam o rompimento do modelo institucionalizado em um determinado contexto institucional, seja a nível organizacional ou no nível de campo. Participar ativamente dos esforços de mudança significa mobilizar de forma ativa recursos para implementar a mudança (BATTILANA; LECA; BOXENBAUM, 2009).

Buscando dar uma maior consistência na definição de empreendedores institucionais, Battilana, Leca e Boxenbaum (2009, p.72) propõem que “os empreendedores institucionais, sejam organizações ou indivíduos, são agentes que iniciam e participam ativamente na implementação de mudanças que divergem das instituições existentes, independente se a intenção inicial foi mudar o ambiente institucional e se as mudanças tiveram sucesso ao serem implementadas”.

Os autores buscam, dessa forma, resolver uma ambiguidade existente com relação à intencionalidade do ator, pois podem existir agentes sem nenhum plano ou intenção para alterar suas instituições e mesmo assim acabarem provocando mudanças divergentes. Esses atores deverão ser considerados empreendedores institucionais, como aqueles que contribuíram para a mudança de forma consciente.

Outra questão que Battilana, Leca e Boxenbaum (2009) buscam esclarecer dentro dessa definição é a do efeito das ações dos empreendedores institucionais, de forma que atores que não são bem-sucedidos na implementação das mudanças divergentes também possam ser considerados empreendedores institucionais.

Condições propícias para o empreendedorismo institucional

Sobre as condições propícias para o empreendedorismo institucional, o constructo de pesquisas propõe duas categorias principais de condições: as condições do campo organizacional e a posição dos atores sociais (BATTILANA; LECA; BOXENBAUM, 2009).

Condições do campo organizacional

Neste estudo, considera-se a perspectiva do campo de DiMaggio e Powell, compreendido como a totalidade dos atores relevantes ou uma comunidade de organizações, que compartilham entre si sistemas de significado comuns, onde os participantes interagem com mais frequência entre eles, do que com atores fora do campo (MACHADO-DA-SILVA et al., 2010).

Essas organizações adotam estruturas, processos e práticas uniformizados ao ambiente institucional. As estruturas institucionais podem restringir ou promover as possibilidades de ações dos atores.

Para Battilana, Leca e Boxenbaum (2009), as turbulências ou crises trazidas por fatores como convulsões sociais, rupturas tecnológicas, e mudanças da legislação contribuem para perturbar o consenso construído socialmente a nível de campo, favorecendo o empreendedorismo institucional na introdução de novas ideias.

Outra condição favorável ao empreendedorismo institucional é o grau de heterogeneidade dos arranjos institucionais do campo. A variação das características dos diferentes arranjos institucionais gera uma fonte de contradição e tensão interna que favorece a capacidade reflexiva dos atores que se tornam mais propensos a questionar, do que fazer concessões diante dos arranjos institucionais existentes (BATTILANA; LECA; BOXENBAUM, 2009).

O grau de institucionalização também é outro fator que pode influenciar o fenômeno da agência dos atores, fazendo com que se tornem empreendedores institucionais ou não. Conforme estudos de DiMaggio (1988), Fligstein (1997) e Phillips et al. (2000), graus baixos de institucionalização no campo estão relacionados a níveis altos de incerteza, abrindo oportunidades para ações estratégicas dos atores (BATTILANA; LECA; BOXENBAUM, 2009).

Posição social dos atores

A percepção dos atores sobre as condições do campo é influenciada pela sua posição social, onde os mesmos se diferenciam quanto ao acesso aos recursos para se envolverem no empreendedorismo institucional. Organizações ou indivíduos podem atuar como empreendedores institucionais, de forma independente, ou conjunta, interagindo entre si (BATTILANA; LECA; BOXENBAUM, 2009).

A probabilidade do envolvimento dos atores no empreendedorismo institucional irá depender do status da organização, da posição hierárquica dos indivíduos, e da posição dentro da rede informal da empresa. Essas variáveis podem exercer influência de maneira individual ou conjunta (BATTILANA; LECA; BOXENBAUM, 2009).

METODOLOGIA

Trata-se de um estudo de natureza qualitativa, onde o pesquisador realizou uma interpretação dos relatos de pesquisa, para fazer emergir as múltiplas visões do problema. Foram utilizadas múltiplas fontes de dados para a extração do sentido, e a perspectiva da teoria institucional serviu como uma lente geral de orientação para o estudo (CRESWELL, 2010).

A estratégia de investigação utilizada foi a fenomenológica, onde o pesquisador investiga a essência da experiência humana de um fenômeno, sob a percepção de seus participantes (CRESWELL, 2010).

O contexto da investigação é o da indústria de jogos eletrônicos, que atualmente no Brasil movimentava cerca de R\$ 900 milhões no país, e emprega mais de quatro mil pessoas. No mundo, a China é líder mundial, e em segundo lugar se encontra os Estados Unidos. No Brasil, em 2014, o faturamento do setor chegou a US\$ 1,28 bilhão, e há uma tendência de que o crescimento do setor se mantenha constante, entre 9% a 15% (E-COMMERCE BRASIL, 2016).

Em Fortaleza, o mercado de games é um campo em desenvolvimento, onde são produzidos e comercializados jogos para entretenimento, comerciais, educativos e de natureza inclusiva. Segundo Gláuber Uchôa, coordenador de economia criativa do SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), o Ceará tem um grande potencial para se desenvolver, principalmente no mercado mobile, que exige menor custo de investimento e com demanda garantida, levando em conta que boa parte da

população já possui acesso ao celular (CONEXÃO CE, 2016).

A técnica de coleta de dados aplicada neste estudo foi a entrevista estruturada, sendo criado um roteiro de dezoito perguntas baseado na teoria institucional, visando atender os objetivos do estudo. A entrevista estruturada foi escolhida por proporcionar rapidez no processo de coleta de dados, contato direto com os atores do campo e foi realizado com um corte transversal, onde os dados são coletados em um dado momento no tempo (CRESWELL, 2010).

As entrevistas tiveram duração entre trinta minutos e uma hora e meia, e foram gravadas em áudio digital para serem posteriormente transcritas.

Para a coleta de dados, foi realizada uma seleção intencional dos participantes, que melhor contribuíssem para a compreensão do problema de pesquisa, e que tivessem experiência no campo de jogos eletrônicos em Fortaleza, Ceará. Foram entrevistados 8 sujeitos, entre o período de abril a agosto de 2012, conforme descrito no quadro 1.

Cargo	Empresa	Porte da Empresa	Experiência na Atividade	Escolaridade
Diretor Técnico	Virtue Studio	Pequena, nove funcionários	4 anos	Graduação e pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo
Diretor Administrativo	Zeppelin Game Studio	Pequena, três funcionários	3 anos	Graduação e pós-graduação em Design gráfico e produto
Gerente de Projetos	Convermidia Soluções Tecnológicas	Pequena, quatro funcionários	5 anos	Superior completo
Ativista	Grupo de Desenvolvedores de Jogos (GDJ-CE)	30 membros/15 efetivos	5 anos	Superior incompleto
Diretor Criativo	Fan Studios	Microempresa, 13 colaboradores	4 anos	Graduação em Jogos Digitais
Professor de Curso de Jogos Digitais	Estácio FIC	Grande porte	10 anos	Superior completo
Coordenador Técnico de Cultura Digital	Prefeitura de Fortaleza, Instituto CUCA	Grande porte	20 anos	Superior completo em Cinema e Dramaturgia
Professor de Curso de Mídias Digitais	Universidade Federal do Ceará	Grande porte	11 anos	Mestrado em Ciências da Computação

Quadro 1 - Perfil dos Pesquisados

Fonte: Pesquisa de campo (2012)

Foi realizada, ainda, uma pesquisa documental em sites de notícias na internet, e em sites específicos do campo de games, que foram trianguladas com as informações coletadas pelas entrevistas.

Para a análise dos dados qualitativos, seguiu-se a orientação de Creswell (2010), que sugere oito passos para a análise sistemática de dados textuais: 1. Organizar e preparar os dados para a análise; 2. Leitura de todos os dados, para obter uma percepção geral das informações; 3. Realizar uma análise detalhada por meio de um processo de codificação, organizando o material coletado em blocos antes de dar sentido às informações; 4. Usar a codificação para gerar um pequeno número de temas, que representarão os principais resultados; 5. Definir e informar como a descrição e os

temas serão representados na narrativa qualitativa; 6. Realizar a interpretação dos dados.

Nas próximas seções, serão apresentados os resultados da pesquisa e sua discussão, por meio do confronto com a literatura.

RESULTADOS

Empreendedorismo institucional dos desenvolvedores de games

Conforme depoimento de Helder Flávio Barata, líder do Grupo de Desenvolvedores de Jogos Eletrônicos (GDJ), o setor de jogos eletrônicos em Fortaleza é um mercado mais de experimentação, os profissionais se capacitam e vão constituindo empresas informais.

São, portanto, poucas as empresas formais do setor, que conforme Bruno Saraiva, gerente de projetos da empresa Convermídia, não chega nem a dez organizações, sendo o campo composto, principalmente de grupos informais que se juntam para aprender e desenvolver técnicas, bem como comercializar o que produzem.

O próprio Grupo de Desenvolvedores de Jogos - GDJ, criado em 2007, é um exemplo disso, e também o Projeto "Ideias em Jogo" que é um grupo que se reúne sazonalmente, por meio de Encontros, onde o Professor Daniel Gularte, do curso de Jogos Digitais do Centro Universitário Estácio do Ceará está engajado (<http://ideiasemjogo.com.br>).

Com relação às estratégias de empreendedorismo institucional, a criação de cursos profissionalizantes de jogos eletrônicos se destacou como uma das primeiras ações de mudança no setor de games, realizada pelos empreendedores locais, para vencer as barreiras ao desenvolvimento de seus negócios.

Como explica Helder Flávio Barata, um dos líderes Grupo de Desenvolvedores de Jogos do Ceará (GDJ-CE), a proposta dos cursos de formação de profissionais adveio de um interesse particular de seus articuladores em prol do desenvolvimento do mercado de jogos eletrônicos, mesmo diante do questionamento dos gestores das instituições de ensino: "eu vou formar esse monte de gente e vou colocar aonde, se não tem mercado para absorver?".

Para Helder, este é um pensamento que foi preciso vencer, pois na sua visão "o mercado só vai ser formado exatamente quando tiver esse excedente de profissionais [...] as empresas têm que deixarem de medo [...] inevitavelmente é do interesse individual

[...] que forçou, pressionou para que surgisse [...] a pressão de acadêmicos envolvidos".

Na percepção dos pesquisados, o desenvolvimento do setor de games em Fortaleza é fortemente atrelado ao interesse individual de cada desenvolvedor de jogos em se profissionalizar e atuar no campo, na forma de um "grupo de amigos se organizando para lutar pelo seu próprio jogo" e pela ideia do *make yourself*, ou seja, "faça você mesmo", nas palavras do diretor administrativo da Zeppelin Game Studio, Léo Santos.

A criação dos cursos de formação é considerada pelos pesquisados uma estratégia forte de mudança cultural-cognitiva e de legitimação, como explica Paulo Amoreira, coordenador técnico de cultura digital do Centro Urbano de Cultura, Artes, Ciência e Esporte (CUCA) Che Guevara da Prefeitura de Fortaleza:

[...] o surgimento do curso de sistemas e mídias digitais na UFC em 2010 [...] a gente sabe que sempre que surge uma graduação numa Universidade Federal, a sociedade como um todo começa a ver aquela área com mais seriedade [...] é um nível simbólico [...] para a compreensão de toda a sociedade do valor agregado daquele produto cultural, daquela atividade [...] a gente está dando um recado para a sociedade de que esse é um espaço legítimo, é uma carreira a ser considerada [...].

Dentre as instituições que promovem os cursos de formação revelados pelos entrevistados, estão: Universidade Federal do Ceará, Centro Universitário Estácio do Ceará, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), Universidade Marista, Faculdade FANOR, Escola de

Animação Art & CIA, e Escola de Efeitos Visuais Gracom.

Na Estácio, o curso de graduação em jogos digitais foi criado em 2007 em Fortaleza. O Professor do Curso de jogos digitais da Estácio, Daniel Gularte, foi um desses articuladores para a criação dos cursos nas universidades, e afirma que apesar da existência de cursos de graduação, há ainda uma grande resistência das agências de publicidade em contratarem profissionais da área de games, ou mesmo estabelecer parcerias interessantes com as universidades. Para quebrar a visão do jogo como veículo de diversão individual entre as agências de publicidade, incentivando-as para a prática do uso dos jogos eletrônicos como veículo de mídia (advergame), a empresa Virtue, em parceria com a Bando de Comunicação e a G Marketing Comunicação, busca incentivar os alunos dos cursos de formação a trabalhar com os advergames. Conforme o Diretor da empresa, Carlos David, acredita-se que capacitar profissionais nessa linha é uma forma de estimular a procura das empresas pelo advergame.

Destaca-se aqui, mais uma ação dos empreendedores em prol de uma mudança divergente no campo de jogos eletrônicos, pois a intenção, de acordo com o diretor da Virtue é que “[...] o advergame [...] manteria as empresas de desenvolvimento vivas, quase nenhuma suporta desenvolver os próprios jogos, [...] sem o advergame é difícil ter uma verba para gerar os títulos próprios”. A prática do advergame já é realidade em várias partes do mundo, conforme Helder Flávio Barata, um dos líderes do Grupo de Desenvolvedores de Jogos do Ceará (GDJ-CE).

A Escola de Artes e computação gráfica Art & Cia contribuiu para o desenvolvimento do campo de jogos eletrônicos em Fortaleza, com o lançamento

de cursos voltados para a criação de jogos em 2010, pelo coordenador da escola, Cláudio Martins. Como resultado desse esforço, surgiu a produtora de jogos Valente Studios, em parceria com o Professor da Art & Cia, Daniel Valente (REDAÇÃO WEB, 2016).

No entanto, ressalta o diretor administrativo da Zeppelin Game Studio, Léo Santos, que as empresas de desenvolvimento de jogos no Ceará são ainda imaturas, e o empreendedor dessas organizações se caracterizam por serem mais “apaixonados pelo jogo, do que empresários”, o que na visão de Léo acaba atrapalhando: [...] faz dois anos que teve uma empresa que surgiu e ela recebeu uma venture de aproximadamente trinta mil, só que quem liderava não soube lidar com isso, por que era técnico, [...] aí acho que faltou um pouquinho de administração.

Há um espírito de imediatismo entre os empreendedores de games, uma visão equivocada de que a construção de um produto de sucesso é rápida e simples, como explica Leo Santos, diretor administrativo da Zeppelin Game Studio:

[...] então a galera vê o game saindo como o Angry Birds, da Rovio Games, e pensa que: - Ah, é bem simples né?. E não é, aquele é o 32º game da empresa, ela estava prestes à falência, eles têm 36 jogos antes daquele, [...] a empresa [...] já ralou muito pra tá construindo aquilo [...].

Para mudar essa mentalidade, que se enquadra como mais uma barreira cultural-cognitiva, uma das ações destacadas pelo professor do Curso de Sistemas e Mídias Digitais da Universidade Federal do Ceará (UFC), Glaudiney Mendonça, é a oferta de disciplinas de gestão de negócios aos seus alunos, incentivada por ele e outros atores,

para poder preparar os que desejarem se tornar empresários.

O Professor Daniel Gularte enfatiza a necessidade da realização de ações para melhorar o espírito de cooperação entre os diversos atores do campo organizacional de games, principalmente quanto ao acesso a investimentos e recursos:

[...] as empresas mostram-se muito estimuladas e estimulam muito a participação, mas na hora do desenvolvimento, na hora que você está fazendo, trabalhando com software e precisa de apoio financeiro dos parceiros, [...] eles realmente não ajudam em nada. Tenho experiências disso daí, de projetos que acabaram no protótipo porque não houve apoio financeiro nenhum, nem para evento, e nem pra produto. [...] Por exemplo, as lojas que fomentam esse mercado só pensam em vender, e não em apoiar, elas não veem isso como um benefício direto daquilo que vão investir.

Entre os empreendedores de games há uma grande dificuldade com a tecnologia, muito cara, paga em dólar ou em euro, e com mudança muito rápida, daí a necessidade de conseguirem maior apoio para o financiamento de seus negócios. Cada novo projeto requer a compra de uma licença, a maioria de só 1 ano (da Apple, do XBOX 360, entre outros), e os clientes se recusam a pagar por ela.

O Diretor criativo da Fan Studio, Thiago, afirma que eles têm que recorrer, muitas vezes, a trabalhos freelancers para gerar receita para pagar essas licenças, como fazer um site para outro cliente, fazer um aplicativo para outro, e dessa forma não perder a oportunidade de desenvolver e comercializar o jogo.

Afirma Bruno Saraiva que os empresários cearenses ainda não possuem uma cultura de acreditar na viabilidade do investimento em jogos eletrônicos, e não acreditam que em Fortaleza exista bons profissionais específicos. Então, afirma Bruno que os desenvolvedores de games lutam para conseguir ter visibilidade, mostrando os seus serviços através de portfólio, e também em feiras e workshops.

Nesse contexto, a realização ou participação em eventos se destaca como outra estratégia dos empreendedores de games para mudar o campo organizacional quanto a essa barreira cultural-cognitiva, que é considerada pelo Professor Daniel Gularte uma grande ameaça.

Sobre essa necessidade de dar uma maior visibilidade aos desenvolvedores e empresas formais de jogos eletrônicos, complementa Léo Santos, diretor administrativo da Zeppelin Game Studio: “[...] a gente não vê, isso é preocupante, porque tem o curso de games aqui, mas ele não expõe nada sobre esse mercado, é muito fechado [...]”. Empresas como a Virtue estão elas mesmas buscando uma solução para essa falta de visibilidade, divulgando também em sites e publicando vídeos, para dessa forma, outros sites acabarem publicando notícias.

Com relação aos eventos, ocorre a participação no SBGames (Simpósio Brasileiro de Jogos e Entretenimento Digital) como uma forma dos desenvolvedores conseguirem contato com investidores, como os Investidores Anjos, conforme Leo Santos, diretor administrativo da Zeppelin Game Studio.

Quando não participam de eventos nacionais, os empreendedores do setor desenvolvem eventos locais como o Festival Bójogá de Jogos Eletrônicos e o FADEJE

(Feira de Apresentação e Desenvolvimento de Jogos Eletrônicos), para a promoção do campo de Jogos Eletrônicos. O Festival Bojogá (<http://bojoga.com.br>) ocorreu em 2010, é um projeto do Professor Daniel Gularte onde são realizadas exposições de jogos, salas temáticas para apresentações, palestras, entre outras atividades.

O empreendedorismo institucional do poder público

Carlos David, Diretor Técnico da Virtue, destaca a Lei Rouanet, que por meio da Portaria nº 116, de 29 de novembro de 2011, passou a reconhecer o setor de jogos eletrônicos como um segmento cultural, sendo um marco para o desenvolvimento do setor de jogos eletrônicos no Município de Fortaleza.

Por meio desse reconhecimento, a referida lei federal passou a permitir que os desenvolvedores de jogos, sejam empresas ou pessoas físicas, possam receber doações e patrocínios, ou seja, recursos que possam ser abatidos do imposto de renda. Sem isso, afirma Carlos David, o setor “não estaria caminhando para o crescimento, estaria completamente estagnado”.

Paulo Amoreira, coordenador técnico de cultura digital do Centro Urbano de Cultura, Artes, Ciência e Esporte (CUCA) Che Guevara da Prefeitura de Fortaleza, explica que não basta ter pessoas interessadas produzindo, sendo preciso criar atividades como congressos e feiras para que esse conhecimento seja compartilhado.

Ele cita o exemplo de evento por ele organizado em parceria com a Fundação Cultural Nipônica Brasileira em 2005, denominado ForLan, o primeiro torneio de Lan House em Fortaleza. O evento surgiu da ideia de congregar os jovens que estavam jogando nas Lan Houses há muito tempo,

pelo fato deles representarem uma subcultura de pessoas interessadas em jogos. Entre 2005 e 2006, conforme Paulo Amoreira, o CUCA Che Guevara organizou uma série de cursos de formação, em parceria com a Universidade de Fortaleza (UNIFOR) que já realizava ações pontuais no campo de desenvolvimento profissional de jogos, e também com a Faculdade Fanor. Entretanto, não foi possível tornar essas ações sistemáticas, por problemas de orçamento público, mas graças a essas atividades foi feito um mapeamento “[...] das instituições, dos personagens, da cena relacionada com as mídias digitais [...]”.

Como cursos desenvolvidos pelo CUCA na área tecnológica podem ser destacados: Fotografia, Audiovisual, Desenho e Ilustração, Mídias Digitais e Interativas. Em 16 de março de 2012, houve uma participação do CUCA no InfoBrasil 2012, evento promovido pelo SEBRAE e realizado pelo Instituto InfoBrasil de Inovação Digital, no Centro de Convenções de Fortaleza, Ceará (CENTRO URBANO DE CULTURA, ARTE, CIÊNCIA E ESPORTE, 2013).

Sobre a atuação do Poder Público no setor de jogos eletrônicos, além da Secretaria da Cultura Municipal, Bruno Saraiva, gerente de projetos da empresa Convermídia Soluções Tecnológicas, destaca a Secretaria de Ciência e Tecnologia e os editais do Ministério da Educação.

Na percepção dos entrevistados, a Secretaria de Cultura da Prefeitura é o ator do poder público que apresenta maior participação no campo de videogames, lançando cursos de formação e editais para a criação e desenvolvimento de determinados aplicativos e jogos. O empreendedor de jogos pode aproveitar o edital da Prefeitura também para a realização de eventos culturais e de formação, por meio do investimento em palestras e simpósios.

Além dos editais da Prefeitura, segundo Daniel Gularte, professor do Curso de jogos digitais da Estácio FIC, os empreendedores de jogos eletrônicos de Fortaleza contam também com os editais institucionais de financiamento de projetos de desenvolvimento tecnológico da FUNCAP (Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e da FINEP (Agência Brasileira da Inovação), assim como com os editais de nível federal do CNPQ (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) e do Ministério da Cultura (MINC).

Contudo, Daniel chama a atenção sobre o fato de que é necessário um melhor entendimento do Poder Público sobre o tipo de produto que é o jogo eletrônico, para que atenda melhor as propostas dos desenvolvedores nos editais.

Outro ator relevante no campo de jogos digitais em Fortaleza, é o Sebrae, cujo coordenador de Economia Criativa Gláuber Uchôa, tem desenvolvido ações para o fomento de pequenos negócios nesse mercado, como workshops, palestras gratuitas, além de suporte para desenvolvedores de jogos que desejam abrir o próprio negócio (CONEXÃO CE, 2016).

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O presente artigo pretendeu analisar como os empreendedores de jogos eletrônicos atuam de forma a promover mudanças no campo. Dentre esses atores que promovem mudanças, os que têm exercido influência para modificar as instituições existentes são os que estão inseridos em Universidades, Empresas e Poder Público, o que está de acordo com o defendido por Battilana, Leca e Boxenbaum (2009) de que a probabilidade de

envolvimento no empreendedorismo institucional depende do status da organização e posição hierárquica dos indivíduos.

Como dito pelos entrevistados, o campo de jogos eletrônicos é um mercado ainda incipiente, o que segundo Battilana, Leca e Boxenbaum (2009) é uma condição que favorece o surgimento do empreendedorismo institucional, pelo alto nível de incerteza gerado pelo baixo grau de institucionalização.

Realizando estratégias de caráter individual, e também coletivo, os atores envolvidos focam principalmente a inovação relativa aos pilar cultural-cognitivo, pois é neste pilar que se encontram as principais barreiras ao desenvolvimento do campo de jogos eletrônicos em Fortaleza.

O pilar cultural-cognitivo, onde se ancora o Novo institucionalismo, dá ênfase às interpretações cognitivas das ações, ou seja, se refere à estrutura de conhecimento que os indivíduos usam para realizar julgamentos, avaliações e tomar decisões. A dimensão cultural-cognitiva reflete o nível de conhecimento e habilidades de uma população, e as referências que utilizam para avaliar a informação (SPENCER; GÓMEZ, 2004).

As principais barreiras culturais-cognitivas, ao desenvolvimento do setor de jogos eletrônicos em Fortaleza, destacadas pelos pesquisados foram o fato da população local enxergar o setor como “diversão”, “um negócio que não tem futuro no Nordeste, pois não tem profissionais qualificados”, “um campo profissional que não é promissor”, “um negócio cujo produto é simples de ser feito, e não se deve pagar caro por ele”.

Ao mesmo tempo, como destacado pelos entrevistados, o mercado cearense

ainda está aprendendo a usar a tecnologia de jogos, e não há uma cultura das agências de publicidade e empresas locais de fazerem uso dos jogos eletrônicos como veículo de mídia (advergames).

Verificou-se que as estratégias de inovação do campo, empreendidas pelos atores, tiveram não somente a missão de derrubar as barreiras culturais-cognitivas, mas contribuir para a geração de mudanças nas instituições do pilar normativo. O pilar normativo tem como suporte a moral, onde valores e normas pressionam a organização a transformar determinadas práticas em obrigação social.

Conforme Rosseto e Rosseto (2005) esse pilar é uma fonte de mudança organizacional advinda, principalmente, da profissionalização, onde grupos ocupacionais definem juntos as condições e métodos de trabalho, estabelecendo uma base para a legitimação de sua atividade.

A pesquisa demonstra a dualidade defendida por Giddens (2009), entre agência e estrutura, onde os agentes fazem uso dos elementos normativos e códigos de significação da estrutura para legitimar suas ações, e ao mesmo tempo, atuam sobre ela.

Há um monitoramento reflexivo dos atores sobre as condições sociais, tecnológicas, legais e econômicas, que possibilita uma mudança de práticas, como por exemplo, o avanço das tecnologias de informação e comunicação que pressionam os agentes para a assimilação e disseminação de novas práticas no campo organizacional de jogos eletrônicos.

Os atores do campo de jogos eletrônicos, por meio de grupos informais, como o Grupo de Desenvolvedores de Jogos e o “Ideias em Jogo”, buscam de forma coletiva, realizar uma reflexão sobre sua própria atuação e das condições do ambiente em que atuam, e a partir disso, criar

estratégias de manutenção do status quo de determinadas práticas ou ações de empreendedorismo institucional.

Esse monitoramento reflexivo sobre o campo de jogos eletrônicos no Ceará se dá não somente de forma presencial, por meio do debate em reuniões, encontros e eventos, mas também nas redes sociais, por meio dos fóruns de discussão, como promovido pelo “Ideias em Jogo”.

Nestes debates, são discutidas e compartilhadas informações sobre estratégias de empresas de games bem-sucedidas no Exterior e no Sudeste, que auxiliem os empreendedores na sustentação dos projetos de longo prazo, relativos a jogos eletrônicos mais complexos, destacando-se a estratégia de produção de advergames.

Destacou-se nesse processo, o Estado interferindo na normatização das práticas do setor, pelas exigências requisitadas nos editais de fomento de projetos, buscando os empreendedores de jogos se adaptarem a elas, pela necessidade do investimento, apesar de não concordarem com alguns aspectos.

No âmbito dessas ações do Estado, se situaram também as inovações no pilar regulador, onde a base da legitimação é a conformidade com as exigências legais, onde os atores têm interesse no seu cumprimento com base em interesses utilitaristas de custo-benefício (SCOTT, 1995).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral deste estudo foi analisar como os atores que compõem o setor de jogos eletrônicos, em Fortaleza, atuam para promover mudanças nesse campo. O estudo permitiu visualizar a riqueza da dinâmica que envolve um campo emergente, nas diversas relações entre os atores.

No campo de jogos eletrônicos, em especial, constatou-se que o Poder público

atua como uma força propulsora de desenvolvimento, por meio de inovações regulatórias relativas a oportunidades de financiamento, e também de mudança cultural-cognitiva e normativa. No entanto, precisa atuar de forma mais sistemática para exercer esse papel com maior sucesso, e buscar um melhor alinhamento com os interesses dos empreendedores.

Dentre as ações utilizadas pelos empreendedores de games para promover mudanças nas instituições culturais-cognitivas e normativas presentes no campo organizacional, se destacaram: a criação de cursos profissionalizantes de jogos eletrônicos; incentivo para a prática do *advergame* ou uso dos jogos eletrônicos como veículo de mídia; oferta de disciplinas de gestão de negócios nos cursos profissionalizantes; realização de eventos e criação de espaços on-line para discussão e divulgação de informações.

As instituições de formação são utilizadas pelos empreendedores como meios de legitimação do setor de games diante da sociedade, e de mudança da mentalidade dos clientes, dos próprios empreendedores e demais partes interessadas. O surgimento de cursos de formação nas universidades, reconhecidos pelo MEC, e outros fomentados pelo Estado, promoveu uma melhor organização do setor, viabilizando um melhor entendimento entre os profissionais e o mercado.

As empresas cearenses ganharam melhores referências sobre onde conseguir bons profissionais para contratação, e os interessados no campo de jogos eletrônicos passaram a compreender com mais clareza os desafios a serem enfrentados na carreira de desenvolvedor de jogos ou de empresário de games.

Também, a interação dos atores nas faculdades, nos grupos informais e nos eventos, favorece o surgimento dos processos de mudança institucional, trazendo inovações como o surgimento de cursos novos, ou promoção de melhorias nas disciplinas ofertadas nas faculdades. A participação em eventos e presença on-line contribuem para dar maior visibilidade ao negócio no Município de Fortaleza.

Como contribuição para a teoria institucional, a pesquisa permite confrontar o paradoxo da agência imersa, demonstrando que, apesar de condicionados pelas instituições vigentes, os indivíduos são capazes de empreender mudanças nessas estruturas, por meio de um processo coletivo e reflexivo sobre esses sistemas de crenças. O estudo permitiu ilustrar o papel dos atores nos processos de mudança institucional em um campo emergente, destacando a importância de fatores de ordem legal, normativa e cultural-cognitiva para o sucesso da institucionalização do mercado de games.

Como sugestão para futuras pesquisas, sugere-se ampliar a pesquisa do assunto para todo o Nordeste, confrontando com o que ocorre no Sudeste, a fim de averiguar que fatores contribuíram para um melhor desenvolvimento deste último no que se refere ao mercado de jogos eletrônicos. Verificar ainda se essa diferença está associada não só aos pilares regulativo, normativo, e cultural-cognitivo, mas também ao grau de empreendedorismo institucional promovido pelos atores no decorrer do tempo.

REFERÊNCIAS

- BARATTER, Marystela Assis; FERREIRA, Jane Mendes; COSTA, Mayla Cristina. Empreendedorismo institucional: características da ação intencional. **Perspectivas Contemporâneas**, Campo Mourão, edição especial, p. 237-266, out. 2010.
- BATTILANA, Julie. Agency and institutions: the enabling role of individuals' social position. **Organization**, v.13, n.5, p. 653-676, 2006.
- BATTILANA, J.; D'AUNNO, T. Institutional work and the paradox of embedded agency. In: LAWRENCE, T. B.; SUDDABY, R.; LECA, B. **Institutional work: actors and agency in institutional studies of organizations**. Cambridge: Cambridge University Press, 2009. p. 31-59.
- BÓJOGÁ. **Segunda semana do Festival Bójogá começa com grande exposição e interatividades**. 21 jul 2010. Disponível em: <<http://bojoga.com.br/segunda-semana-do-festival-bojoga-comeca-com-grande-exposicao-e-interatividades/>>. Acesso em: 03 ago. 2013.
- BRUNSTEIN, J.; RODRIGUES, A. L.; KIRSCHBAUM, C. Empreendedorismo institucional e inovação social: a ação da ONG 'Ação Educativa' no campo educacional da cidade de São Paulo. In: ENCONTRO NACIONAL DE ESTUDOS ORGANIZACIONAIS (ENEO), 5, 2008, Belo Horizonte (MG). **Anais...** Belo Horizonte: Anpad, 2008.
- BRUTON, G.D.; AHLSTROM, D.; OBLOJ, K. Entrepreneurship in emerging economies: Where are we today and where should the research go in the future. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.32, n.1, p.1-14, jan. 2008.
- BRUTON, Garry D.; AHLSTROM, David; LI, Han-Lin. Institutional Theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future? **Entrepreneurship theory and practice**, v.34, n. 3, p. 421-440, maio 2010.
- CARRIERI, Alexandre de Pádua; SARAIVA, Luiz Alex Silva; PIMENTEL, Thiago Duarte. O Processo de Institucionalização da Feira Hippie de Belo Horizonte. In: ENCONTRO DA ANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro (RJ). **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2007, 1 CD-ROM.
- CARVALHO, Cristina Amélia Pereira de; PACHECO, Flávia Lopes; GUIMARÃES, Rodrigo Gameiro. Análises organizacionais no campo da cultura e a importância do Estado. In: ENCONTRO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GOVERNANÇA, 1, 2004, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004, 1 CD-ROM.
- CENTRO URBANO DE CULTURA, ARTE, CIÊNCIA E ESPORTE. **CUCA discute cultura digital no InfoBrasil 2012**. Disponível em: <<http://cucacheguevara.blogspot.com.br/2012/03/cuca-discute-cultura-digital-no.html>>. Acesso em: 03 ago. 2013.
- CHEN, Hui-Fen. Innovations within Institutions: the Perspective of Legitimacy Strategies. **Academy of Management Journal**, jan. 2013.
- COOPER, D.J.; EZZAMEL, M.; WILLMOTT, H. Taking Social Construction seriously: extending the discursive approach in institutional theory. In: GREENWOOD, R.;
- OLIVER, C.; SUDDABY, R.; SHALIN-ANDERSON, K. (org.). **Handbook of Organizational Institutionalism**. Thousand Oaks, CA: Sage, 2008.
- CONEXÃO CE. **Conexão CE fala sobre jogos eletrônicos e novidades do Mercado**. Disponível em: <<http://globotv.globo.com/tv-verdes-mares/conexao-ce/v/conexao-ce-fala-sobre-jogos-eletronicos-e-novidades-do-mercado/5295732/>>. Acesso em: 23 out. 2016.
- CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

- DACIN, M. T.; GOODSTEIN, J.; SCOTT, W. R. Institutional theory and institutional change: introduction to the special research forum. **Academy of Management Journal**, v.45, n.1, p. 43-56, fev. 2002.
- DELBRIDGE, Rick; EDWARDS, Tim. Reflections on developments in institutional theory: Toward a relational approach. **Scandinavian Journal of Management**, v.23, n. 2, p.191-205, jun. 2007.
- DELMESTRI, G. Streams of inconsistent institutional influences: middle managers as carriers of multiple identities. **Human Relations**, v. 59, n. 11, p.1515-1541, nov. 2006.
- DIMAGGIO, P. J. Interest and Agency in Institutional Theory. In: ZUCKER, L. G. (org.). **Institutional patterns and organizations: culture and environment**. Cambridge, MA: Ballinger, 1988, p. 03-21.
- E-COMMERCE BRASIL. **A indústria de jogos eletrônicos, um setor em ascensão no Brasil**. Disponível em: < <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/industria-de-jogos-eletronicos-um-setor-em-ascensao-no-brasil/>>. Acesso em: 10 out. 2016.
- EISENSTADT, S.N. Cultural orientations, institutional entrepreneurs and social change: Comparative analyses of traditional civilizations. **American Journal of Sociology**, v.85, n.4, p.840-869, 1980.
- EMIRBAYER, M.; MISCHKE, A. What is agency? **The American Journal of Sociology**, v.103, n. 4, p. 962-1023, 1998.
- FLIGSTEIN, N. **Social skill and institutional theory**. American Behavioral Scientist, Thousand Oaks, v. 40, n. 4, p. 397-405, Fev. 1997.
- GIDDENS, A. **A constituição da sociedade**. 3. ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.
- GLOBAL GAME JAM ARCHIVE. **Global Game Jam Ceará**. Disponível em: < <http://archive.globalgamejam.org/sites/2012/global-game-jam-cear%C3%A1>>. Acesso em: 03 ago. 2013.
- GREENWOOD, R.; SUDDABY, R.; HININGS, C.R. Theorizing change: The role of professional associations in the transformation of institutionalized fields. **Academy of Management Journal**, v.45, n.1, p.58-80, 2002.
- GREENWOOD, R.; SUDDABY, R. Institutional entrepreneurship in mature fields: The Big Five accounting firms. **Academy of Management Journal**, v. 49, n. 1, p. 27-48, 2006.
- GREENWOOD, R.; DÍAZ, A. M.; XIAO, S. L.; LORENTE, J. C. The Multiplicity of Institutional Logics and the Heterogeneity of Organizational Responses. **Organization Science**, v. 21, n. 2, p. 521-539, mar.-abr. 2010.
- GRONOW, Antti. Not by rules or choice alone: a pragmatist critique of institution theories in economics and sociology. **Journal of Institutional Economics**, v.4, n.3, p.351-373, 2008.
- GURGEL, Flávia. Campeonato nordestino de Pump It Up. **Diário do Nordeste**, 21 jan. 2012. Disponível em: < <http://blogs.diariodonordeste.com.br/entrenerdseotakus/wp-content/uploads/2012/01/ZonaOtaku.jpg>>. Acesso em: 03 ago. 2013.
- HARDY, C.; MAGUIRE, S. Institutional entrepreneurship. In: GREENWOOD, R. et al. **The sage handbook of organizational institutionalism**. London: Sage, 2008. p. 198-217.
- HUGHES, E. C. The study of institutions. **Social Forces**, v.20, n.3, p.307-310, mar.1942

JOGOSBR. **Concursos de jogos eletrônicos 2005/2006**. Disponível em: <
<http://www.jogosbr.org.br/>>. Acesso em: 03 ago. 2013. a.

_____. **Concurso 2004/2005**. Disponível em: <
<http://www.jogosbr.org.br/textos.php?cod=1>>. Acesso em: 03 ago. 2013. b.

LANZETTA, Gus. **BR Games terá nova edição em 2012**. Disponível em: <
<http://lektronik.com.br/br-games-tera-nova-edicao-em-2012/>>. Acesso em: 03 ago. 2013.

LAWRENCE, T. B.; SUDDABY, R. Institutions and institutional work. In: CLEGG, S. R.; HARDY, C.; LAWRENCE, T. B.; NORD, W. R. (org.). **Handbook of Organization Studies**, 2. Ed. London: Sage. 2006. p. 215-254.

LAWRENCE, Thomas B.; SUDDABY, Roy; LECA, Bernard. **Institutional Work**. New York: Cambridge University Press, 2009.

_____. Institutional work: refocusing institutional studies of organization. **Journal of Management Inquiry**, v. 20, n. 1, p. 52-58, mar. 2011

LECA, Bernard; BATTILANA, Julie; BOXENBAUM, Eva. Agency and Institutions: a review of Institutional Entrepreneurship. Harvard Business School Working Paper 08-096. Disponível em: <
<http://egateg.usaidallnet.gov/sites/default/files/Review%20of%20Institutional%20Entrepreneurship.pdf>>. Acesso em: 15 ago. 2013.

LIMA, Fábio. **Fortaleza sedia feira de jogos eletrônicos**. Disponível em: <
<http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=584419>>. Acesso em: 30 jul. 2013.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L.; GUARIDO FILHO, Edson R. ; ROSSONI, Luciano. Campos Organizacionais: seis diferentes leituras e a perspectiva de estruturação. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, Edição Especial 2010, art. 5, p. 109-147.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L.; FONSECA, Valéria Silva da; CRUBELATTE, João Marcelo. Estrutura, agência e interpretação: elementos para uma abordagem recursiva do processo de institucionalização. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v.14, n. spe, p. 77-107, set. 2010.

MEYER, R.E. Visiting Relatives: Current Development in the Sociology of Knowledge, **Organization**, v.13, n.5, p.725-738, 2006.

MISOCZKY, Maria Ceci A. Implicações do uso das formulações sobre campo de poder e ação de bourdieu nos estudos organizacionais. **Revista de Administração Contemporânea**, v.7, n. spe, p.9-30, 2003.

MOYON, Emilien; LECOCQ, Xavier. Co-evolution between Stages of Institutionalization and Agency: The Case of the Music Industry's Business Model. **Management international**, v. 14, n. 4, p. 37-53, 2010.

MOREIRA, Daniela. **Quem são os investidores anjos brasileiros**. Disponível em: <
<http://exame.abril.com.br/pme/startups/noticias/quem-sao-os-investidores-anjos-brasileiros>>. Acesso em: 30 jul. 2013.

OMETTO, Maria Paola; LEMOS, Evelin Lucht. Empreendedorismo institucional, agência e mudança institucional: uma contribuição ao institucionalismo organizacional. In: SEMEAD, 13, 2010, São Paulo. **Anais...** São Paulo: PPGA- FEA-USP, 2010. p.1-16.

OLIVER, C. Strategic responses to institutional processes. **Academy of Management Review**, v.16, n.1, p.145-179, 1991.

- OLIVER, C. The antecedents of deinstitutionalization. **Organization Studies**, v.13, n.4, p.563-588, out. 1992.
- PERROW, Charles. **Sociología de las organizaciones**. Madrid: McGraw Hill, 1985.
- PUFFER, Sheila M.; MCCARTHY, Daniel J. ; BOISOT, Max. Entrepreneurship in Russia and China: the impact of formal institutional voids. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v.34, n.3, p.441-467, maio 2010.
- ROSSETO, Carlos Ricardo; ROSSETO, Adriana Marques. Teoria institucional e dependência de recursos na adaptação organizacional: uma visão complementar. **Revista de administração eletrônica**, v. 4, n. 1, p.1-22, jan.-jul. 2005.
- SECRETARIA DO AUDIOVISUAL. **BR Games**. Disponível em: <
<http://www2.cultura.gov.br/audiovisual/blog/jogos-br/>>. Acesso em: 03 ago. 2013.
- SANDER, Josué Alexandre; CUNHA, Cleverson Renan da. Atores sociais e campo organizacional: estratégias discursivas e de mobilização de recursos na construção do complexo avícola na cooperativa agroindustrial copagril. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 14, n. 4, p. 189-221, jul.-ago. 2013.
- SHERER, P.D.; LEE, K. Institutional change in large law firms: A resource dependency and institutional perspective. **Academy of Management Journal**, v.45, n.1, p.102-110, 2002.
- SVEJENOVA, Silviya; MAZZA, Carmelo; PLANELLAS, Marcel. Cooking up change in haute cuisine: Ferran Adrià as an institutional entrepreneur. **Journal of Organizational Behavior**, v. 28, n. 5, p. 539-561, Jul. 2007.
- SCOTT, W.R. **Institutions and organizations**. Thousand Oaks, CA: Sage, 1995.
- SCOTT, R. W. **Institutions and Organizations**. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.
- SCOTT, W.R. Lords of the dance: professionals as institutional agents. **Organization Studies**, v. 29, n.2, p.219-238, fev. 2008.
- SEWELL JR., W. H. A theory of structure: duality, agency, and transformation. **The American Journal of Sociology**, Chicago, v. 98, n. 1, p. 1-29, July 1992
- SILVA, Gustavo Madeiro da; PACHECO, Flávia Lopes. Carnaval, Bourdieu e Teoria Institucional. In: ENCONTRO DA ANPAD, 28, 2004, Rio de Janeiro (RJ). **Anais...** Rio de Janeiro: Anpad, 2004, 1 CD-ROM.
- SPENCER, Jennifer W.; GÓMEZ, Carolina. The relationship among national institutional structures, economic factors and domestic entrepreneurial activity: a multicountry study. **Journal of Business Research**, v.57, n.10, p. 1098-1107, out. 2004.
- ZIETSMAN, Charlene; LAWRENCE, Thomas B. **Institutional Work in the Transformation of an Organizational Field: The Interplay of Boundary Work and Practice Work**. *Administrative Science Quarterly*, v. 55, n.2, p.189-221, jun. 2010.
- WEBER, Max. **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. 4. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998. v.1.

NOTA

(1) Doutoranda e Mestre em Administração e Controladoria pela Universidade Federal do Ceará/UFC. Graduada em Administração de Empresas pela Universidade de Fortaleza/ UNIFOR. Docente do Centro Universitário Estácio do Ceará, Fortaleza, Ceará.

(2) Mestre em Administração de Empresas pela Universidade Estadual do Ceará/UECE. Especialista em Planejamento e Gestão Ambiental pela Universidade Estadual do Ceará/UECE. Graduado em Administração pela Universidade de Fortaleza/ UNIFOR. Docente da Faculdade Integrada da Grande Fortaleza, Fortaleza, Ceará.

Enviado: 27/07/2016

Aceito: 24/10/2016