

# DA SOCIOLOGIA ECONÔMICA À SOCIOLOGIA DA EMPRESA: para uma Sociologia da Empresa brasileira

Ana Maria Kirschner\*

Cristiano Fonseca Monteiro\*\*

**Resumo:** Procuramos discutir teoricamente a noção de que a ordem econômica e suas instituições, aí incluídas as empresas, são construções sociais, passíveis, portanto, de serem apreendidas sob outros olhares que não o de uma racionalidade exclusivamente formal de caráter econômico. São apresentados também alguns temas que têm sido tratados por cientistas sociais, em um esforço no sentido de criar uma Sociologia da Empresa brasileira.

*Palavras-chave:* Sociologia da Empresa, Sociologia Econômica, construção social do mercado, empresa e sociedade.

## Introdução

Recentemente, cientistas sociais começaram a trazer de volta à Sociologia temas de pesquisa tais como a formação de grupos empresariais, o desenvolvimento dos mercados, e a ação econômica em geral, dos quais por um bom período esta disciplina esteve afastada. Esta retomada, no entanto, não obedece a referenciais ou mesmo a um *timing* homogêneo, como se poderá perceber ao longo do texto. Não resta dúvida, porém, que alguns avanços teóricos podem ser tomados como comuns às diferentes experiências – dos quais se destaca sem dúvida, um questionamento à representação reificada da ordem econômica.

---

\* Professora do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia do IFCS/UFRJ.

\*\* Professor substituto de Sociologia, na Universidade Estadual do Ceará.

Quando falamos em representação reificada da ordem econômica, falamos de um duplo processo que diz respeito tanto à dinâmica do senso comum como à dinâmica acadêmica. Isto porque a idéia de que a ordem econômica seria um campo à parte da sociedade, orientado por uma lógica específica e diferente de outros campos da vida social<sup>1</sup> está difundida tanto nos meios jornalísticos e nos discursos políticos quanto na trajetória das próprias disciplinas dentro da universidade.

A proposta de uma Sociologia da Economia, e de suas principais instituições – a empresa sendo a que mais nos interessa aqui – constitui, portanto, um movimento teórico com implicações práticas, objetivando reinterpretar os fenômenos econômicos sob o enfoque da Sociologia ao mesmo tempo em que avança a possibilidade de novos caminhos para o trabalho do sociólogo, no interior de instituições onde o saber dos economistas (e administradores, engenheiros de produção e afins) tem sido considerado o único legítimo.

Neste artigo, primeiramente procuraremos apresentar alguns pontos relativos à recente retomada do campo da Sociologia Econômica, através de seus principais autores. Num segundo momento, apresentaremos uma vertente específica deste movimento maior, que é a Sociologia da Empresa de língua francesa. Por fim, apresentaremos alguns trabalhos os quais se constituem, em nossa opinião, como primeiros passos no sentido da construção de uma Sociologia da Empresa brasileira.

## **A Sociologia Econômica**

A relação entre Economia e sociedade é um tema clássico da Sociologia. O conjunto da obra de Marx, centrada na noção de que as “relações sociais de produção” seriam o elemento dinamizador das demais relações sociais; a recorrente temática weberiana da racionalização da vida cotidiana e sua relação com o desenvolvimento do capitalismo; e, não menos importante, a preocupação em Durkheim com a substituição da solidariedade mecânica pela solidariedade orgânica, e as implicações, ante um novo modo de “divisão do trabalho social”, com os laços de solidariedade que garantiriam a coesão social

na sociedade moderna são prova do quanto a Economia esteve no centro da preocupação dos sociólogos clássicos. A recente retomada dos estudos na área de Sociologia Econômica, trabalhando com objetos tais como mercados e empresas, parece-nos não só um movimento legítimo, como também oferece a possibilidade de renovação teórica na Sociologia e da sua postura frente à sociedade.

Esta busca pela renovação da Sociologia Econômica tem um componente de resistência ao avanço, a partir dos anos 70, de um outro campo teórico, o da Economia Neoclássica. O que alguns autores chamaram de “imperialismo econômico” (Swedberg e Granovetter, 1992) representou uma tentativa de se lidar com temas caros à tradição sociológica, tais como família, religião e educação, aplicando-lhes uma metodologia baseada no uso de modelos matemáticos que se caracterizam pela extrema formalização, simplificação do objeto, sob o preço de um total esvaziamento do seu conteúdo histórico e substantivo.<sup>2</sup> O enfrentamento do imperialismo econômico, que de certa forma marcaria o ressurgimento da Sociologia Econômica, seria a recuperação pela Sociologia de um objeto que, no sentido amplo, já foi seu: os fenômenos econômicos.

A obra de Karl Polanyi tem sido tomada como referência para a crítica desta separação entre o econômico e o social, ao formular a noção de “inserção social da Economia”. O autor resgatou da teoria social clássica (o sociólogo Max Weber e o antropólogo Bronislaw Malinowski, entre outros) a percepção de que a produção, circulação e troca de bens nas sociedades pré-industriais – o que de um ponto de vista moderno chamamos genericamente de “Economia” – estão inseridas nas relações sociais em geral destas sociedades, não havendo naquelas, portanto, uma separação entre o econômico e o social (Polanyi, 1944). Propondo também a distinção entre um significado formal e um significado substantivo para a ação econômica, Polanyi sugere que o primeiro não é, como quis fazer crer a Economia Clássica, passível de aplicação a todas as sociedades no tempo e no espaço. O desenvolvimento de um significado formal para a Economia seria, para este autor, contingente, e particular da sociedade moderna. A “ação economicista” (*economizing action*), em que estaria baseado este significado formal, se constituiria em oposição à ação socialmente condicionada, característica das sociedades pré-industriais (Polanyi

et al., 1957). Esta ação economicista se reduziria à realização de um interesse próprio, e seria racional por se basear tão-somente num cálculo de meios e fins, encerrando-se em si mesma, na qual as demais relações sociais não contariam.<sup>3</sup>

Polanyi também chamou a atenção para o caráter “socialmente instituído” da ordem econômica, e neste sentido pôs em questão a idéia de que toda e qualquer ordem econômica seria a expressão de uma forma idealizada de natureza humana. Este autor demonstrou ainda que a emergência da ordem econômica moderna, a Economia de mercado, foi marcada por intensos processos de luta social. Na Inglaterra, a liberação de mão-de-obra no campo, destituindo amplos setores da população inglesa de seu meio de subsistência, somada a uma série de medidas legais por parte do Estado inglês, seria uma expressão destas lutas. A sociedade, não se rendendo ao mercado, pressionou por medidas políticas que oscilaram entre o que o autor trata como uma forma de autoproteção desta sociedade, e a promoção do mercado, o “moinho satânico” que seria, por princípio, nocivo à ordem social. A sociedade moderna, por fim, tem se caracterizado por um movimento pendular entre uma ordem socialmente protegida e uma ordem ameaçada pelo “moinho satânico” do mercado.

Sem dúvida, Polanyi contribuiu para a desnaturalização do *homo economicus*, este agente economicista que agiria conforme um padrão de racionalidade formal, motivado tão somente pela realização de um interesse próprio e por uma propensão natural à troca, desconectado de qualquer vínculo substantivo com o meio social em que está inserido. Segundo Polanyi, a economia pré-industrial era imersa nas instituições e tradições sociais em geral, sendo regida pela reciprocidade ou pela redistribuição. Com a sociedade moderna, a idéia de uma ordem econômica autônoma em relação ao meio social teria emergido de fato, mesmo que sua materialização tenha sido sempre provisória e sujeita à retomada de diferentes mecanismos de proteção social.

A noção de *inserção social da economia* tem sido um dos principais instrumentos da recente retomada, por parte da Sociologia, dos temas relativos à ordem econômica. Uma das correntes desta

retomada é a chamada Nova Sociologia Econômica (NSE), que tem entre suas principais referências sociólogos como Mark Granovetter e Richard Swedberg.

Um momento importante do amadurecimento da NSE está na publicação do *Handbook of Economic Sociology*, reunindo 31 artigos de sociólogos, cientistas políticos, alguns economistas e professores de *business schools* (Smelser e Swedberg, 1994). Na introdução a este *Handbook*, os organizadores apresentam alguns pontos a respeito da abordagem sociológica sobre a economia, e comparam esta abordagem com a da Economia Neoclássica. Segundo esta comparação, o ator na Sociologia é concebido como sendo influenciado por outros atores e fazendo parte de grupos sociais e da sociedade em geral, enquanto na Economia Neoclássica, o ator é concebido de forma atomizada, nos termos de um individualismo metodológico. Quanto à concepção de “ação econômica”, seu caráter racional é apenas um dos aspectos considerados pela Sociologia, enquanto é o único levado em consideração pela Economia. Já no que diz respeito à metodologia, os sociólogos lançam mão de vários métodos, inclusive históricos e comparativos, sendo os dados geralmente produzidos pelo pesquisador (“mãos sujas”); os economistas, por sua vez, estão mais preocupados com a formalização dos métodos, sobretudo através do uso de modelos matemáticos, eventualmente sem nenhuma referência a dados empíricos.

Uma das inovações da NSE está em sugerir que a ação econômica nas sociedades modernas também está inserida nas relações sociais. Em poucas palavras, estes autores sugerem que fenômenos econômicos estão imersos em determinadas relações sociais e dependem das forças materiais e simbólicas em interação. Desta forma, a racionalidade propriamente formal, ou seja, baseada exclusivamente num cálculo de meios e fins – a busca de “eficiência”, “qualidade”, “competitividade” como meios visando o fim da “sobrevivência no mercado”, por exemplo – é apenas parte da história que se pode contar, ao falar da ordem econômica e de suas instituições no mundo contemporâneo (Swedberg e Granovetter, 1992).

Existem atualmente algumas coletâneas e várias dezenas de artigos que poderiam ser classificados como pertencentes ao campo teórico da NSE, sendo Mark Granovetter considerado o fundador

dessa corrente, com seu artigo “Economic action and social structure: the problem of embeddedness”, publicado no *American Journal of Sociology*, em meados dos anos 80.

Central na argumentação de Granovetter está o conceito de redes sociais, utilizado para definir o que se entende por “inserção social da Economia”. Através deste conceito, Granovetter procura superar o dilema das concepções “sub-socializadas” ou “formalistas” x “substantivistas” ou “sobre-socializadas” de ator, caras, respectivamente, à teoria econômica neoclássica, e às teorias sociais de cunho estruturalistas e/ou funcionalistas (Granovetter, 1985b). A incapacidade da teoria sociológica de relacionar de forma coerente os interações microssociais aos fenômenos macrossociais pode ser eficazmente ultrapassada através do conceito de redes interpessoais, que permite ligar o micro ao macro. Segundo o autor, as redes sociais estabelecem relações fracas ou fortes entre os indivíduos. Os laços fracos permitem estabelecer pontes entre as redes e se revelam por esta razão, decisivos. Como para os trevos de redes de autoestradas, uma ponte local de uma rede social desempenhará um papel de conexão entre dois setores da rede cuja importância é maior se esta ponte consistir na única possibilidade de passagem para um número elevado de indivíduos.

Uma ponte, em sentido absoluto, é um ponto local de grau infinito. (...) só os laços fracos podem constituir estas pontes locais. (Granovetter, [1973] 2001, p. 52).

Para o autor, os contatos pessoais, o fluxo de informações, as relações de confiança e reciprocidade e outros mecanismos informais são fatores explicativos decisivos da interação no interior da ordem econômica. Esta abordagem permite questionar os postulados da teoria econômica hegemônica, segundo a qual o mercado se estruturaria pela mera interação de indivíduos independentes uns dos outros, interação esta fundada tão-somente em escolhas racionais de caráter formal. Os indivíduos não são pessoas isoladas e seus laços sociais influenciam suas trajetórias. Portanto, a compreensão do funcionamento da ordem econômica supõe levar em consideração as interações sociais num sentido mais abrangente.

É a sua abordagem da imbricação entre redes sociais e mercados que explica a celebridade de Granovetter. Alguns sociólogos consideram a obra de Granovetter como uma inflexão na abordagem sobre os mercados, uma vez que ela evidencia os laços sociais em que os mercados se apoiam e atribuem a esta construção um valor heurístico maior do que a teoria econômica *mainstream* (Laville, Lévesque & This-Saint Jean, 2001, p. 10).

Há, no entanto, perspectivas críticas em relação a esta corrente teórica, que questionam inclusive o próprio estatuto de “corrente”, portanto relativamente homogênea, que a NSE pretende representar. Tais críticas assinalam a diversidade de abordagens, assim como a falta de clareza quanto à definição dos conceitos tidos como chave pela própria NSE, tais como “redes sociais” ou mesmo um significado mais preciso do que seja a “inserção social da Economia” (Ingham, 1996; Fligstein, 2001). A produção em Sociologia Econômica de língua francesa, por outro lado, critica os norte-americanos pelo pouco espaço dado à ação, no sentido de transformação da ordem social. Segundo Lévesque et al., a NSE estaria demasiado preocupada em inscrever a ação econômica no interior das relações sociais mais gerais, como forma de enfrentar teoricamente a abordagem econômica neoclássica. No caso francês, o enfrentamento teórico estaria relacionado à ruptura com o marxismo e o estruturalismo:

(...) na Nova Sociologia Econômica de língua inglesa, adota-se o ponto de vista objetivista de uma teoria das relações sociais, enquanto na sua homóloga de língua francesa, é mais próximo do ponto de vista histórico de uma teoria da ação. A Nova Sociologia Econômica de língua francesa chama atenção, desta forma, para a emergência de novas práticas econômicas que poderiam permitir ultrapassar os limites dos modos tradicionais de regulação, e ela está mais engajada do que a Nova Sociologia Econômica e a Sociologia Econômica clássica, que buscam tanto uma como outra assentar sua legitimidade científica num domínio e num país onde os economistas ocupam todo o espaço. (Lévesque et al., 1997, p. 287-288).

Cabe lembrar que leitores de Granovetter são internacionais e não se restringem a economistas ou sociólogos. É inegável que sua argumentação é bem estruturada e sedutora para uma grande parte

dos sociólogos que, por um longo período, admitiram a exclusão dos fenômenos econômicos de seu campo de estudos. O problema não se situa em suas teses – especialmente sobre *embeddedness*, redes sociais e os “laços fracos” – cuja operacionalidade parece estar na capacidade de aproximar os conceitos da realidade e, portanto, torná-los passíveis de uma fácil verificação empírica. Entretanto, quando se aceita o pressuposto que os fenômenos econômicos estão inseridos no social, que as instituições têm um peso sobre o que se passa na Economia, a questão das redes sociais e dos laços fracos têm como pressuposto as escolhas racionais e os interesses dos indivíduos, que são os mesmos pressupostos básicos da Economia ortodoxa. De forma mais explícita, Granovetter faz uma crítica contundente aos economistas, à maneira como eles concebem o mercado, à racionalidade dos atores, mas as categorias – e seus pressupostos – situam-se dentro do campo da Economia Ortodoxa. Na verdade, o próprio Granovetter não nega esta ‘filiação teórica’, uma vez que afirma:

Ora, nossa ambição é mostrar que as teses neoclássicas seriam reforçadas, mesmo em seu domínio mais central, se lhes acrescentasse uma perspectiva sociológica. (Granovetter, 2001, p. 207-208)

De qualquer forma, a NSE representa um avanço na abordagem sobre a Economia e suas instituições, reinstaurando o debate sobre estes campos disciplinares. E as possibilidades, tanto teóricas quanto práticas, parecem estar em aberto.

## **A Sociologia da Empresa de língua francesa**

Em paralelo ao desenvolvimento mais geral da Sociologia Econômica, em sua matriz norte-americana e suas ramificações européias, especificamente na França ganhou corpo nos anos 80 um conjunto de autores que procuraram tomar a empresa como objeto sociológico. Em 1986, Sainsaulieu e Segrestin, os primeiros sociólogos a utilizarem a expressão ‘Sociologia da empresa’, mostram que os anos 80 marcaram para a França e para a Europa, uma época tão importante para a empresa quanto foi maio de 68 e os anos seguintes para a evolução dos modos de vida, para as relações sociais de



consumo ou para a evolução das desigualdades sexuais (Sainsaulieu e Segrestin, 1986, p. 338). Neste texto pioneiro, os autores avançam a hipótese que será exaustivamente desenvolvida e confirmada em anos posteriores (Francfort, Osty, Sainsaulieu, Uhalde, 1995; Uhalde, 2001), qual seja: se a valorização social da empresa tem um efeito de moda, ela traz em seu bojo a busca da sociedade por uma nova forma de regulação das relações sociais, agora não mais centrada no consumo ou nos modos de vida, mas precisamente na esfera da produção de bens e serviços. Sainsaulieu e Segrestin propõem o desenvolvimento de pesquisas com uma abordagem deliberadamente institucional da empresa, de forma a contemplar simultaneamente a cultura e a relação entre empresas e mudança social.

(...) num contexto geral de enfraquecimento de referências sociais a empresa se afirma como um lugar de produção identitária (...) que tenderiam a esboçar as representações significativas da sociedade futura. (Sainsaulieu e Segrestin, 1986, p. 339).

Nos trabalhos desenvolvidos no final dos anos 80 e na década de 90 por esses e outros autores, ganhou corpo a noção de que a empresa é um ator-criador, isto é, a sua organização e a sua dinâmica política não constituem apenas respostas às imposições e limitações de seus ambientes, e, sim, um constructo de atores que integram os constrangimentos externos como elementos de suas estratégias. Ao contrário do que sugeriria uma abordagem que visse na empresa um agente passivo ante a sociedade em que está inserida, não se trata de uma adaptação mecânica da empresa às imposições econômicas e técnicas que vêm de fora: os atores no seio da organização têm sempre escolhas possíveis; eles constroem uma organização cujo resultado é sancionado pelo exterior.

Nesta perspectiva, Bernoux (1985) nos ensina que os fatos coletivos são considerados como o produto, a combinação, a agregação de um conjunto de ações individuais. Recusa-se a idéia de um fato social coletivo, imposto de fora aos indivíduos. Tal método exige que se passe pelos indivíduos para se chegar ao composto que é o fato social, visto como algo construído, que se deve em parte à agregação dos comportamentos individuais. Para os sociólogos da empresa, esta

é uma construção social, cujo conhecimento deve ter como base uma interpretação que considere o conjunto – indivíduos e imposições – ligado a um corpo social.

Nesta linha de raciocínio, a Sociologia da Empresa contesta radicalmente as histórias de empresas que atribuem o sucesso ou o fracasso de uma empresa exclusivamente à ação ou à personalidade de um indivíduo, ainda que ele seja um ator-chave.<sup>4</sup> Claro que há configurações individuais que desempenham um papel maior ou menor em situações particulares. O problema a ser resolvido é exatamente esta equação.

Conhecer o indivíduo é importante, desde que não se considere que seu comportamento se deve somente aos componentes de sua psique. Trata-se de apreendê-lo na sua relação com o grupo onde ele age. Como qualquer grupo humano, a empresa é um lugar de articulação do individual e do social. Sem esta articulação, é impossível conhecer a empresa. (Bernoux, 1985, p. 70).

O instrumental teórico e metodológico utilizado na Sociologia da Empresa tem permitido estabelecer relações entre família, propriedade e administração com resultados muito interessantes. Tradicionalmente, a literatura sobre administração de empresas quando se refere a dirigentes e, sobretudo a fundadores, apresenta-os sob uma ótica schumpeteriana: invariavelmente é empreendedor, dinâmico, com agudo faro para detectar novas oportunidades de negócios. Sua trajetória profissional é formada por sucessos, seus fracassos são mencionados no máximo para mostrar que aproveitou bem uma experiência mal-sucedida. Michel Bauer (1993), em pesquisas realizadas nas décadas de 80 e 90, faz uma ruptura com esta abordagem que apresenta as ações dos dirigentes de empresa como puramente guiadas pela lógica econômica. O autor mostra que as lógicas políticas e familiares desempenham um papel fortíssimo no universo econômico moderno. A quebra da regra do “falar somente Economia” é, para Bauer, indispensável para compreender o comportamento dos atuais donos de empresas e suas decisões; é necessário considerar suas ações como produto de racionalidades diferentes e inextricavelmente ligadas.

Sainsaulieu, o *founder father* da Sociologia da Empresa francesa, fala da empresa como uma realidade humana viva, que dispõe de uma vasta gama de recursos diferenciados – esta agregação de indivíduos os transforma em atores sociais. A empresa contemporânea não se limita a gerir e manter recursos econômicos, técnicos e humanos, como foi o caso até alguns anos atrás. Hoje, a invenção e desenvolvimento de novos recursos se impõe como exigência de sobrevivência econômica. Como aponta o mesmo autor, uma das chaves para resolver este problema é a qualidade da estrutura social das relações humanas de trabalho, pois esta é uma das fontes cruciais de criatividade.

O olhar sociológico sobre a empresa desvela dois fenômenos consideráveis para a compreensão de seu futuro. De um lado, a empresa é uma entidade em si que hoje em dia encontra sua força e sua eficiência não mais nas virtudes e nas possibilidades de seus dirigentes, mas no valor criador de seu próprio sistema de funcionamento. De outro lado, autônoma porque se tornou social em seu âmago, a empresa não pode mais limitar sua eficiência unicamente ao lucro econômico, ela ‘fabrica’ também emprego, tecnologia, solidariedades, modos de vida, cultura. (Sainsaulieu, 1997, p. 421-422).

Em relação ao papel e às modalidades de ação da empresa em termos de sua autonomia, Liu (1992) destaca duas dimensões: a capacidade de a empresa ter uma identidade própria (dimensão identitária) e sua capacidade de ação (dimensão realizadora). Quanto à primeira dimensão, o autor define-a dentro do espectro “permeável x fechada”, com relação à empresa ser aberta ou fechada para as influências do ambiente. Já a segunda, inserir-se-ia num *continuum* “ativo x passivo”, com relação à capacidade de a empresa definir e realizar um projeto próprio, a despeito dos obstáculos encontrados. Os projetos (estratégias) e a identidade da empresa assumem, destarte, um significado central para a abordagem sociológica.

Ramanantsoa (1982), por sua vez, aprofunda a questão acerca da autonomia (bem entendida, como autonomia relativa) da empresa, definindo a formulação de “estratégias” como índice de seu estatuto de ator social. É através delas que a empresa deixa de ser um mero “espaço” de concretização de relações estruturais mais amplas, e passa

a tomar parte na constituição do social. Ramanantsoa também faz uma avaliação do discurso como elemento de análise. Ainda que ideológico, e reconhecendo que raramente ele reflete diretamente a realidade, o discurso indica – inclusive pelo fato de ser formulado – algum grau de autonomia quanto à estratégia.

Parece-nos que o discurso sobre a estratégia é um indicador do grau de liberdade da empresa, na medida em que, como todo discurso – mesmo ideológico – ele só é admitido na medida em que corresponda à liberdade dada à empresa pelas outras instituições. Se a empresa fala de sua estratégia (...) é porque os outros atores da vida social lhe reconhecem este direito. (Ramanantsoa, 1992, p. 134).

Ainda segundo este autor, o desenvolvimento do *marketing* aponta para uma tentativa de autonomização e indica que a oferta e a demanda não são uma relação mecânica, mas um encontro de atores que, como tal, precisa ser socialmente construído. O desenvolvimento das técnicas em administração também enfatiza a capacidade das empresas em romper com o padrão da concorrência no mercado, implicando alguma forma de mudança, seja no ambiente, seja nos domínios da atividade. Por fim, ele chama a atenção para a importância da identidade da organização como elemento de definição para a condição de ator. Resumindo as questões discutidas nesse texto, o autor se pergunta: “*Poderíamos falar da identidade de um não-ator?*” (Ramanantsoa, 1992, p. 142).

Numa formulação sintética, construída a partir das diferentes contribuições da Sociologia da Empresa aqui apresentadas, assim se poderia definir a abordagem proposta: é por sua estratégia que a empresa constitui sua identidade, e a partir dela é que interage, como ator, com a dinâmica da sociedade.

## **Em direção à construção de uma Sociologia da Empresa brasileira**

O esforço para se reunir os estudos sobre empresa e empresários no Brasil num ambiente comum de reflexão é recente, datando da segunda metade dos anos 90, com a realização de alguns encontros e

a publicação das primeiras coletâneas reunindo esta produção.<sup>5</sup> Não que o tema tenha escapado da atenção dos sociólogos antes disso, ou que os sociólogos não tenham realizado estudos no interior de empresas até então. Neste sentido, destaca-se, sem dúvida, a vasta produção da chamada Sociologia do Trabalho, da qual não trataremos aqui, posto que se trata de uma linha mais do que consolidada nas ciências sociais brasileiras, presente na maior parte dos centros de pós-graduação do País, cuja produção é reconhecida internacionalmente. Estes estudos, no entanto, se organizaram em torno de outras abordagens que não propriamente a de uma “sociologia da empresa”. Pensamos ser possível identificar em anos mais recentes o surgimento de alguns trabalhos que estão preocupados em entender, de um ponto de vista sociológico, o que poderíamos definir como a “construção social” da empresa.

Boschi (2002) destaca que o Executivo manteve a preponderância entre os poderes, dos anos 30 até agora. Segundo o autor, o papel dos atores sociais na configuração dos arranjos institucionais e a dinâmica de relacionamento entre os poderes, depende de características conjunturais. Tentamos mostrar exatamente como as principais mudanças no papel dos atores, especialmente as empresas, foram apreendidas pela Sociologia brasileira dos anos 90.

Se não podemos falar de um “novo empresariado” em sentido estrito (Diniz, 1996), trabalhos sobre setores específicos do empresariado demonstram que tampouco se pode falar de “um” empresariado nacional. Tomando-se o exemplo do empresariado financeiro, analisado por Minella (1994), fica claro que a classe empresarial se defrontou com novos desafios a partir do contexto da redemocratização, e que estes desafios complexificaram a sua relação com a sociedade. No interior do próprio setor financeiro, o autor identifica posturas divergentes entre grandes empresários (ligados a grupos como Bradesco, Itaú, Unibanco e outros) e aqueles de porte pequeno ou médio. Por outro lado, o empresariado financeiro como um todo é percebido de forma crítica pelos segmentos ligados à indústria, apontando o setor financeiro como responsável pela crise vivida pelo País – vale lembrar que enquanto a inflação era tida como um entrave ao crescimento econômico geral, ela proporcionava aos bancos uma lucratividade bastante alta. O empresariado financeiro,

por sua vez, tendeu a jogar para o Estado a responsabilidade pela crise (em função do déficit público, com os diversos mecanismos que levam a ele, e que caberia ao Estado controlar).<sup>6</sup> Na relação com os trabalhadores, que emergiram como força social no contexto de redemocratização através de movimentos grevistas, Minella (1994) identifica uma aversão deste empresariado não só à própria idéia de negociação direta – privilegiando a mediação do Estado, nos moldes consagrados pelo modelo corporativo –, como a aceitar o conflito de interesses como sendo parte da dinâmica política.

Medeiros (1999), por sua vez, analisa os dilemas da Confederação Nacional da Indústria em relação às mudanças colocadas para a legislação trabalhista e sindical do Brasil. Estudando o período de 1988 a 1998, o autor mostra as dificuldades dessa entidade em adotar uma postura consistente e eficaz em favor da flexibilização da legislação trabalhista, sem colocar em risco sua própria sobrevivência. Depois de indicar como a atuação da CNI se desdobrou nessa década, mostra como a agenda desta organização de cúpula ficou reduzida a uma demanda por flexibilização da legislação trabalhista e pelo fim da unicidade sindical. Contudo, como este último dispositivo está na base do financiamento de toda a estrutura corporativista – que repassa às entidades de todos os níveis os recursos compulsoriamente pagos pelos industriais – a CNI fica com uma margem de manobra muito estreita para levar a cabo suas propostas, evidenciando que a dimensão institucional dos interesses organizados tem uma importância decisiva para o entendimento das classes enquanto atores políticos.

A Associação Comercial de São Paulo foi analisada por Paulo Roberto Neves da Costa (2000). Seu estudo mostra que esta entidade tradicional e com um peso político importante<sup>7</sup> está vivendo atualmente uma tensão entre as duas dimensões em que atua – a empresarial e a político-representativa. Isto significa que ela está fazendo a passagem de uma atuação predominantemente *lobbysta* para uma atuação caracteristicamente empresarial.

O autor traz à luz o conflito entre estas dimensões. A Associação Comercial de São Paulo viu-se “obrigada” a adotar estratégias de gerenciamento empresariais oferecendo serviços, captando recursos,

fazendo *marketing* (usando o peso de sua tradição e credibilidade) e atraindo sócios (às vezes com possibilidades de concorrer com alguns associados). Atualmente cabe as seus técnicos e assessores a responsabilidade da representação, o que implica que são os técnicos que têm hoje um papel importante na condução política (e cultural, em termos de valores e tradições) da entidade.

Por fim, vale mencionar entidades e movimentos surgidos no contexto da Nova República, alguns dos quais tendo trazido como novidade o fato de não visarem representar ou defender interesses setoriais e específicos, mas, sim, uma ação ideológica mais ampla. É o caso dos Institutos Liberais, presentes nos principais estados brasileiros. Basicamente, estes institutos visam divulgar e afirmar os princípios clássicos do liberalismo, com ênfase na eficácia do mercado como ordenador da produção e das relações sociais, trabalho que certamente teve algum impacto, haja vista a crescente hegemonia que o neoliberalismo conquistou na sociedade brasileira, não só entre suas elites econômicas, como entre a população de um modo geral. Surgiu também o Pensamento Nacional das Bases Empresariais (PNBE), uma dissidência da FIESP. Sediado em São Paulo, o PNBE se propôs romper com o estilo de ação política daquela entidade, reclamando a criação de canais institucionalizados para a relação entre Estado e empresariado, diferentemente do padrão “direto”, informal e clientelista tradicional. Por fim, o IEDI é apresentado como um órgão de que são colaboradores muitos “notáveis” da lista da Gazeta Mercantil (muitos ligados à FIESP/CIESP), tendo como objetivo renovar as práticas do empresariado e formular uma nova estratégia de desenvolvimento para o país. Este instituto também propõe uma nova inserção social do empresariado, como outros canais para dialogar com o Estado, os trabalhadores e a sociedade em geral (Diniz e Boschi, 1993).

Estudos mais específicos sobre estas organizações, por outro lado, falam dos limites e dos dilemas destas iniciativas. No caso do PNBE, Gomes e Guimarães (1999) mostram que, de fato, este movimento esteve voltado para uma discussão mais ampla sobre o País, tendo por base a construção de um “empresário cidadão”. Segundo um dos próprios líderes do PNBE, seu papel político perdeu força com a eleição de FHC, que acabou colocando em prática muitas

das suas demandas. Por outro lado, o movimento permanece ativo através de projetos ligados à ecologia, educação e saúde, caracterizando-se por uma certa forma de assistencialismo, entendida pelo movimento como “prática cidadã”.

A partir da revisão destes trabalhos, podemos concordar com Diniz quando a autora assinala que a relativa hegemonia do pensamento autoritário-corporativo predominante desde os anos 30 deu lugar, com a Nova República, a “uma cultura política multifacetada, caracterizada por um mosaico de conceitos e valores justapostos e não-integrados a projetos ou propostas mais globais” (Diniz 1996, p. 38-39). Seja do ponto de vista regional, setorial, ou da própria concepção da ação política (o tipo de organização, seus fins etc.), os trabalhos aqui revisados demonstram haver uma certa diversificação nas formas e no conteúdo da ação política empresarial. Ainda assim, todos os trabalhos reiteram a postura particularista, avessa ao reconhecimento e à negociação de interesses divergentes, e sem compromisso com a construção de uma arena pública de negociações. Mesmo levando-se em consideração as novidades, como o PNBE, quando um de seus líderes afirma que o movimento perdeu muito de sua força porque um determinado governo pôs em prática suas principais bandeiras, vemos que a subordinação do empresariado ao Estado permanece como um traço da cultura política desta classe.

Grandes empresas brasileiras têm sido estudadas sob este prisma, como, por exemplo, o Banco do Brasil, a Varig e o grupo Ipiranga. No caso do primeiro, Rodrigues (1999) discute as transformações vividas pelo banco num período de transição das políticas governamentais. Ao fazê-lo, identifica no discurso dos funcionários uma dupla representação do banco: uma visão ahistórica, de um banco idealizado (“O Banco de 190 anos”, “o nosso Banco”), e o banco ligado ao governo, sujeito às suas políticas específicas. No contexto atual, estas políticas enfatizam a necessidade de um banco voltado para o mercado, cabendo-lhe como papel social, gerar lucro, segundo fala de atores ligados ao governo.

Através do discurso destes atores, percebe-se sempre articulada uma idéia de nação, em que pese cada ator usá-la para defender uma posição particular. A idéia de “promotor do desenvolvimento”, e seu



correlato, “atenuador das desigualdades regionais”, é um dos argumentos utilizados. A autora coloca em evidência a necessidade de uma leitura crítica do argumento “moderno x tradicional” que fica mais ou menos aparente na fala das autoridades que defendem a “modernização” do banco através de uma política mais voltada para o lucro e menos para as comunidades, ou ainda, para o desenvolvimento local.

Quando se instaura este processo de mudança no papel social da empresa, o resultado é uma negociação. As comunidades precisam articular-se para garantir a permanência do banco, de forma que o seu papel não se transforme a ponto de estar destituído de um conteúdo propriamente social. A questão, então, não é se o banco privilegia o “econômico” em detrimento do “social”, mas perceber quais significados estão sendo conferidos aos mesmos termos e elementos simbólicos (do tipo “modernização”, “desenvolvimento” etc.) que surgem no discurso destes atores.

Monteiro (2000) interpreta as estratégias da Varig de um ponto de vista semelhante, quando demonstra que esta empresa travou distintas “relações de significado” com a sociedade brasileira no contexto dos governos militares e das reformas para o mercado. No primeiro caso, este significado passou pela idéia de “Varig e Brasil Grandes”, sendo suas estratégias orientadas por uma concepção de “empresa a serviço do desenvolvimento nacional”. Neste contexto, e na condição efetiva de empresa designada para representar o País no transporte aéreo internacional, e detentora de 50% do mercado interno, por conta de aquisições e fusões algumas das quais a literatura especializada em história da aviação sugere terem sido forçadas pelo próprio governo, a Varig pautou suas estratégias na constante ampliação da frota, das rotas, do quadro de funcionários, e na diversificação de investimentos.

Já no segundo momento, temos uma reversão desta postura, nos marcos de um processo de desregulamentação e abertura do setor. A Varig perde seu *status* de empresa oficial e se vê ameaçada pela entrada de novos atores no mercado (com a privatização da Vasp e, posteriormente, a ascensão da Tam ao grupo das grandes empresas nacionais, além da entrada de novas empresas brasileiras e norte-

americanas nas rotas entre Brasil e Estados Unidos). A postura de “empresa a serviço do país” cede espaço para a busca pela “competitividade”. Ganha força, então, uma concepção de empresa “enxuta”, que salienta em seus relatórios como “avanços” a redução do quadro de pessoal, das rotas, da frota, e a alienação do patrimônio, ao mesmo tempo em que busca parcerias com empresas estrangeiras (das quais se destaca a entrada da Varig na *Star Alliance*) e a reformulação dos serviços prestados, com a criação de novos produtos, especialmente para os usuários de maior poder aquisitivo (introdução da classe executiva nos vôos nacionais, serviço de bordo diferenciado na ponte aérea, que é uma linha voltada essencialmente para executivos, e alta concentração de vôos nas regiões mais ricas do país, especialmente a partir de São Paulo para o Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília).

Kirschner (2000) analisa o grupo Ipiranga, buscando recuperar sua trajetória através das estratégias desenvolvidas para mostrar como este grande grupo nacional e familiar se expandiu e se consolidou no mercado brasileiro de distribuição de petróleo, mantendo sua condição de grupo nacional e familiar. A Ipiranga apresenta algumas características bem definidas que têm se mantido ao longo do tempo, dentre as quais salientamos a escolha de atividades pioneiras, a formulação de estratégias bem planejadas e seguras, a preocupação de se antecipar ao mercado e lançar sistematicamente novos produtos, além de se ter modernizado sistematicamente. Segundo a autora, apesar de todas as mudanças no mercado e nas conjunturas econômicas nacional e internacional, este grupo permaneceu, sem dúvida, sólido. Durante o ano 2000, os resultados das empresas controladas pelo grupo foram positivos e as mesmas são consideradas por analistas do mercado como bem capitalizadas e com baixo índice de endividamento.

Durante os meses de abril, maio e junho de 2000, a imprensa econômica publicou várias notícias sobre a reestruturação societária da Ipiranga, que poderia chegar à venda de ativos ou à entrada de parceiros no controle acionário do grupo, ou até mesmo a sua possível venda. Se estas notícias revelavam uma crise no seio do grupo, nenhuma mudança ocorreu até agora (junho de 2002), e em nada sua

atuação econômica era afetada. Porém, as mudanças no meio ambiente econômico e institucional contribuíram muito para a crise que este grupo atravessa, mas as dificuldades não são exclusivamente externas ou de caráter sociopolítico, também estão relacionadas às relações estratégicas entre os atores proprietários do grupo. Ela se deve, principalmente, à oposição entre uma lógica política e econômica do tipo empresarial, e uma lógica econômica patrimonial.

De um ponto de vista regional, pesquisas recentes encontraram indícios da formação de uma nova mentalidade empresarial no Estado do Rio de Janeiro no que diz respeito à sua capacidade de gestão. Esta conclusão é reveladora, uma vez que pesquisas abrangeram diferentes segmentos de empresários na cidade do Rio de Janeiro, em cidades do interior do Estado e em áreas rurais.

Ribeiro de Oliveira (1999) analisa as novas formas de gestão dos recursos existentes especialmente no município de Nova Friburgo, no sudeste do Estado do Rio de Janeiro e do surgimento de inovações que estão transformando a realidade do setor primário estadual. Tais inovações estão sendo geradas pela introdução e difusão de cultivos raros através, principalmente, da criação de caprinos leiteiros e de trutas de produtores-empresários. A autora mostra que, mesmo entre os pequenos e médios empresários, estão surgindo traços que apontam para uma nova mentalidade empresarial, revelada pelas possibilidades de uma atividade lucrativa, moderna num espaço rural onde não se esperava tal desenvolvimento.

Kirschner (1999), por sua vez, questiona se, no Brasil, a exemplo de outros países latino-americanos (como o Chile), o novo modelo de desenvolvimento pós substituição de importações está favorecendo o surgimento de uma nova mentalidade empresarial. A autora escolhe o momento da sucessão como ponto de partida de sua análise, já que boa parte das grandes empresas familiares brasileiras, fundadas entre 1940 e 1950, passaram recentemente, ou estão passando, pelo difícil processo de transmissão do comando da empresa ou do grupo. No Brasil, o envelhecimento de muitas grandes empresas adquire um caráter ainda mais delicado porque ocorre simultaneamente às profundas mudanças na ordem econômica mundial, que têm tido claros efeitos sobre a Economia nacional.

A comparação entre dois grandes grupos brasileiros representativos em diferentes épocas, a Mesbla e o grupo Vicunha, sobre a questão da sucessão, permitiu confrontar a mentalidade dos empresários tradicionais e seu estilo de administração, com uma nova mentalidade que difere bastante dos antigos padrões.

O trabalho de Cappellin e Giuliani (1999) faz uma reflexão sobre o processo de transmissão dos patrimônios econômicos e culturais e sobre as influências que tais processos têm nos projetos de reorganização das empresas.

Os depoimentos das novas gerações de empresários de municípios serranos do Estado do Rio de Janeiro revelam a convicção de que, hoje, para ser um empresário bem-sucedido não bastam mais somente os dotes de coragem e tenacidade que animaram os fundadores, mas são exigidas também competências específicas e uma boa formação profissional. Em ambos os municípios, a nova geração de empresários tem uma formação especializada: freqüente a universidade, visita feiras e exposições nacionais e internacionais, se associa e participa de entidades profissionais e de classe, mostrando uma clara preocupação com a necessidade de articular competências técnicas, financeiras e comerciais. Emerge assim um perfil de titular de empresa de porte médio e familiar que demonstra ser capaz de articular racionalidades diversas, que se utiliza da tradição para poder enfrentar os desafios da modernização, e que se dispõe a buscar todos os meios à disposição para enfrentar o desafios de administrar com competência e eficiência os patrimônios herdados.

## **Conclusão**

Ao olharmos para os trabalhos aqui analisados, consideramos que já é possível falar da existência de uma Sociologia da Empresa brasileira em formação. Certamente falta muito para que as ciências sociais ganhem espaço e legitimidade perante a sociedade para falar do tema, hoje sob a hegemonia dos economistas, administradores e afins. Isto deve nos estimular, através de esforços como o aqui empreendido, a construir esta legitimidade e este espaço, enfrentando o desafio de nos depararmos com processos sociais bastante complexos,

característica da análise sociológica. De qualquer forma, discutir uma Sociologia dos saberes sobre a Economia está fora do alcance deste artigo, embora não deixe de ser uma preocupação pertinente.

Nosso propósito, antes, é mostrar que não nos faltam instrumentos para lidar com o tema, o que por si só já é uma tarefa considerável.

### Notas:

- 1 Por exemplo, a cultura, a religião e a política. Quanto a esta última, vale ressaltar que se trata de um campo sobre o qual a abordagem econômica neoclássica vem ganhando grande espaço, a partir das diferentes vertentes da teoria das escolhas racionais, o que analisaremos a seguir.
- 2 Ver a entrevista de Mark Granovetter em Swedberg (1990). Remetemos também o leitor à entrevista de Gary Becker para uma defesa da abordagem neoclássica, na mesma publicação.
- 3 Nas palavras de Granovetter, as relações sociais seriam como “meras fricções” ou “cabelos na sopa” de uma ação economicamente condicionada (Granovetter, 1985a *apud* Swedberg, 1997, p. 241).
- 4 Ator-chave é uma categoria utilizada pela Sociologia da Empresa para referir-se a um líder que conhece e exprime as necessidades e aspirações do grupo ao qual pertence, independente da posição hierárquica ocupada. São estas características que dão legitimidade a algumas lideranças no interior de uma empresa ou organização, podendo tratar-se de diretores, gerentes, líderes, chefes de seção, ou o próprio dono da empresa.
- 5 Podemos citar como momentos importantes deste esforço os *workshops*: “Empresa, empresários e sociedade”, realizado no Rio de Janeiro (1998); “Culturas empresariais brasileiras: um estudo comparativo entre empresas públicas, privadas e multinacionais”, em Campinas (1998); “Culturas empresariais brasileiras: comunidade acadêmica e empresários”, em Vitória (1999); a segunda edição do “Empresa, empresários e sociedade”, em Niterói (2000), o I Seminário “Organizações e sociedade: perspectivas transdisciplinares”, em Porto Alegre (2001), e o seminário temático apresentado no encontro anual da ANPOCS, “Para onde vai o capitalismo brasileiro? Dilemas e perspectivas das empresas e dos empresários” (2001).
- 6 Na esteira desta crítica, um consenso em torno do ideário neoliberal ganhou força, tendo este setor participado ativamente de entidades e de

movimentos voltados para a divulgação destas idéias. Dentre estes movimentos, destacaram-se os Institutos Liberais, mencionados adiante.

- 7 Pela Associação Comercial de São Paulo passaram políticos como Delfim Netto, Guilherme Affif Domingos, Paulo Maluf e Calim Eid, por exemplo.

**Abstract:** The authors attempt a theoretical discussion of the notion that the economic order and its institutions, including firms, are social constructions, which can therefore be apprehended by approaches other than that of an exclusively formal rationality of an economic character. Also presented here are some themes which are being treated by social scientists in an effort to inaugurate a Brazilian Sociology of the Firm.

**Key-words:** Sociology of the Firm, Economic Sociology, social construction of the market, firms and society

**Résumé:** Cet article est une discussion théorique sur la notion selon laquelle l'ordre économique et ses institutions, y compris les entreprises, sont des constructions sociales – passibles, donc, d'être comprises sous d'autres regards que celui d'une rationalité exclusivement formelle de caractère économique. Sont présentés aussi quelques thèmes qui ont été traités para les sciences sociales dans l'effort d'inaugurer une Sociologie de l'Entreprise brésilienne.

**Mots-clé:** Sociologie de l'entreprise, Sociologie Économique, construction sociale du marché, entreprise et société

## Referências bibliográficas

- BAUER, Michel. *Les patrons de PME entre le pouvoir, l'entreprise et la famille*. Paris: Inter Editions, 1993.
- BERNOUX, Philippe. *La sociologie des organisations*. Paris: Seuil, 1985.
- BOSCHI, Renato Raul. *O Executivo e a redefinição das relações público/privado no Brasil: um novo corporativismo?* Versão preliminar do artigo realizado na Cátedra Sérgio Buarque de Hollanda, na École de Hautes Études en Sciences Sociales. Paris, 2002.
- CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, Mario. Os herdeiros: estudo de caso das empresas de porte médio da região serrana do Rio de Janeiro. In: KIRSCHNER, A. M.; GOMES, E. (Orgs.). *Empresa, empresários e sociedade*, Rio de Janeiro: Sette Letras, FUJB, 1999.

- DINIZ, Eli. Corporativismo em transição. In: *Crise, reforma do Estado e governabilidade*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.
- DINIZ, Eli; BOSCHI, Renato. Brasil: um novo empresariado? Balanço de tendências recentes. In: DINIZ, E. (Org.). *Empresários e modernização econômica: Brasil anos 90*. Florianópolis: UFSC/IDACON, 1993.
- FRANCFORT, Isabelle, OSTY, Florence, SAINSAULIEU, Renaud, UHALDE, Marc. *Les mondes sociaux de l'entreprise*. Paris: Desclée de Brouwer, 1995.
- FLIGSTEIN, Neil. Mercado como política : uma abordagem político-cultural das instituições de mercado. *Contemporaneidade e Educação*, n. 9, p. 26-55, 2001.
- GOMES, Eduardo; GUIMARÃES, Fabrícia. Empresários, o Brasil em reformas e o corporativismo em transição: um estudo sobre o PNBE – Pensamento Nacional das Bases Empresariais. In: KIRSCHNER, A. M.; GOMES, E. (Orgs.). *Empresa, empresários e sociedade*. Rio de Janeiro, Sette Letras, 1999.
- GRANOVETTER, Mark. La force des liens faibles. In: GRANOVETTER, Mark. *Le marché autrement: essais*. Paris: Desclée de Brouwer, [1973] 2001.
- \_\_\_\_\_. *L'ancienne et la nouvelle sociologie économique: histoire et programme*. [1973] 2001.
- \_\_\_\_\_. *Luncheon roundtable on the "New Sociology of Economic Life"*, Washington D.C., ASA Meetings, 1985a (mimeogr.). *Apud* Swedberg, 1997.
- \_\_\_\_\_. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985b.
- INGHAM, Geoffrey. The 'New Economic Sociology'. *Work, employment and society*, v. 10, n. 3, p. 549-564, 1996.
- KIRSCHNER, Ana Maria. Empresários brasileiros dos anos 90: sucessão e mudança de mentalidade? In: KIRSCHNER, A. M.; GOMES, E. (Org.). *Empresa, empresários e sociedade*. Rio de Janeiro: Sette Letras, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Les entrepreneurs face à l'intervention et au retrait de l'Etat : l'industrie du blé au Brésil - 1967/1992*. Paris, 1995. Tese (Doutorado) – Institut de Hautes Etudes de l'Amérique Latine, Université Paris III.

- \_\_\_\_\_. *Globalização e grandes empresas familiares brasileiras*. Empresa, empresários e sociedade II, Escola de Engenharia, UFF, 30 e 31 out. 2000
- KIRSCHNER, Ana Maria; LEOPOLDI, Maria Antonieta P. Dilemas e perspectivas das empresas e dos empresários. *Gazeta Mercantil*, maio, 2001.
- KIRSCHNER, Ana Maria; MONTEIRO, Cristiano Fonseca. Notas introdutórias a uma Sociologia da Empresa no Brasil. *Contemporaneidade e Educação*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 9, 2001.
- LEOPOLDI, Maria A. *Política e interesses: as associações industriais, a política econômica e o Estado*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 2000.
- LÉVESQUE, Benoît; BOURQUE, Gilles L.; FORGUES, Éric. La Sociologie Économique de langue française: originalité et diversité des approches. *Cahiers Internationaux de Sociologie*, n. 103, p. 265-294, 1997.
- LIU, Michel. L'autonomie des entreprises dans le champ social. In: SAINSAULIEU, R. (Org.). *L'entreprise: une affaire de société*. Paris, Fondation Nationale de Science Politique/Référence, 1992.
- MEDEIROS, Marcos, *Organizações empresariais e o modelo brasileiro de relações de trabalho: o caso da CNI (1988/1998)*. Rio de Janeiro, 1999. Dissertação (Mestrado) – IFCS/UFRJ.
- MINELLA, Ari. O discurso empresarial no Brasil: com a palavra os senhores banqueiro\$. *Ensaio FEE*, v. 14, n. 2, p. 505-546, 1994.
- MONTEIRO, Cristiano. *A trajetória da Varig do nacional-desenvolvimentismo ao consenso neoliberal. Estudo de caso sobre a relação entre empresa e sociedade*. Rio de Janeiro, 2000. Dissertação (Mestrado) – IFCS/UFRJ.
- NEVES DA COSTA, Paulo R. A associação comercial de São Paulo: entre entidade de classe e organização prestadora de serviços. In: KIRSCHNER, A. M.; GOMES, E. (Orgs.). *Empresa, empresários e sociedade II*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2001.
- OLIVEIRA, Renata Ribeiro de. Inovações empresariais no espaço rural do Rio de Janeiro. In: KIRSCHNER, A. M.; GOMES, E. (Orgs.). *Empresa, empresários e sociedade*. Rio de Janeiro: Sette Letras, 1999.
- POLANYI, Karl. *The great transformation: the political and economic origins of our time*. Boston: Beacon Press, 1944.



- POLANYI, Karl.; ARENSBERG, Conrad; PEARSON, Harry (Orgs.). *Trade and market in the Early Empires: Economics in History and in Theory*. New York: The Free Press, 1957.
- ROMANANTSOA, Bernard. L'autonomie stratégique de l'entreprise. In: SAINSAULIEU R. (Org.). *L'entreprise: une affaire de société*. Paris: Fondation Nationale de Science Politique/Référence, 1992.
- RODRIGUES, Léa C. O Banco do Brasil e as construções simbólicas sobre a idéia de nação. *Mosaico, Revista de Ciências Sociais*, v. 1, n. 2, p. 107-133, 1999.
- SAINSAULIEU, Renaud; SEGRESTIN, Denis. Vers une théorie sociologique de l'entreprise? *Sociologie du Travail*, v. 28, n. 3, 1986.
- SAINSAULIEU, Renaud. *Sociologie de l'entreprise: organisation, culture et développement*. Paris: Presse de Sciences Po et Dalloz, 1997.
- SMELSER, Richard; SWEDBERG, Richard. The sociological perspective on the Economy. In: SMELSER, Richard; SWEDBERG, Richard (Orgs.). *The handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press/New York, Russell Sage Foundation, 1994.
- SWEDBERG, Richard. *Une histoire de la Sociologie Économique*. Paris: Desclée de Brouwer, 1994.
- \_\_\_\_\_. Vers une nouvelle sociologie économique: bilan et perspectives. *Cahiers Internationaux de Sociologie*, v. 103, p. 237-263, 1997.
- SWEDBERG, Richard; GRANOVETTER, Mark. Introduction. In: SWEDBERG, R.; GRANOVETTER, M. (Orgs.). *The sociology of economic life*. Boulder: Westview Press, 1992.
- SWEDBERG, Richard (Org.). *Economics and Sociology: redefining their boundaries: conversations with Economists and Sociologists*. Princeton: Princeton University Press, 1990.