

Outra Economia para a Nova Sociologia Econômica

*Antonio César Ortega**
*Vitor Alberto Matos***

Resumo: Este artigo ressalta que as críticas da Nova Sociologia Econômica à Economia se dirigem ao neoclassicismo. Portanto, uma interlocução economia-sociologia deve usar “outra” economia, cujas racionalidades relacionem valores, afetividade ou tradições. Esta teoria econômica de caráter dinâmico enfoca estruturas do mercado, articula estrutura oligopólica e concorrência dinamicamente, associa historicidade e incerteza do agente. Finalmente, destaca alguns pontos de contato desta economia com a Nova Sociologia Econômica compatíveis com uma filosofia do mundo social. Como consequência, pensamos ser esse um esforço para aproximar as ciências sociais e trabalhar para que a Economia seja de novo assumida como ciência histórica.

JEL: D43, L22, Z13

Palavras-chaves: Nova Sociologia Econômica, Instituições, Estrutura de Mercado, Construção Social do Mercado.

Introdução

A articulação economia e sociologia no período entre o final do século XIX e início do século XX envolveu teóricos das duas ciências imbuídos da ideia de integrar um corpo teórico comum. No entanto, é necessário reconhecer que esses esforços não tiveram o êxito esperado, uma vez que se observa entre essas ciências um afastamento radical, que se inicia a partir de 1870.

Este ensaio assume os argumentos de STEINER (2006, p. 2), não só de que “é preciso e vantajoso fazer com que as teorias econômicas e sociológicas se aproximem de modo a fornecer melhores explicações para os fatos econômicos”, como de que “nem todos os comportamentos econômicos são racionais”. Assim, nossa intenção é demonstrar que a crítica da Nova Sociologia Econômica (NSE)

*Professor Associado IV do Programa de Pós-Graduação em Economia do Instituto de Economia da Universidade Federal de Uberlândia. E-mail: acortega@ufu.br. Agradeço ao CNPq pelo financiamento das pesquisas que venho desenvolvendo.

**Professor Titular aposentado do Instituto de Economia da UFU e Pós-Doutor do PPGE/IE/UFU. E-mail: vamatos@netsite.com.br

dirigida à Economia restringe-se, na verdade, ao neoclássicismo econômico¹ e à nova economia institucional.

No início dos anos 1920 começa a ser gestado no universo da teoria econômica um movimento de rejeição à hegemonia neoclássica, considerando coerção, costume, crença ou imitação na formação de preferências. Em outras palavras, esses críticos ressaltam que as decisões individuais são motivadas: por repetição dos comportamentos e, assim, assumem sua historicidade;² por mecanismos de previsão do futuro, que considera o quadro de incertezas que envolvem o processo decisório dos agentes econômicos; e por racionalidades referentes a valores, a afetividade ou tradições.

Assumimos, de acordo com Philippe Steiner, a existência de uma “tradição francesa de crítica à Economia Política” [e que] “começaria com Comte, passaria por Durkheim e os durkheimianos e chegaria, no fim do século XX, a P. Bourdieu” (STEINER, 2008 *apud* LACERDA, 2009, p. 73-97). No entanto, salientamos que, fazendo parte de um conjunto teórico disperso e voltado ao levantamento de evidências empíricas³ internamente ao campo da Economia, também existe uma crítica de fundo ao pensamento neoclássico que nos parece desconsiderada, sobretudo pela nova sociologia econômica norte-americana, representada por Granovetter (1985), embora, também possa ser encontrada em Steiner (2006). Nossa intenção, portanto, é a de ressaltar, após breve releitura desta crítica interna, a possibilidade de uma interlocução reaproximativa com a NSE considerando aspectos como incerteza, expectativas e múltiplas racionalidades; mecanismos de aprendizagem e diversidade operacional; concorrência, inovações e progresso técnico e, por fim, busca por regularidades como elemento central da dinâmica capitalista.

A crítica aos fundamentos neoclássicos será construída a partir do resgate histórico desse corpo de contribuições teóricas, de caráter dinâmico, cujo elemento central e orientador é a estrutura de mercado que, de acordo com Possas (1985, p. 94), “de um lado, salienta a ênfase na evolução da estrutura frente às

¹Embora esta vertente seja pouco referenciada explicitamente, as questões mais salientadas por esta crítica se referem por um lado às suas hipóteses: “comportamento maximizador, equilíbrio de mercado e estabilidade das preferências empregada de maneira firme e definitiva” como em Abramovay (op. cit. p. 38) e em outros às ideias de “homo economicus” ou de “imperialismo econômico”, todas associadas à economia neoclássica.

²Keynes define uma “economia monetária” como aquela em que “mudanças de ponto de vista sobre o futuro são capazes de influenciar o volume de emprego e não meramente sua direção” (KEYNES, 1983, p. 4). Nesta afirmação algumas ideias destoam do pensamento hegemônico: os agentes são dotados de poder de escolha; tempo econômico (irreversível e expectacional); e incerteza. Também podemos agregar uma quarta sobre a não neutralidade da moeda tanto no curto como no longo prazo. Ver a síntese de Carvalho (1989, p. 179-194) encontrada em Amadeo (1989).

³De acordo com Dequech (2011, p. 605), também encontramos exemplos de correntes de pensamento, como o chamado “velho Institucionalismo” e a “economia francesa das convenções”, cujas abordagens não neoclássicas também fazem severas críticas ao neoclássicismo.

condições de concorrência efetiva e potencial [...] e de outro, a desconsideração ou redefinição do instrumental estático”. Em suma, pretendemos realizar um esforço teórico cujas premissas fundamentais são: a rejeição das interpretações fundamentadas nos modelos de equilíbrio e a ênfase nas estruturas de mercado por permitirem também identificar aspectos simbólicos como as relações de poder que envolvem os agentes no processo competitivo.⁴

Enfim, estamos diante de uma situação de mercado específica, definida por uma forma de organização das atividades econômicas e até mesmo de toda a sociedade, cuja estrutura conforma um conjunto de firmas cujas assimetrias criam “vantagens competitivas”. Nesta abordagem, vamos além do comportamento maximizador e buscamos explicar a utilização estratégica por parte das firmas – progressivas⁵ – de uma parcela de sua capacidade instalada como mecanismo de proteção contra possíveis “espaços” competitivos, fruto da pressão concorrencial proveniente das instabilidades comportamentais (esperadas ou não) dos compradores.⁶ Embora não seja nosso objetivo, é relevante salientar que Cangiani (2011, p. 35) afirma que os ensaios de Polanyi revelam que tanto a “análise economicista” que generaliza as especificidades econômicas do funcionamento da sociedade de mercado, como as ideias da NSE, fundadas na tese da “economia sempre enraizada”,⁷ ignoram as diferenças específicas entre os sistemas econômicos.

A proposta da Nova Sociologia Econômica (NSE)

Os aspectos da crítica dirigida pela Sociologia à Economia surgem da crítica comtiniana à Economia Política de seu tempo que, em linhas gerais, “caracteriza-se por não levar em conta três dimensões esquecidas pela ciência econômica: histórica, social e política”. (RAUD, 2007, p. 204). A partir dos trabalhos de Mark Granovetter surge a denominação “nova sociologia econômica”, cujas proposições, por um lado, rejeitavam a justificativa unicamente individualista da ação

⁴Uma análise muito próxima daquela que pretendemos apresentar, evidentemente com diferenças de estilo, de metodologia e de fundamentos teóricos, mas enfatizando o campo econômico como campo de luta e de poder entre os participantes do “jogo competitivo” encontra-se em (BOURDIEU, 2005). Embora este autor seja criticado, principalmente pela nova sociologia americana, ele mostra que tal sociologia “apenas desgruda do individualismo metodológico para cair na visão interacionista que, ignorando a pressão estrutural do campo só quer (ou pode) [...] fazer desaparecer todos os efeitos da estrutura e todas as relações objetivas de poder”. (BOURDIEU, op. cit., p. 31)

⁵As “empresas progressivas” assim denominadas por Steindl (1983) se referem às firmas líderes em determinado setor da indústria – geralmente as firmas maiores, tanto por suas “vantagens absolutas” como por “economias de escala” que lhes permitem maiores margens de lucro e melhores condições de crescimento.

⁶Contribuem com a NSE outras vertentes, sobretudo as oriundas do pensamento Institucionalista, da Teoria da Regulação e da Teoria das Convenções, entre outras. Entretanto, enfatizamos mais “os efeitos dinâmicos gerados por uma dada estrutura de mercado do que sua própria constituição”. (POSSAS, 1985, p. 10)

⁷Ver, para mais explicações, Cangiani (2011) in Polanyi-Levitt (2012, pp. 11- 44).

humana, entendendo-a sempre socialmente localizada, e por outro, assumiam que as instituições sociais eram socialmente construídas. (GRANOVETTER, 1990, pp. 95-96 *apud* STEINER, *op. cit.* pp. 27-28).

Os trabalhos de White (1981) e Granovetter⁸ (1985) – pioneiros na discussão sobre as origens sociais dos mercados – retomam a ideia de “*embeddedness*” proposta por POLANYI (2000 [1944]) para estabelecer o fundamento teórico básico da argumentação de que os mercados são construções sociais e não podem ser explicados em função da racionalidade do “*homo economicus*”, uma vez que relações continuadas entre os atores determinam a não deserção, reforçam a confiança e viabilizam a cooperação. Assim, legitimidade, inércia e redes, ainda que informais, são elementos críticos em um processo explicativo que conduz a NSE⁹ a considerar que a sobrevivência é um elemento explicativo mais decisivo que a eficiência. Em outros termos, existem vantagens competitivas das organizações instaladas frente às organizações desafiantes (GRANOVETTER, 1985).

De acordo com Marques (2003, p. 4), a NSE entende que “o ator social é moldado pelo conjunto de relações sociais que estabelece com outros atores relevantes e que todas as ações, fenômenos e instituições econômicas só são significativos se lidos à luz da sua inclusão num quadro de relações significativas”. Diferentemente do agente neoclássico e sua racionalidade ilimitada, para este autor os atores sociais são “dotados de racionalidades limitadas, conduzidos por boas razões e por lógicas sociais dominantes, submetidas ao crivo de sistemas de interação que atualizam e reorientam as próprias decisões tomadas” (*idem, op.cit.*, p. 13).

Assim, para a NSE as decisões tomadas pelos atores são orientadas pela repetição das relações, que envolvem historicidade e tentativas de antever o futuro, tornando as influências exteriores nem anônimas nem livres. Possuem mãos visíveis! Nesta perspectiva, as ações dos atores e as instituições serão sempre produto de contextos sociais. Assim como nas sociedades capitalistas o mercado não é a única forma de regulação ou coordenação da economia, outras formas de organização social como o Estado e as relações solidárias e/ou de parentesco,

⁸A coletânea de João Peixoto e Rafael Marques (2003) apresenta uma excelente síntese sobre a NSE, de autoria de Marques, reunindo, ao mesmo tempo, os artigos pioneiros de Mark Granovetter e Neil Fligstein e artigos de Richard Swedberg, Viviana A. Zelizer, Paul DiMaggio, Paul Hirsch, Stuart Michael e Ray Friedman. Também encontramos em Abramovay (2007) uma síntese da NSE e suas possibilidades de uso como referencial teórico para uma teoria dos estudos territoriais.

⁹Cangiani (2011, p. 35) salienta que a frequente referência a Polanyi e ao termo “enraizado”, sobretudo em sua crítica à economia neoclássica, (em suas palavras) “me parece imprópria [...] deve estar claro que sua concepção de ‘enraizamento’ tem um significado diferente do encontrado na sociologia econômica contemporânea e na economia neoinstitucional”.

são também possíveis¹⁰ e não podem ser ignoradas. Polanyi reconhece que “as formas de integração também podem se diferenciar de acordo com o modo de relacionamento da economia com os domínios político e cultural da sociedade” (POLANYI, 2011 [1977] *in* POLANYI-LEVITT, 2011, p. 83).

Para a NSE, as redes de relações sociais continuadas estão na base de contratos entre as organizações, grupos de empresas e instituições. Para a manutenção dessas relações, a confiança é um dos atributos mais importantes a ser destacado, mesmo porque ela permite que se alcance a cooperação,¹¹ onde poder, estrutura, cultura e análise histórica comparativa são eixos que os sociólogos desejam acrescentar às concepções tradicionais do mercado e às ideias de equilíbrio. Nesse sentido, a NSE não se apega ao limite extremo da racionalidade do “homo economicus”, pois relações continuadas entre os agentes econômicos determinam a não deserção e fidelidade no consumo de determinada marca, reforçam a confiança e viabilizam a cooperação.

Em outras palavras, a NSE ocupa-se do estudo das chamadas formas impuras entre a solução mercantil e a de autoridade, buscando a “paixão” no interior da razão estritamente econômica, ou seja, ela reconhece e enfatiza que as decisões dos atores econômicos são motivadas pela repetição das relações implicando considerar tanto a historicidade quanto a previsibilidade do futuro.

Crítica econômica à microeconomia do neoclassicismo

O que se pretende nesta seção é recuperar e organizar as críticas ao pensamento microeconômico neoclássico visando a construir criticamente uma alternativa interpretativa fundada sobre a noção de estruturas de mercado em contexto oligopolístico. Merecem destaque duas observações preliminares: de início, é essencial explicitarmos que o caráter oligopolístico dessas estruturas desconsidera a tipologia convencional baseada no número e no tamanho das firmas em concorrência para se concentrar no agente econômico [empresa, produtor e comerciante], e em seu comportamento no interior desta estrutura. Em segundo lugar, essa crítica não pretende ir além do conjunto de trabalhos que se estendem desde

¹⁰Admitindo, com Richard Swedberg, que a economia seja tradicionalmente definida como o estudo da produção, distribuição e consumo (Swedberg, 2003, *in* Marques, *op. cit.*, p. XVI), o elemento distribuição pode, de acordo com Polanyi, ser organizado como redistribuição (pelo Estado), como reciprocidade (nas relações de parentesco), ou na troca mercantil (em um mercado). É neste último – no sistema de mercado – que se estabelece a forma capitalista da economia. (Cangiani, *op. cit.*, p. 13)

¹¹A confiança é um dos temas mais importantes nas ciências sociais. Ela é vista como cimento da sociedade (ELSTER, 1991), variável fundamental nos dilemas da ação coletiva, tanto dos problemas da ação coletiva de Olson (1999), como da teoria da eleição racional (ELSTER, 1984), porém há que se observar que confiança é uma relação que se estabelece em função da repetição das ações dos atores sociais, ou seja, da história.

a metade da década de 1920, com os trabalhos de Piero Sraffa, até a análise do capitalismo americano realizada por Josef Steindl, em 1952.

Em suma, desejamos destacar por um lado, o caráter crítico e os elementos dinâmicos dessa alternativa como construção que procura romper¹² com a microeconomia neoclássica e, mais à frente, tentar um diálogo teórico com a NSE na busca por “aproximar economia e sociologia” (STEINER, 2006) a partir da identificação de possíveis pontes para o desenvolvimento de uma abordagem integradora mais realista e consistente.¹³ No entanto, tal reconstrução dos debates clássicos e marcantes do afastamento progressivo destas teorias do oligopólio em relação às suas origens nos obrigará a uma viagem rápida sobre a teoria dos preços, a teoria da firma, as estruturas de mercado e os padrões de competição e a dinâmica das estruturas de mercado.

Nesta história a “peça inicial e importante da crítica à abordagem marshalliana” é o surgimento, em 1926, do artigo “A Lei dos rendimentos sob condições de concorrência”, de Piero Sraffa, cujo alvo crítico¹⁴ é a curva de oferta e o seu formato ascendente na tradição neoclássica, derivada da presença de rendimentos marginais crescentes e decrescentes, responsáveis pelo formato parabólico da curva de custo (marginal) da qual ela é originária, e adianta algumas contribuições que, para os objetivos deste trabalho destacamos: (a) a afirmação da existência de concorrência interempresarial (não por preços) “onde as dimensões de tamanho desempenham papel relevante”; (b) o destaque para a relação cativa produtor-comprador, que determina a escolha por certa firma devido ao “hábito antigo, conhecimento pessoal, confiança na qualidade do produto, proximidade, conhecimento de aspectos específicos, possibilidade de obtenção de crédito, reputação de uma marca comercial ou símbolo, nome com altas tradições”, entre outras; (c) a forma competitiva baseada em vantagens adquiridas pela interposição de barreiras à entrada, presentes em alguns mercados; (d) a discriminação de preços decorrente de diferenciações nos produtos; (e) a realidade da competição capitalista caracterizada por: uma estrutura de mercado com diversidade de empreendimentos; existência de acordos entre os concorrentes e estratégias competitivas destinadas a manter ou a aumentar suas participações no mercado, conhecido por oligopólio¹⁵ (SRAFFA, 1988).

¹²A versão completa dessa crítica encontra-se tanto em Guimarães (1982) quanto em Possas (1985). Versões simplificadas constituem conteúdos curriculares de Microeconomia de algumas escolas brasileiras de economia.

¹³Alguns economistas, por se mostrarem relutantes em incorporar instrumentos analíticos de outras áreas da ciência, não avaliam adequadamente os aspectos do mundo real reduzindo o poder explicativo de suas teorias. A abordagem neoclássica da firma ao desconsiderar, por muito tempo, a grande empresa industrial presente no cenário econômico é um exemplo disto (TIGRE, 1998).

¹⁴Sraffa quer mostrar que o ambiente do cálculo racional desconsidera a iniciativa e a inovação, tanto no aspecto gerencial quanto no aspecto estratégico das políticas orientadas ao mercado.

¹⁵Especificamente essas ideias de Sraffa serão retomadas em contribuições posteriores que comentaremos mais adiante e, que devido à sua semelhança com ideias e conceitos da Nova Sociologia Econômica, devem merecer maiores considerações.

A ideia de Sraffa sobre a impossibilidade de aumento nas vendas, a não ser a partir de sucessivas reduções de preço, alterava a hipótese do preço fixado pelo mercado ou da curva de demanda infinitamente sensível e permitia às firmas usufruírem de um monopólio (mesmo que temporário) sobre seus produtos, oriundo das preferências dos consumidores uma vez que elas, ao diferenciá-los, introduziam singularidades caracterizadas tanto pelos diferentes níveis de substituíbilidade das mercadorias quanto pela diversidade dos comportamentos competitivos.

Estas proposições deram origem à chamada Teoria da Competição Imperfeita, a partir dos trabalhos de Robinson (1933) e Chamberlin (1933), em que se ressalta serem os mercados imperfeitamente competitivos, não podendo ser definidos de acordo com o número de seus participantes, porém constituir-se-iam como *locus* de ação estratégica das firmas cujas mercadorias, ao revelarem o conjunto de especificidades ou singularidades (inovações) introduzidas pelos produtores, poderiam ser agrupadas de acordo com a substituíbilidade próxima que guardavam entre si.¹⁶ Estes estudos ressaltaram a postura estratégica das firmas relativamente às diversas faixas de capacidade aquisitiva dos consumidores dando relevância teórica ao fato de as mercadorias possuírem diferenças reais aos olhos dos compradores (marcas, qualidade, forma de apresentação, localização, reputação e atendimento). Nesse aspecto, explicita-se que as mercadorias e as firmas não são homogêneas, seja devido às características visíveis e palpáveis, seja por aspectos “imaginários” provenientes de “modelos mentais”. A postura enfática sobre a estratégia da diferenciação dos produtos ou sobre o estabelecimento de monopólios temporários relativamente às novidades ou singularidades introduzidas eleva o poder de negociação do produtor inovador.¹⁷

A evolução desse debate deu origem aos estudos de Hall & Hitch (1988) e Sweezy (1988) que mostraram: (a) em certos mercados as firmas têm consciência da reação de seus concorrentes; (b) [elas] não utilizam a regra marginalista para determinar preços e produção nem buscam a maximização dos lucros; (c) os preços são fixados pelo “princípio do custo¹⁸ total”, constatação muito próxima à realidade verificada no mercado; (d) a determinação do preço do produto é a

¹⁶A teoria neoclássica desconsidera o empreendedor e suas funções na organização. Schumpeter destaca sua função inovadora e transformadora do ambiente, a escola austríaca salienta o enfrentamento da incerteza e a busca e exploração de informações para a decisão (Foss, 1997), por fim, em Leibenstein (1968), ele assume a coordenação eficiente do processo produtivo.

¹⁷A introdução de inovações pode ocorrer tanto nos processos, como nos produtos, aspectos que embora importantes, não dizem respeito ao “lado imaginário ou psicológico” do consumidor, que desejamos destacar. Os principais se referem à beleza, ao desempenho, ao status, à aparência, entre outras; podendo apresentar diferentes níveis de reatividade do consumidor quanto ao consumo, mesmo estando sujeitas às ações da publicidade e da propaganda.

¹⁸Neste caso, o preço deveria cobrir o custo variável médio, o custo fixo médio e permitir uma margem de lucro “normal”, isto é, permitir uma remuneração satisfatória ao empresário, “uma tendência que é reforçada pela tradição” (HALL & HITCH, 1988).

principal preocupação das firmas; e (e) os preços possuem rigidez, mesmo com alterações na demanda e nos custos.

Em resumo, os empresários creem que “perderiam clientes se aumentassem seus preços, mas venderiam muito pouco a mais se os baixassem” (SWEEZY, 1988). Portanto, a estratégia mais segura e de melhores resultados estaria na construção de relações mais duráveis com o segmento comprador. Nesse novo contexto, dominado por mercados de características oligopolizadas, a presença de firmas de diferentes capacidades competitivas, somadas às incertezas quanto ao comportamento da demanda, impediria a concorrência realizada pelo mecanismo dos preços e transformaria a estratégia da diferenciação no comportamento mais utilizado.¹⁹

A introdução de novidades ou a criação de exclusividade visa a revelar “ao imaginário do consumidor” atributos do produto que o tornem muito diferente e que produzam incremento das relações “produtor-consumidor”, dava os primeiros passos para o afastamento da pretensa soberania desse último. A diferenciação pode ocorrer: nos atributos do produto, nas formas de organizar os processos produtivos, ou nos mecanismos psicológicos criadores do “imaginário” na mente do comprador. Por serem exclusivas do “inovador” essas formas de concorrência criam, por determinado tempo, um “monopólio temporário” traduzido como “fidelização”.

No entanto, a durabilidade desta relação cativa depende da capacidade de os concorrentes “imitarem”, de alguma forma, a inovação introduzida. Consequentemente, a diferenciação vai além dos produtos, dos processos e da criação de expectativas positivas quanto ao consumo. Ela deve ser um comportamento permanente, mas não exclusivo, de estreitamento das relações produtor-cliente, e neste sentido deve ser um contínuo processo de descoberta de necessidades ainda não satisfeitas.

Historicamente, segundo Lazonick (1992), o mundo capitalista assistia à transmutação do “capitalismo proprietário” em “capitalismo gerencial”, uma referência evidente ao que se seguiu na literatura²⁰ e ficou conhecido como o divórcio entre “propriedade e controle” ou entre “acionistas e gerentes” e que procurava a um só tempo demonstrar sua insatisfação com as ideias hegemônicas do

¹⁹Os modelos de concorrência imperfeita e monopolística surgidos após a crítica raffiana informam a impossibilidade da análise do mercado como mecanismo de formação de preços ou, de acordo com Abramovay (2004, p. 1), “a alocação de recursos a partir dos quais a sociedade se reproduz e se desenvolve”. Neste sentido, diferenciar é ir além dos atributos universais e das possibilidades de metodologias quantitativas, centrando-se nos aspectos “imaginários” ou “simbólicos”, argumento fundamental na abordagem de Bourdieu.

²⁰A literatura relacionada à firma capitalista e ao seu desenvolvimento oligopólico está subdividida nas teorias Gerenciais e Comportamentais, seja ao enfatizar a relevância da administração empresarial na formulação dos seus objetivos, seja ao destacar o processo decisório em si, associado às constantes alterações e adaptações nesses objetivos.

neoclassicismo evidenciando a realidade do mundo empresarial baseado na grande empresa. Entretanto, as análises do processo decisório e do comportamento interno à grande empresa se restringiam a um pequeno grupo, nas palavras de Penrose (2006) “poucos economistas consideravam necessário averiguar o que ocorria dentro das firmas”.

Dentre aqueles cujas contribuições se aglutinaram na chamada teoria da firma existe um conjunto que enfatiza os conhecimentos e habilidades aprendidas e o processo de aprendizagem; o modo de fazer e resolver problemas; as rotinas e suas transformações, além de entender a existência, a estrutura e os limites da firma a partir das capacidades e competências individuais e de grupo.²¹

As abordagens de Knight (1972) e de Penrose (2006), embora com perspectivas teóricas diferentes daquela de Steindl (1983), em conjunto contribuíram com as melhores interpretações dos estudos empíricos clássicos sobre as assimetrias entre diferentes empresas de uma mesma indústria relativamente às suas produtividades (HODGSON, 1998). Em Knight (1972), a firma deve utilizar seus recursos humanos e materiais para responder às contingências derivadas da incerteza, principalmente por elas não serem quantificáveis. O tratamento do conhecimento e das formas de aprendizagem formadoras das capacidades necessárias ao enfrentamento destes ambientes serão seus temas mais enfáticos. O enfrentamento da incerteza presente na decisão sobre o que e como fazer exige algum tipo de centralização (um mecanismo administrativo ou “cérebro” da organização), um centro organizador e distintivo da natureza humana e das organizações de origem semelhante ao que ocorre na vida dos organismos animais (KNIGHT, 1972 *apud* HODGSON, 1998).

Para ele, as especificidades do uso do conhecimento, principalmente em ambientes carregados de incerteza e ignorância quanto ao futuro, exigem “capacidade para atuar por opinião (tentativa e erro) mais do que por conhecimento”, característica impossível de ser detalhada em um contrato. Existem características econômicas não contratualizáveis, sobretudo a decisão de um empresário alocar competências por possuir natureza fortemente idiossincrática.²²

Segundo Hodgson, Durkheim faz uma afirmação de sentido muito semelhante quando mostra que “em qualquer contrato existem elementos não con-

²¹Devido aos objetivos específicos desse texto, as análises da firma, conhecidas por “Abordagens Gerenciais e Comportamentais”, “Resource Based View” (ou conjunto de recursos), deixam de ser apresentadas ou o foram de forma bastante resumida.

²²Neste ponto Knight se refere às críticas de Coase (1937) e afirma que a incerteza gera a “necessidade de se atuar por opinião mais do que por conhecimento”, comportamento que implica não somente informação e conhecimento, mas essencialmente “opiniões e juízos (suposições) idiossincráticos complexos em contextos de incerteza”. [KNIGHT (1921) *apud* FOSS (1993)].

tratuais”, ou seja, “em contextos de incerteza algumas competências não podem ser utilizadas ou facilmente compradas e contratadas” (KNIGHT, 1972 *apud* HODGSON, 1998). Ao destacar o papel do conhecimento e da incerteza, Knight transforma-se em elemento de fundamental importância tanto à análise da firma, como ao estabelecimento de formas alternativas de entendimento das relações dos atores em um mundo real.

Entretanto, suas ideias também serviram de fundamento e complementaridade para que E. Penrose apresentasse a empresa não somente como uma “unidade de planejamento administrativamente autônoma, cujas atividades são inter-relacionadas e coordenadas por políticas formuladas com vistas a seus esforços na empresa como um todo”, mas como organização que também é “um conjunto de recursos produtivos cuja disposição entre os diversos usos através do tempo é determinada por decisões administrativas” (PENROSE, 2006). Tais afirmações rejeitam enfaticamente a firma da teoria neoclássica em favor de ideias apoiadas na realidade do mundo empresarial, que de acordo com esta autora, inexistiam na firma teórica imaginada pela abordagem neoclássica, logo, não representava nada de uma firma.

A necessidade contínua de introduzir inovações exigia não somente alta capacitação tecnológica, mas também habilidades tácitas “conhecimento difícil de ensinar”, porém fundamental para a solução de problemas inesperados. A firma passa a ser entendida como “coleção de recursos” para que “acumule diversos tipos de reservas para suas atividades”, sobretudo as voltadas ao enfrentamento de ambientes complexos e incertos.²³ Em resumo, este hábito, ao se enraizar, transforma-se em cultura de trabalho interpessoal; assim, tanto na firma como em um grupo específico, as pessoas se tornam individual e coletivamente mais valiosas para a organização (PENROSE, 2006).

A aprendizagem pela “experiência” ao emergir internamente à firma, irá sutilmente transformar os indivíduos, neles se incrustando como um hábito comportamental, não podendo deles se separar (PENROSE, 2006). Sendo assim, ao se constituir em processo de crescimento interno construído de forma social e orgânica, essa teoria se impõe como uma forma de aperfeiçoamento das competências. De um lado, constitui aumento dos conhecimentos correntes; e de outro, impulsiona a busca por novos conhecimentos e dessa forma corresponde à mudança e ao desenvolvimento dentro da firma (HODGSON, 1998). Nesse

²³Penrose destaca a importância dos recursos constituídos como reservas em seu grupo de administradores de quem resulta o desenvolvimento de um processo cumulativo em que as experiências individuais e de grupo crescem e se reforçam, transformando os indivíduos.

sentido, é uma contribuição teórica de extrema relevância²⁴ em que o conhecimento acumulado no passado e as experiências do presente podem influenciar comportamentos decisórios e ajudar na solução de problemas.

A notável contribuição de J. Steindl – primeira ruptura consistente e bem sucedida com a ortodoxia neoclássica – surge nos anos 1950, concomitantemente ao início das bases teóricas do keynesianismo, pensamento ainda por se consolidar devido à sua dificuldade em criar um sistema que fosse capaz de explicar os determinantes do investimento produtivo²⁵ associando teoria dos preços, estruturas de mercado [a partir do oligopólio como forma dominante] e concorrência (COUTINHO, 1983).

O método de Steindl englobou esses elementos, baseado em trabalhos anteriores e nos estudos de M. Kalecki, e construiu um corpo articulado de hipóteses sobre as estruturas de custo, a formação de preços e as formas de concorrência presentes nas condições dos mercados oligopolizados e que pudessem explicar a acumulação e a concentração setorial na indústria dos Estados Unidos.²⁶

Segundo Steindl, ao assumir o mercado como somatório de unidades produtoras e consumidoras sem nenhuma referência às suas especificidades de tamanho, a economia neoclássica deixava de analisar as vantagens das grandes empresas.²⁷ A constatação dos diferenciais competitivos entre as empresas, decorrentes das diferenças de tamanho das unidades produtivas; dos diferenciais de margens de lucro daí resultantes e de seus reflexos sobre os custos que resultam em diferenciais de preços entre as firmas, foram o seu ponto de partida. Isto o levou a distinguir as empresas em: “líderes” ou “progressivas” as de maior potencial competitivo; e “marginais” isto é, ineficientes em razão de custos mais elevados, mas nem sempre as de menor tamanho.²⁸

²⁴Outras contribuições teóricas da autora, sobretudo o capítulo sobre a diversificação, foram relegadas por não agregarem nenhum argumento que favorecesse o diálogo com a Nova Sociologia Econômica.

²⁵Embora Keynes estivesse certo de que a taxa de lucro esperada pelo empresário capitalista era a decisão fundamental para o investimento da firma, sua argumentação prendia-se unicamente ao grau de confiança do empresário quanto ao futuro, ou seja, suas expectativas a respeito do futuro esperado (que se sabia carregado de incertezas).

²⁶A realidade das indústrias observadas por Steindl era a expansão da escala de produção e o surgimento de custos médios cada vez menores, fato que criava grande incompatibilidade com o equilíbrio da firma e do mercado, pois mesmo assumindo as deseconomias de escala e o tamanho ótimo da firma daí decorrentes, ainda persistia a dificuldade de se obter equilíbrio de mercado.

²⁷As grandes empresas, devido ao tamanho da escala, obtinham lucros maiores em razão dos diferenciais de custos. A acumulação permanente destes lucros, devido às diferenças temporais de entrada, fazia surgir maiores lucros acumulados e estratégias para torná-los permanentemente duradouros.

²⁸Algumas observações: (a) algumas tendem ao crescimento e à concentração enquanto outras, devido às facilidades de acesso a capitais financeiros e bancários, nascem concentradas; (b) como consequência, o tamanho cria vantagens adicionais, além dos diferenciais de custo, e que se traduzem em vantagens financeiras, principalmente as relacionadas ao crédito e aos juros diferenciados gerando maiores capacidades de endividamento e maior potencial de crescimento; (c) desta forma, nada existe de homogeneidade nesta estrutura de mercado dominante, mas grande diferenciação de graus de endividamento, logo, de capacidade financeira das empresas concorrentes.

Ao criticar a concorrência imperfeita,²⁹ Steindl adianta alguns conceitos essenciais para o seu raciocínio: a existência de capacidade de reserva (excesso de capacidade produtiva ou capacidade produtiva ociosa) principalmente em estruturas oligopolizadas; o comportamento rígido da empresa oligopolista ao determinar preços; e a noção de acumulação interna dos lucros das empresas como mecanismo fundamental de financiamento interno a partir dos lucros retidos (KALECKI, 1983), (WOOD, 1980) e (STEINDL, 1983). Estes conceitos evidenciam a lógica de seu desenvolvimento teórico sobre as assimetrias entre as firmas que ele procura mostrar, articulando-os à dinâmica do crescimento e do investimento empresarial. Inicialmente relaciona formação de preços no oligopólio, possibilidade de entrada de novos concorrentes e pressão competitiva no mercado, principalmente para os produtores marginais cujas condições de custo poderiam gerar sua eliminação.

Nas grandes empresas – as líderes – a forma para desestimular a entrada de novos competidores e evitar excessos de oferta de produtos e as quedas de preços e margens de lucro, é planejar a capacidade de produção, considerando possíveis alterações de curto prazo na demanda e indivisibilidades técnicas do lado da oferta, levando em conta a manutenção de certa reserva de capacidade. Tal procedimento possibilitaria responder prontamente aos movimentos expansivos da demanda. Em se tratando do produtor individual, esta reserva de capacidade também poderia ser considerada uma arma estratégica para a obtenção de lucros e a redução da incerteza, prioritariamente nos momentos de expansão da demanda.

Ao optar pela manutenção deliberada dessa reserva a empresa repete comportamentos análogos às outras formas de reserva que possui, tendo em vista se proteger contra instabilidades presentes na competição, ao mesmo tempo em que imprime maior flexibilidade ou rapidez de resposta na produção e nas vendas, reforçando a rigidez dos preços e margens de lucro no mercado.

Uma vez que nos setores oligopolísticos existe rigidez de preços e diferenciais de custo decorrentes de diferentes capacidades produtivas, principalmente nas grandes empresas, qualquer pressão competitiva devido à expansão principalmente da demanda resultaria em lucros maiores para essas empresas, compressão das faixas de mercado dos produtores marginais e, em determinados casos,³⁰ causaria até

²⁹Anteriormente à publicação de “Maturidade e Estagnação no Capitalismo Americano”, em 1952, Steindl escreveu outro importante trabalho editado em 1945: “Small and Big Business: Economic Problems of Size of Firms”, norteadores destes comentários.

³⁰O movimento de contração e expansão da faixa de produtores marginais é determinado pelo comportamento da demanda. Quando a taxa de absorção da demanda de determinado setor produtivo aumenta acima da capacidade de expansão das empresas líderes, os produtores marginais podem manter ou até elevar suas parcelas de mercado. Ressalve-se que este processo sempre volta à normalidade nos momentos de reversão da demanda.

sua eliminação. Tal fato elevaria a concentração relativa do mercado – redução do número de participantes e incrementos na participação daqueles que permanecessem – e explicitaria que a existência de diferenciais de custo “em favor das empresas maiores permanece como característica permanente”, uma vez que os lucros são “explicados como um excedente originado por estes sistemáticos diferenciais de custo” (STEINDL, 1983). Entretanto, não podemos deixar de considerar que as estratégias de cooperação entre as pequenas empresas, já analisadas por Marshall no início do século XX, ao reconhecer o sucesso de aglomerações denominadas “distritos marshallianos”,³¹ utilizadas tanto para ganhar escala como para obter capacidade de reserva, também podem lhes dar as vantagens indicadas por Steindl.

Resumindo as contribuições de Steindl destacaríamos, de início, suas ideias sobre as relações entre concorrência e acumulação de capital, por utilizar argumentos frutos da pressão competitiva resultante da acumulação interna da firma, opostos à teoria neoclássica; em seguida, a possibilidade de se formular uma “teoria alternativa da firma” como em Guimarães (1979) e Possas (1985), rompendo-se radicalmente com a ortodoxia neoclássica;³² e, por fim, a concorrência, que assumida como elemento fundamental da economia capitalista, impulsionaria este movimento que, ao materializar a acumulação de capital, conformaria e transformaria a estrutura dos mercados.³³

Identificando “pontes” entre a Nova Sociologia Econômica e a Economia

Esperamos ter deixado evidente que existe internamente à Economia uma possibilidade de análise dos eventos econômicos tendo em mente as dimensões histórica, política e social. Sugerimos que a tentativa de diálogo entre esta “outra Economia” e a NSE deveria partir do estabelecimento de alguns elementos de proximidade que servissem como catalisadores da discussão. Nesta perspectiva, esta seção procura identificar alguns pontos que podem servir como pontes de entrelaçamento entre as duas ciências.

³¹Esta perspectiva com base na análise marshalliana foi o ponto de partida dos pesquisadores italianos, em suas análises sobre as experiências na chamada Terceira Itália.

³²Steindl traduz este movimento pela expressão “uma dinâmica do desequilíbrio”, uma vez que as margens de lucro determinam a composição estrutural do mercado e o excesso de capacidade atua como elemento resultante da estrutura de mercado e determinante das estratégias das firmas oligopolistas.

³³Ao encerrarmos este resgate histórico que procura mostrar uma alternativa crítica presente no âmbito da economia, queremos ressaltar que: (a) os economistas reunidos na vertente da Nova Economia Institucional também apresentam argumentos consistentes cuja origem encontra-se em Coase e nas análises de Williamson, sobretudo ao enfatizar os aspectos referentes aos custos de transação; (b) a NSE, sobretudo Granovetter, também ressalta elementos críticos a essa vertente.

Em primeiro lugar, há uma estreita relação entre a confiança na qualidade do produto, reputação decorrente de aspectos simbólicos e acordos entre concorrentes, destacados por Sraffa (1926) e a análise da formação de preços de produtos que guardam pouca, ou nenhuma relação com oferta, demanda ou mesmo custos. Entendendo a qualidade como um valor simbólico-cultural que reflete a diversidade de avaliações que relacionam os agentes econômicos a um produto, ela envolve dimensões individuais diversas tanto para consumidores quanto para produtores (KARPIK, 2007).

Para a NSE a dimensão qualitativa dos produtos advém do espaço das relações sociais. O mercado de produtos singulares é distinto. Segundo Abramovay, a existência deste tipo de bens exige uma análise sociológica orientada aos mercados da qualidade. Nestes mercados, os produtos adquirem sua especificidade quando associados a avaliações multicritérios, logo, em muitos casos, envolvem pequena parcela de consumidores dispostos a pagar preços mais elevados uma vez que a ênfase se coloca nas qualidades e não nos preços. A característica principal dos bens e serviços singulares envolve julgamentos, muito mais do que decisões. Sendo assim, a operação desse tipo de mercado exige dispositivos que ajudem os indivíduos na formação de seu julgamento sobre o produto, uma vez que esse julgar envolve incerteza de nível superior àquelas existentes nos mercados de bens não singulares (ABRAMOVAY, 2007). Por consequência, envolvem, segundo Karpik, modalidades de construção da confiança, sobretudo a reunião de um conjunto de informações que reduza ao mínimo a incerteza sobre o erro de julgamento (CHALITA, 2008, p. 111).

Uma compreensão ampla das relações entre produtores e consumidores deveria reconhecer que, ao produzirem enraizamento ou fortes ligações produtor-usuário, podem envolver estratégias comportamentais visando a conquistar parcelas adicionais do mercado. Tais relacionamentos, tanto por diferenciação de produtos como por singularização envolvem a repetitividade, a confiança, a reputação de um aspecto simbólico como a “marca” ou qualquer outro tipo de “signo” e, principalmente, constitui-se em uma vantagem para as firmas estabelecidas ou primeiras “inovadoras” em relação àquelas desafiadas. Desta forma, o fundamental em qualquer um dos casos, tanto na forma “real”, isto é, reconhecida qualidade ou na forma “imaginário/simbólica” através da construção de uma “marca” ou de uma “denominação de procedência”, ambas carregando consigo preferência, tradição, design etc. é que nos afastamos do equilíbrio do mercado ao definirmos o preço.

Outro elemento “ponte” neste trabalho é a existência de acordos entre concorrentes que funcionam como comportamentos estratégicos destinados a manter

ou a ampliar o domínio/poder sobre determinado mercado, o que em outras palavras significa manter ou conquistar posições superiores na estrutura de distribuição das posições específicas em determinado mercado, relativamente aos demais participantes, definidas pelo volume e a estrutura dos diversos capitais possuídos e determinantes daquele domínio ou poder (BOURDIEU, 2005, p. 24).

Na verdade, esta forma de relação entre os participantes procura evitar as tradicionais “guerras de preços” entre os agentes envolvidos cujas causas são evidentemente jogos em que todos perdem. Sendo assim, há que se reconhecer que a redução do grau de incerteza, sobretudo em mercados não convencionais, e a repetitividade das relações são fundamentais tanto aos economistas da Economia Industrial como deveriam ser aos sociólogos da NSE. Essa repetitividade pode fortalecer a ideia de que os contratos formais para reduzir o oportunismo dos agentes são desnecessários em função do aprendizado propiciado pela repetição. Assim, tanto na Economia Industrial como na NSE, a repetição faz com que os agentes não só aprendam como confere historicidade aos processos competitivos, que socialmente se constituem visando a estratégias competitivas. Consequentemente, pode-se afirmar que tais relações se institucionalizam para o enfrentamento das incertezas.

A competição é entendida como “luta” entre concorrentes³⁴ por fatias adicionais de mercado – fruto do poder de mercado estabelecido pelas firmas líderes (STEINDL, 1983) ou da força de um agente em função de seus diferentes recursos propiciadores de vantagens na competição (BOURDIEU, 2005). Por isso, determina o comportamento de suas rivais, tanto aceitando sua liderança pelo reconhecimento de sua incapacidade em suplantar as firma líderes quanto por sua adesão a elas como firmas seguidoras. Assim, um último aspecto desta “outra economia”, também muito caro à NSE, sobretudo a Steiner, residiria neste reconhecimento, procedimento que não deixa de ser uma tradução da procura por estabilidade no processo concorrencial, ou seja, visa a comportamentos característicos de arranjos onde todos possuam a oportunidade de ganhar, ainda que sem excluir os conflitos internos.

³⁴Ao afirmar que o campo econômico é um campo de forças, Bourdieu explica que a força (ou o poder de influenciar os agentes) depende, “mais precisamente, do volume e da estrutura do capital que ele possui”; no entanto, ele expande o entendimento deste campo afirmando que ele é “um campo de lutas destinadas a conservar ou a transformar o campo de forças” (BOURDIEU, 2005, pp. 24 e 33). Neste sentido, ele revela que a competição entre os agentes econômicos é uma disputa por oportunidades no espaço de opções do consumidor.

Conclusão

Este resgate de elementos conceituais presentes na leitura crítica sobre o neoclassicismo e visando à “construção de um corpo teórico alternativo para a teoria do oligopólio” (POSSAS, 1985, p. 9), como outra forma analítica das relações de mercado, alheia aos “modelos limpos” e elegantes daquela teoria, não somente pretendeu deixar claro que as críticas à Economia imputadas pela Nova Sociologia Econômica são, na verdade, dirigidas à Teoria Neoclássica, corrente ainda hegemônica como também dirigidas à Nova Economia Institucional que não foram analisadas aqui. Ao mesmo tempo, concordando com Bourdieu, buscou-se ressaltar que, para além do “*homo economicus*” e do “individualismo metodológico”, existe uma alternativa de análise crítica da economia “compatível com uma filosofia do agente, da ação, do tempo e do mundo social” e cujas conclusões, ainda que formalizadas de maneira distinta, e utilizando expressões diferentes, se aproximam ou diferem pouco da NSE.

Por fim, salientamos que autores da NSE, como Steiner (2006, p. 4), também reconhecem que certas teorias econômicas heterodoxas “vão ao encontro de alguns desenvolvimentos da sociologia econômica” o que poderia reforçar a convergência de conclusões entre as abordagens da Economia e da Nova Sociologia Econômica, mesmo se considerando as especificidades “de estilo discursivo, de métodos de trabalho, e de fundamentos teóricos” como destaca Abramovay. Ressalte-se, neste sentido, a Teoria da Regulação e a Economia das Convenções.

Another Economy for New Economic Sociology

Abstract: This paper claims that the New Economic Sociology criticism on Economic is, indeed on neoclassicism. Therefore, an economy-sociology interlocution should use “another” economy with rationalities related to values, affectivity, or tradition. This economics theory of dynamic character, focuses on marked structures, relates an oligopolic structure and competition in a dynamic view, associates historicity, and uncertainty of the agent. Finally highlights some aspects of contact between that economy and the New Economic Sociology, compatible with a social word philosophy. This is an effort to bring the social sciences, working so that the Economy is again assumed as a historical science.

JEL: D43, L22, Z13

Key words: New economic sociology; institutions; market structure; market social construction.

Referências

ABRAMOVAY, R. Para uma teoria dos estudos territoriais. In: ORTEGA, A.C.; ALMEIDA FILHO, N. *Desenvolvimento territorial, segurança alimentar e economia solidária*. Campinas-SP: Alínea, 2007.

_____. Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. In *Tempo Social. Revista de Sociologia da USP*. v. 16, n. 2, pp. 35-64, 2004.

_____. Os mercados como construções sociais. In: *Valor Econômico - Eu & Fim de Semana*. 24/08/2007, p. 13.

AMADEO, E.J. (org.). *Ensaio sobre Economia Política Moderna: teoria e história do pensamento econômico*. São Paulo: Marco Zero, 1989.

BORDIEU, P. O campo econômico. In: *Revista Política & Sociedade*. v. 4, 2005. pp. 15-57.

CANGIANE, M. A teoria institucional de Karl Polanyi: a sociedade de mercado e sua economia 'desenraizada'. In: POLANYI LEVITT (org.). *A subsistência do homem e ensaios correlatos/Karl Polanyi*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. pp. 11-44.

CARVALHO, F.C., Fundamentos da Escola Pós-Keynesiana: A Teoria de uma Economia Monetária. In: AMADEO, E.J. (org.) *Ensaio sobre economia política moderna: teoria e história do pensamento econômico*. São Paulo: Marco Zero, 1989. pp.179-194.

CHALITA, M.A.N. O mercado das singularidades. (resenha). In: *Revista de Economia Agrícola*. São Paulo, v. 55, n. 1, jan./jun. 2008. pp. 107-115.

CHAMBERLIN, E.H., *The Theory of Monopolistic Competition*. Cambridge: Harvard University Press, 1933.

COASE, R.H. The nature of firm. In: *Economica*. v.4, 1937. pp. 386-405. Reimpresso em WILLIANSON, O.E.; WINTER, S. (eds.). *The nature of firm: origins, evolution and development*. Oxford: Oxford University Press, 1991.

COUTINHO, L. Apresentação. In: Maturidade e estagnação no capitalismo americano. Abril Cultural. *Coleção Os Economistas*, 1983.

DEQECH, D. Instituições e a relação entre Economia e Sociologia. In: *Revista Estudos Econômicos*. São Paulo v. 41, n. 3, jul./set. 2011. pp. 599-619.

ELSTER, J. *El cemento de la sociedad*. Las paradojas del orden social. Barcelona: Gedisa Editorial, 1991.

_____. *Ulises y las Sirenas*. Estudios sobre racionalidad e irracionalidad. México: Fondo de Cultura Económica, 1984.

FOSS, N.J. La Teoría de la Empresa: Los Austríacos como Precusores y Críticos de la Teoría Contemporánea. In *Revista Libertas*. v. 26, mayo, Argentina: Instituto Universitario Eseade, 1997.

GRANOVETTER, M. Economic action and sociaestructure: the problema of embeddedness. In: *American Journal of Sociology*. v. 91, n.3, 1985, pp. 481-510. [Versão em português pode ser encontrada em: PEIXOTO, J. & MARQUES, R. *A nova sociologia econômica*. Oeiras-Portugal: Celta, 2003, pp. 69-102].

GUIMARÃES, E.A.A. *Acumulação e Crescimento da Firma*: um estudo de organização industrial. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

_____. Organização Industrial: a necessidade de uma teoria. In: *Pesquisa e Planejamento Econômico*. Rio de Janeiro, IPEA – Instituto de Planejamento Econômico e Social, v.9 n.2, 1979.

HALL, R.L.; HITCH, C.J. A Teoria dos Preços e o Comportamento Empresarial. In: *Clássicos de Literatura Econômica*. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 1988.

HODGSON, G. Evolutionary and Competence-Based Theories of the Firm. In: *Journal of Economic Studies*, 25 (1), 1998.

KALDOR, N. *Essays on Value and Distribution*. Glencoe, Illinois: Free Press, 1934.

KALECKI, M. Teoria da Dinâmica Econômica. São Paulo: Abril Cultural. *Coleção Os Economistas*, 1983.

KARPIK, L. *L'économie des Singularités*. Paris: Gallimard, 2007.

KNIGHT, F.H. Risco, Incerteza e Lucro. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura. *Coleção Economia e Administração*, 1972.

LACERDA, G.B. As críticas de Augusto Comte à Economia Política. In: *Política e Sociedade*, v. 8 n. 15, 2009, pp.73-97.

LAZONICK, W. Business Organization and Competitive advantage: capitalist transformation in The Twentieth Century. In: DOSI G.; GIANNETTI, R.; TONINELLI, P. (eds.) *Technology Enterprise in a Historical Perspective*. Oxford: Claredon Press Oxford, 1992.

LEIBENSTEIN, H. Entrepreneurship and Development. In: *American Economic Review*. v. 57, March, 1968.

MARQUES, R. Os trilhos da Nova Sociologia Económica. In: PEIXOTO, J.; MARQUES, R. (org.). *A Nova Sociologia Económica*. Oeiras: Celta Editora, 2003.

OLSON, M. *A Lógica da Ação Coletiva*. São Paulo: Edusp, 1999.

PEIXOTO, J.; MARQUES, R. (org.) *A Nova Sociologia Económica*. Oeiras: Celta Editora, 2003.

PENROSE, E. *A Teoria do Crescimento da Firma*. Campinas: Unicamp, 2006.

POLANYI, K. *A grande transformação*. As origens de nossa época. 12.reimp. Rio de Janeiro: Elsevier, 2000.

POLANYI LEVITT, K. (org.). *A subsistência do homem e ensaios correlatos/Karl Polanyi*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012. pp. 11-44.

POSSAS, M. L. *Estruturas de Mercado em Oligopólio*. São Paulo: Hucitec, 1985.

RAUD, C. Bourdieu e a nova sociologia econômica. In: *Tempo Social. Revista de Sociologia da USP*. v. 19, n. 2, 2007. pp. 203-32.

ROBINSON, J. *The Economics of Imperfect Competition*. London: Macmillan, 1933.

_____. Concorrência Imperfeita Reexaminada. In: ROBINSON J. *Contribuições à Economia Moderna*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

SRAFFA, P. A Lei dos Rendimentos sob Condições de Concorrência. In: *Clássicos de Literatura Económica*. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 1988.

STEINDL, J. Maturidade e Estagnação do Capitalismo Americano. São Paulo: Abril Cultural, *Coleção Os Economistas*. 1983.

_____. *Small and Big Business: Economic Problems of the Size of Firms*. Oxford: Basil Blackwell, 1945.

STEINER, P. *A sociologia econômica*. São Paulo: Atlas, 2006.

_____. *La tradition française de critique sociologique de l'économie politique*. Revue d'Histoire des Sciences Humaines, v. 17, mai 2008, p. 63-84.

SWEDBERG, R. A Nova Sociologia Económica: O que se atingiu, o que se seguirá? In: PEIXOTO, J.; MARQUES, R. (org.). *A Nova Sociologia Económica*. Oeiras: Celta Editora, 2003.

SWEEZY, P.M. Demanda sob Condições de Oligopólio. In: *Clássicos de Literatura Económica*. Rio de Janeiro: IPEA/INPES, 1988.

TIGRE, P.B. Inovação e Teorias da Firma em Três Paradigmas. In: *Revista de Economia Contemporânea*. n. 3, Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.

WHITE, H.C. Where do markets come from? In: *American Journal of Sociology*, 87, 1981, pp.517-547.

WOOD, A. *Uma Teoria dos Lucros*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980.

Recebido para publicação em maio de 2012

Aprovado para publicação em abril de 2013