

**I SIMPÓSIO DE PESQUISA DE PÓS-GRADUANDOS EM SOCIOLOGIA
USP- UNICAMP - UFSCAR**

Resumos da Mesa *Sociologia Econômica*

Mesa *Sociologia Econômica*

Dia: 4ª feira - 26 de novembro de 2008

Horário: 13h30 – 16h00

Local: Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da USP – prédio Ciências Sociais

Sala: 08

Comentários: Profa. Dra. Nadya Araújo Guimarães - USP

• **Trabalho 1**

OS EMPREENDEDORES DA CIÊNCIA DE FICAR RICO NO BRASIL

Área de Concentração: Sociologia Econômica e das Finanças

Nome: Elaine da Silveira Leite

Vinculação institucional: Programa de Pós-Graduação em Sociologia/Universidade Federal de São Carlos

Palavras-chave: auto-ajuda, finanças, investidores.

Nas últimas décadas do século XX, presenciamos um *boom* de publicações dos títulos de auto-ajuda. Educação, saúde, relações interpessoais, vida conjugal, autoconhecimento, felicidade, negócios, finanças, tudo cai no campo de atenção desse gênero. Isto é, passa-se a enfatizar a auto-ajuda como orientação prática para o sucesso pessoal e financeiro.

O livro “Pai Rico, Pai Pobre – o que os ricos ensinam seus filhos sobre dinheiro”, protagonizou a lista de *best-sellers* no Brasil. “Pai Rico, Pai Pobre” conta a história de um menino, o qual teve dois pais, um rico e outro pobre. Um era muito instruído e inteligente (pai pobre), o outro pai nunca concluiu o segundo grau (pai rico). Ambos auferiram rendas consideráveis. Contudo, um sempre enfrentou dificuldades financeiras.

A maioria dos livros de auto-ajuda sobre finanças pessoais se constrói sempre com dualidades — rico/pobre, capitalista/socialista, razão/emoção, bom/mau. Pela leitura destes livros é possível constatar um empenho em transformar a imagem do capitalista, especulador, homem de negócios, isto é, do “rico” em um homem simplesmente inteligente que apenas sabe fazer o dinheiro trabalhar para ele próprio.

Neste campo também estouram *sítes* voltados para a questão de finanças pessoais, como Clube do Pai Rico e Letras & Lucros, que também é uma editora de títulos neste segmento. Há o surgimento de palestrantes como Gustavo Cerbasi da consultoria em finanças pessoais “Mais Dinheiro” e autor do famoso *best-seller* “Casais Inteligentes Enriquecem Juntos”; e eventos como Expo Money e Expo Traders.

Baseado no referencial teórico da sociologia econômica e a relevância do fenômeno da auto-ajuda nos dias atuais. Esta comunicação busca apresentar os resultados parciais da pesquisa que visa discutir a transformação das concepções valorativas que circundam a vida econômica dos indivíduos, por meio da análise do fenômeno da auto-ajuda no seu viés de finanças pessoais. Desta forma, pretendemos

fornecer novas evidências para a construção do quadro sociológico do mercado financeiro, esboçando a “guerra cultural” entre os vários empreendedores da ciência de ficar rico no Brasil.

- **Trabalho 2**

Dispositivos de controle emocional – poder e emoções na economia contemporânea

Nome: Daniel Pereira Andrade

Vinculação institucional: Doutorado em sociologia na FFLCH/USP

Palavras-chave: biopoder; emoções; trabalho imaterial; consumo de experiências; transtornos afetivos.

Áreas de concentração: sociologia das emoções; sociologia do trabalho; sociologia do consumo; sociologia da saúde

Não apenas temos o direito de sermos felizes, temos o dever de sê-lo. O imperativo do gozo pesa sobre nós como o novo dever moral das sociedades contemporâneas. Muito se tem discutido a respeito desse tema a partir da perspectiva de uma ética hedonista que caracterizaria o novo espírito do capitalismo. Contudo, pouca atenção tem sido destinada às relações de poder que têm investido sobre as emoções e colonizado as relações de si para consigo, moldando a subjetividade no novo cosmos econômico. A crise do capitalismo mundial da década de 1970 e a ampliação do setor de serviços transformaram o mundo corporativo, introduzindo inovações tecnológicas, organizacionais, comerciais e administrativas que redefiniram a forma como o trabalho e o consumo são realizados. O modelo de administração burocrático, que deveria “proceder *sine ira et studio*, ou seja, sem a menor influência de motivos pessoais e sem influências sentimentais de espécie alguma” (WEBER), sofreu um desmonte de sua estrutura verticalizada, abrindo espaço para formas mais flexíveis de gestão de pessoas. A introdução do foco no cliente, da intensificação e gestão de relacionamentos com os consumidores, da customização de produtos e serviços, das tecnologias de informação, do trabalho em equipe, da maior autonomia de decisão em todos os níveis, de empresas horizontalizadas e de redes de empresas, do compartilhamento e interpretação de informações foram algumas das inovações que garantiram vantagens competitivas em uma conjuntura de concorrência acirrada. Essas mudanças constituíram uma nova modalidade de trabalho que demanda uma mobilização intensiva da subjetividade e criaram a preocupação com o controle, fidelização e encantamento do cliente. As técnicas disciplinares de poder não são suficientes e por vezes nem adequadas para controlar esse novo tipo de trabalho e menos ainda de consumo. Os dispositivos de poder emocional surgem para permitir esse controle, combinando-se ou substituindo as técnicas disciplinares. São seus exemplos a cultura organizacional, a inteligência emocional, os treinamentos comportamentais e atitudinais, as técnicas de motivação, os treinamentos de equipe, os CRMs, o marketing e a comercialização de experiências, entre outros. Essas técnicas de poder emocional constituem uma terceira dimensão do biopoder por visar o corpo em seus aspectos perceptivos, sensoriais e sentimentais, controlando a vida vivida dos sujeitos. Elas constituem novas desigualdades já objetivadas em escalas de inteligência emocional e em escalas psiquiátricas para o diagnóstico dos transtornos afetivos.

- **Trabalho 3**

Esboço para uma sociologia do campo da sustentabilidade no mercado financeiro

Nome: Marina de Souza Sartore

Vinculação institucional: Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de São Carlos

Palavras-Chaves: Índice de Sustentabilidade; Bovespa; Investimento Socialmente Responsável

Área de Concentração: Sociologia Econômica

O presente trabalho procura entender a inserção da sustentabilidade no campo das finanças a partir da compreensão da lógica da construção do mercado de Investimentos Socialmente Responsáveis (ISR) no Brasil. O ponto de partida que coloca em evidência os jogos sociais e revela os principais protagonistas desta empreitada é o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) inaugurado na Bolsa de Valores do Estado de São Paulo (Bovespa) em dezembro de 2005. Para além de um indicador econômico, o ISE pode ser visto como um espaço social no qual a lógica de sua gênese e sua gestão aponta para a dinâmica entre as diferentes posições ocupadas em seu seio. Pela perspectiva teórica da sociologia econômica através da qual a significação do mercado depende dos recursos e da força de cada ator ou grupo social, o estudo se desenrola por uma sociologia dos agentes e suas instituições, focando-se nos atores sociais que compõem o Conselho do Índice de Sustentabilidade Empresarial (CISE). É a partir do CISE que o entrelaçamento entre seus diferentes conselheiros ganha contornos. O CISE representa as peças centrais para que seja possível montar o quebra-cabeça nacional e internacional da inserção da sustentabilidade no mercado financeiro no Brasil.

- **Trabalho 4**

Redes de conhecimento e colaboração

Como as empresas se inserem no mercado de softwares livres

Nome: Frederico de Oliveira Henriques

Vinculação institucional: Mestrando do departamento de Sociologia da Universidade de São Paulo

Palavras-chave: softwares livres, mercado aberto, capital simbólico, Linux, Apache, Netscape, IBM, estrutura do mercado, Tecnologia da Informação

Área de concentração: Sociologia Econômica

O interesse de governos, programadores e empresas pelos softwares livres tem crescido de maneira perceptível nas últimas décadas. Este trabalho pretende analisar a estrutura deste mercado para ilustrar como o setor empresarial se relaciona com ele.

O texto mostra como nasce este campo, suas estruturas e lideranças, para num momento seguinte tratar das mudanças ocorridas durante os últimos trinta anos. Neste processo o capital simbólico será o grande organizador do campo, inclusive pautando a relação das empresas de tecnologia da informação com as comunidades de programadores neste mercado aberto.

Para realização desta pesquisa foi analisado os casos de três produtos com trajetórias distintas: o sistema operacional Linux, o servidor Apache e o navegador Netscape.

- **Trabalho 5**

Cultura e Responsabilidade Social – Análise das Políticas de Financiamento Cultural da Petrobras e do Grupo Votorantim.

Nome: Marcela Purini Belem

vinculação institucional: Mestranda do Programa de Pós Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de São Carlos (Ufscar)

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial; Cultura; financiamento de cultural; Sociologia econômica

Área de concentração: Sociologia econômica

O Nosso projeto de pesquisa visa analisar como se insere a lógica do incentivo à Cultura nas práticas de Responsabilidade Social Empresarial. Para tanto, estão sendo realizados dois estudos de caso. A análise do financiamento de ações culturais promovidos pela Petrobrás, e a análise do financiamento de ações culturais do Grupo Votorantim.

Segundo Isaura Botelho (2001)¹ a área da cultura tende a ser vista como acessória no conjunto das políticas governamentais, a produção cultural brasileira hoje deve sua atividade basicamente às leis de incentivo fiscal federal, estaduais e municipais. Estas Atividades foram incorporadas à agenda dos investimentos socialmente responsáveis.

A Petrobrás é a empresa brasileira que mais investe em financiamento de ações culturais, somente no ano de 2007 foram duzentos e cinco milhões de Reais entre ações com e sem incentivo fiscal. O Grupo Votorantim conclama para si a democratização da cultura como foco de suas atuações socialmente responsáveis. Ambas as empresas identificam as ações de financiamento cultural como uma esfera relevante de suas políticas de R.S.E.

Segundo Bourdieu E Darbel (2003)² as contradições e as ambigüidades da relação alimentada pelos sujeitos cultos e sua cultura são ao mesmo tempo favorecidas e autorizadas pelo paradoxo que define a realização da cultura, pois para que a cultura realize sua função de encantamento convém que passe despercebido suas condições históricas e sociais. Quando a Cultura adentra a lógica da Responsabilidade Social Empresarial, os financiadores da cultura passam a poder determinar o que consiste Cultura, este projeto visa descobrir que conceito de Cultura está sendo implementado por estas duas grandes empresas.

¹ BOTELHO, I. As dimensões da cultura e o lugar das políticas públicas. In: São Paulo em perspectiva, Revista da Fundação SEADE. 2001.

² BOURDIEU, P. DARBEL, **O Amor Pela Arte** – Os museus de Arte na Europa e seu público. São Pauo: Edusp:Zouk .2003