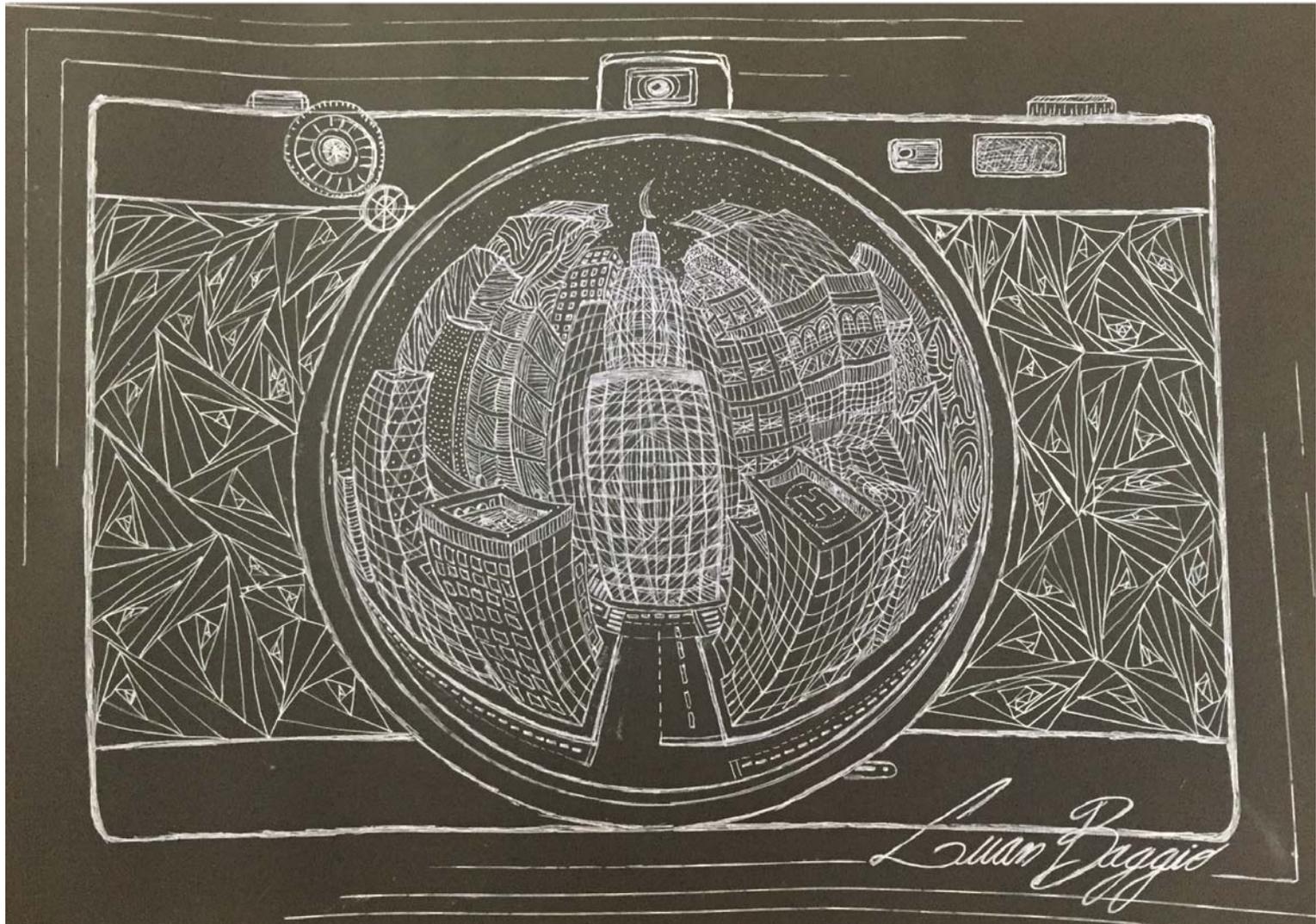


Revista Synthesis

Letras Educação e Humanidades

vol.1, n.2



REVISTA SYNTHESIS LETRAS EDUCAÇÃO E HUMANIDADES

Mestrado Profissional de Práticas Transculturais
Centro Universitário Facvest

Revista Synthesis Letras Educação e Humanidades
Volume 2, número 1 – junho de 2017

Publicação semestral do Mestrado Profissional em Práticas Transculturais
Centro Universitário Unifacvest
Av. Mal. Floriano, 947 – Lages – SC

Conselho editorial

Frank Nilton Marcon (História – UFSE)
Inês Schaw (Literatura – Nassau Community College – NY)
Marco Maschio Chaga (MP Práticas Transculturais – Facvest)
Marcos Vinícius Scheffel (Literatura – UFRJ),
Nelson Schapochnik (Educação – USP)

Conselho consultivo

Eduard Marquardt (Letras – Facvest)
Maurício Cordeiro Manhães (Comunicação – Savannah University)
Patrícia Cristina Albieri de Almeida (Educação – Fundação Carlos Chagas – SP)
Veridiana Almeida (Literatura – FAEL),
Raquel Meister Ko Freitag (Linguística- UFSE)

Comissão Editorial

Arceloni Neusa Volpato (Relações com a comunidade)
Cassandro Devenz (Apoio técnico em TIC)
Diego Fernando e Sá dos Santos (Revisor)
Eduard Marquardt (Editor de textos), Fabio E G Soares (Editor geral)
Lucas Rafael de Liz (Assistente de produção)
Maryualê Mittman (Editora de produção)
Tatiana Zanghelini Ribeiro (Revisora)
Yeda Leticia Nascimento da Silva (Assistente de produção).

Imagem da capa: Luan Baggio

Colaboraram no projeto da capa: Andressa Caneppele, Aghata Gonçalves da Silva, Alan Amaro, Ana Clara Anacleto, Larissa Costa Pereira, Letícia Branco, Mario Josephe da C. Reis, Morgana Maria, Gonçalves de Azevedo, Nadine Oliviecki, Tiago Andrade, Verônica Ribeiro, Yeda Leticia.

SUMÁRIO

Artur Rodrigues Neto

Classificar, governar e punir: A juventude e a FUCABEM em Lages (1979 – 1990).....p. 7-19

Andreia Rodrigues

Discurso amoroso.....p. 21-31

Maria Elisa de Souza, Ana Paula Lisboa Sohn, Renato Buchele Rodrigues

Consumo de moda: Um estudo sobre as gerações X e Y.....p. 33-44

Bruno Felipe Marques Pinheiro, Lucas Santos Silva

Regência verbal: Norma e uso em produções textuais de alunos do ensino médio.....p. 45-55

Regina Zandomênic

A atuação do público nas redes sociais como difusor de informações e os impactos deste comportamento no jornalismo.....p. 57-65

Rafael Mendes Lubeck, Eliete dos Reis Lehnhart

Inovação: Um vetor para o desenvolvimento econômico.....p. 67-84

Classificar, Governar e Punir: A juventude e a FUCABEM em Lages (1979 – 1990)

Artur Rodrigues Neto*
Centro Universitário Facvest, Lages

Resumo

O artigo aborda as políticas públicas para as populações infanto-juvenis no período do regime militar e de abertura política no Brasil, bem como a prática discursiva que atua sobre os jovens das classes subalternas classificando-os como menores. As instituições e práticas de internamento, amplamente utilizadas para controlar a juventude, recebem atenção especial neste trabalho. Escrito em Lages, Santa Catarina, o artigo articula sempre que possível o nacional e o regional. Esta pesquisa entende a infância e a juventude como categorias sociais e leva em consideração as estruturas sociais em que as mesmas se inserem para construir sua narrativa.

Palavras-chave: juventude; instituição; política; punição.

Sort, Govern and Punish: Youth and FUCABEM in Lages (1979 – 1990)

Abstract

The article approaches the public policies for the youth people in the period of military regime and political opening in Brazil, and the discursive practice that run on young people of the lower classes classifying them as minors as well. Institutions and admission practices, widely used to control the youth, are given special attention in this work. Written in Lages, Santa Catarina, the article matches the national and the regional always that is possible. This research takes the childhood and the youth years as social categories and regards the social structures in which they are inserted to build its narrative.

Keywords: youth; institution; policy; punishment.

* Mestrando no Programa de Pós-graduação em Práticas Transculturais, Centro Universitário Unifacvest. Graduado em Licenciatura Plena em História, Centro Universitário Unifacvest.

1 Introdução

Este artigo pretende inserir-se em um campo de análise da historiografia que tem despertado o olhar dos historiadores nas últimas décadas: A história da infância e, particularmente, seus desdobramentos e relações sociais no Brasil.

A utilização de fontes não oficiais, como periódicos de Lages nos anos 1980, bem como a leitura das fontes levando em consideração às subjetividades de sua produção, as relações de força que perpassam suas entrelinhas, também são características da história cultural e deste trabalho.

Seu recorte temporal (1978-1990) foi determinado por três eventos específicos: O ano internacional da infância (1979) instituído pela ONU após a convenção dos direitos da criança realizados na Polônia em 1978, a instituição do Código de Menores também de 1979 e a fixação do Estatuto da Criança e do Adolescente em 1990. Utilizo este recorte, pois neste ínterim muitas foram as discussões, modelos, instituições e políticas públicas produzidas em torno da infância. O processo de abertura política no Brasil e a busca por redemocratização do país também se fez questionar os modelos de tratamento institucional dos “menores”, a articulação dos movimentos sociais organizados com a possibilidade de manifestação nos anos 80 deram visibilidade a diversas discussões sobre os rumos das políticas públicas no Brasil, inclusive no que se refere à infância. É também a partir dos anos 80 que se solidificam estudos, autores, congressos e seminários que questionavam as consequências da institucionalização para o desenvolvimento das crianças e adolescentes (RIZZINI, 1985).

O trabalho propõe desenvolver discussões sobre as ações e formações discursivas que atuaram em torno de dois modelos principais de Menor-Problema social e/ou em Situação Irregular pensado pelo governo brasileiro através da Fundação Nacional do Bem Estar do Menor neste período:

- a) **menor carentiado** – Aquele que, em virtude do não atendimento de suas necessidades básicas e da ausência ou incapacidade dos pais ou responsáveis, se encontra em situação de abandono total ou de fato, ou está sendo vítima de exploração;
- b) **menor de conduta anti-social** – Aquele que infringe as normas éticas e jurídicas da sociedade” (FUNABEM: 1978, p.21).

Para desenvolver o debate em torno das políticas públicas para a infância utilizo a análise de discurso como método de trabalho. A construção de representações que nomeiam, classificam e pretendem remodelar a infância e a juventude é discussão neste trabalho. Através de artigos da imprensa, estatutos institucionais do Programa Nacional de Bem Estar do Menor e suas fundações problematizamos a “assistência à infância”, reconhecendo-a como produtora de deterioração de identidades em instituições totais¹. Nos discursos de salvação da

1 Instituição total é um conceito utilizado por Ervin Goffman para ilustrar as instituições modernas, seu arsenal, alcance e métodos no controle disciplinar dos indivíduos. Ver mais nos livros: Manicômios prisões e conventos; e Estigma: Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada.

criança, percebemos a busca por salvar a nação governada pelos militares e pelos grupos dominantes. Discorremos ainda sobre os sujeitos que estiveram circunscritos nesta nomenclatura (menor) e a partir de então foram direcionados às mãos do Estado através de suas instituições de internamento.

Através destas fontes documentais de pesquisa o trabalho busca analisar as relações entre estrutura social e o menor em situação irregular, ou seja, para quais camadas da população servem este enunciado. Esta relação se deve ao fato de que a categoria jurídica do “menor” não era universal para todos aqueles indivíduos que passavam por uma fase fisiológica de desenvolvimento anterior a fase adulta. A questão do menor era entendida como uma categoria que representava perigo a ordem vigente e que precisa ser controlada, ajustada, regulada de acordo com os interesses de segurança e desenvolvimento nacional.

Apesar da abertura política, o código de menores de 1979 classifica os menores de acordo com seus comportamentos e os relaciona com sua herança social, Edson Passeti pontua que “o chamado problema do menor foi inserido nos aspectos psicossociais da política de segurança. O menor foi pensado como um objetivo nacional permanente” e Irene Rizzini sustenta que as instituições que serviam e amparavam o Código de Menores através da FUNABEM eram socialmente seletivas: “assim, os bem nascidos poderiam ser crianças e viver sua infância; os demais estavam sujeitos ao aparato jurídico-assistencial destinado a educá-los ou corrigi-los, vistos como ‘menores abandonados ou delinquentes’” (RIZZINI, 2011, p. 98).

O que me leva aos fragmentos do passado para construir minha narrativa é o presente. O amplo questionamento jurídico e social que vem sofrendo o Estatuto da Criança e do Adolescente, as disputas ideológicas em torno das mais diversas instituições de assistência e ensino às populações infanto-juvenis e a recém-aprovada redução da maioridade penal. Escrevo as próximas linhas, portanto, na perspectiva da história-problema.

2 A “invenção” do menor

A legitimação que ocorre na linguagem é um ato ideológico, pois é através dela que a dominação pode se estabelecer, que um falante (ou grupo) torna aceitável estar falando de um determinado lugar a outro, que hierarquiza e posiciona, que ganha autoridade através do processo dado na linguagem e estabelecido pelo processo da legitimação. A legitimidade incide dessa forma sob todo o processo de institucionalização de valores, desde a sua criação e gestão até a sua inculcação e sanção. (GIORDANI, 2011, p. 5).

As instituições modernas constituem-se com diversos mecanismos utilizados para ajustar, controlar, regular, ordenar, julgar, classificar, deteriorar a identidade, supervisionar, punir e produzir indivíduos capazes de movimentar a engrenagem social capitalista. São famílias, prisões, escolas, escolas-prisões, hospitais, manicômios, exércitos, clínicas psiquiátricas. Todas amparadas por saberes científicos capazes de produzir verdades e normas que propiciem o alinhamento do indivíduo ao funcionamento da vida social da sociedade de consumo e do governo da população. Estas estruturas de ferro e cimento se articulam com relações verticalizadas de poder, estruturas hierárquicas mais ou menos rígidas, horários,

organização espacial, fechamento, identificação (números, documentos), leis e funcionários. Este modelo de instituição parece começar a se tornar possível já nas primeiras décadas do século XX, quando os grupos dominantes ampliam sua atenção à infância e a juventude produzindo saberes, como o médico e o jurídico, que instituem normativas para esta categoria social, analisando e visando a construção/adequação de comportamentos. A puericultura e a ciência jurídica carimbam dois modelos de infância respectivamente: A criança pobre e o menor abandonado e/ou delinquente, crianças e adolescentes que precisam ser classificados, reeducados ou punidos.

E é sobre os desdobramentos do termo “menor” materializado no Código de Menores de 1927 e reformulado em 1979, e em que parcela da infância e da juventude este termo servia que discutirei neste capítulo.

Segundo Irene Rizzini, é no final do século XIX e início do século XX que:

O problema da criança começa a adquirir uma dimensão política, consubstanciada no que muitos denominavam de ideal republicano na época. Não se tratava de ressaltar apenas a importância, mas sim a urgência de se intervir, educando ou corrigindo “os menores” para que estes se transformassem em indivíduos úteis e produtivos para o país, assegurando a organização moral da sociedade. (RIZZINI, 2011, p 109)

Para alcançar o sonho da modernidade o Brasil buscava alinhar sua população a um processo civilizatório pautado na higienização das cidades, abandono de práticas “insalubres e amorais”, urbanização, entre outros hábitos que buscavam civilizar a sociedade nos moldes dos chamados países desenvolvidos. A família torna-se eixo central no projeto nacional e dentro dela, a criança e o adolescente. Estes foram retratados nos dois códigos de menores como seres de alto potencial nocivo, por um lado, e garantidor do futuro da modernidade, por outro.

Até o final do século XIX, segundo Fernando Torres Londono, o termo criança era mais comumente usado para retratar aqueles que viviam a infância e a partir:

do fim do século XIX e começo do XX a palavra menor aparecia frequentemente no vocabulário jurídico brasileiro. Antes dessa época o uso da palavra não era tão comum e tinha significado restrito. A partir de 1920 até hoje em dia a palavra passou a referir e indicar a criança em relação à situação de abandono e marginalidade, além de definir sua condição civil e jurídica e os direitos que lhe correspondem. (PRIORE, 1999, p. 278)

No código de 1850 e 1890 o conceito menor está geralmente associado a fase etária dos indivíduos e a idade penal, neste caso de 14 anos e a partir dos 7 caso o “menor” tivesse “consciência do ato infracional produzido”, podendo então ser *punido como adulto* em casas de detenção comum. Neste período a infância foi:

nitidamente judicializada. Decorre daí a popularização da categoria jurídica “menor”, comumente empregada nos debates da época. O termo “menor”, para designar a criança abandonada, desvalida, delinquente, viciosa, entre outras, foi naturalmente incorporado na linguagem, para além do círculo jurídico.” (RIZZINI, 2011, p 113)

Delinquência juvenil, pobreza e criminalidade eram envoltos discursivamente nas análises que justificavam a atuação das leis e a construção de espaços de privação da

liberdade para os menores e a organização de instituições capazes de disciplinar e reajustar os menores. Nos Estados Unidos e na Europa, seguindo as palavras de Fernando Torres Londono, que se buscavam subsídios das ações efetivas do Estado na reorganização social dos chamados menores: população infanto-juvenil pobre, com famílias desestruturadas e por consequência, delinquentes. Para esta parcela da população coube o rótulo de menores e a ampla discussão social do período culmina em 1927 no código de menores tratando especificamente dos “expostos”, “abandonados”, “desvalidos”, “vadios”, “mendigos”, “viciosos” e “libertinos” (ARANTES, apud RIZZINI, 2011, p 195)

Vale ressaltar que todo esse aparato jurídico e debates sociais em torno do menor faziam parte de um quadro de “proteção da infância” e associava-se a uma série de atitudes e organizações assistencialistas religiosas e/ou científicas que objetivavam o controle social desta categoria geracional das classes subalternas. O código de menores de 1979, amparado pela recém criada FUNABEM – Fundação nacional do *bem estar* do menor - amplia a visão sobre estes menores-problema enquadrando-os a partir de um poder judiciário em diversas situações de *irregularidade*. O *menor em situação irregular* é o objeto central do novo código de 1979 sendo definidos desta forma:

Tal a força e abrangência deste sistema dito de proteção a infância que praticamente cobria todo o universo da criança pobre, pois que “a situação irregular do menor” [...] correspondia uma suposta família “desestruturada” – à qual a criança sempre escapava: seja porque não tinha família (“órfã” ou “abandonada”); porque a família não podia assumir funções de proteção (“carente”); porque não podia controlar os excessos da criança (“conduta antissocial”); porque as ações e envolvimento da criança ou do adolescente colocavam em risco sua segurança, da família ou de terceiros (“infrator”); seja porque a criança era dita portadora de algum desvio ou doença com a qual a família não podia ou sabia lidar (“deficiente”, “doente mental”, com “desvios de conduta”); seja ainda porque necessitando contribuir para a renda familiar, fazia da rua local de moradia e trabalho (meninos e meninas “de rua”); ou ainda porque, sem um ofício e expulso/evadido da escola ou fugitivo do lar, caminhava ocioso pelas ruas, à cada de um qualquer expediente (“perambulante”) (ARANTES, apud RIZZINI, 2011, p 195).

A utilização do termo “menor” foi questionada por diversos grupos, intelectuais e movimentos sociais na década de 1980. A percepção do potencial de estigma e desqualificação a partir do ato de nomear faz com que em 1990, com a criação do Estatuto da Criança e do Adolescente, a infância e a juventude sejam vistas como sujeito de direitos. Hoje, os “menorizados” pela história das políticas públicas para a infância são reconhecidos pelo Estatuto como juventude em conflito com a lei ou adolescentes que praticaram atos infracionais. No entanto, esta nova forma de classificar é ainda uma forma de classificar, busca ainda resultados que estão associados às necessidades de mercado, da arquitetura de seres úteis e produtivos para o país e isto nos daria discussão para outra pesquisa: Qual a relação entre o ECA e a docilização dos adolescentes para o mercado de trabalho?

O ECA têm sido objetivo de muita discussão nos últimos anos e embora ainda não tenha sido completamente incorporado às práticas das políticas públicas para a juventude, já vem sofrendo retaliações que o tornam enfraquecido diante da cultura punitiva que se estabeleceu no Brasil com relação aos adolescentes. O hábito de nomear, classificar e punir através do

discurso persiste ainda na prática midiática e jurídica, a despeito da intencionalidade democrática que fundou o Estatuto. Nos meios de comunicação de massa, por exemplo:

têm se preferido usar formas estigmatizantes, referindo-se a eles como infratores, delinquentes, pivetes e, mais recentemente importando uma expressão dos EUA, uma revista semanal chamou-os de “pequenos predadores”. A opinião pública em geral tem reproduzido estas expressões, acrescentando outras que a sua criatividade preconceituosa produz, como: bandidos, trombadinhas, menores infratores e outras (VOLPI, 2011, p 7).

Aparentemente os ruídos dilacerantes do revogado Código de Menores de 1979 ainda ecoam. Como ecoa todo o período histórico que o produziu: a ditadura militar no Brasil. Em 1964, no ano do golpe, em dezembro, os militares pensaram com seriedade as políticas públicas para a infância. Criaram a FUNABEM com o pretexto de substituir o antigo SAM, que era visto como sistema desumano no tratamento com os menores, no entanto:

É fundamental notar que a mudança de uma estratégia repressiva para uma estratégia integrativa e voltada para a família tem um novo ordenamento institucional dentro de um governo repressivo que, por sua vez, fará reverter os propósitos educativos e integrativos do novo órgão (FALEIROS, apud RIZZINI, 2011, p 63).

Dentro do ideal de segurança nacional, onde a juventude foi sempre um objeto de investimento, uma parcela da população infanto-juvenil representava o futuro da nação “regenerada” pelos militares, outra parcela, pobre e marginalizada, representava a periculosidade e, assim como os partidos de oposição, os movimentos sociais organizados, a imprensa livre, os habitantes das ruas, foram classificados: menores de conduta antissocial. A primeira etapa de um processo de institucionalização repressiva que persiste, em poderosos fragmentos, até hoje.

2.1 Cultura institucional

A juventude carrega em si elementos que aparentemente atravancavam a nova ordenação social moderna durante todo o processo até os dias atuais. É notadamente comum o discurso e a atenção de uma gama de profissionais que buscam resolver o problema da indisciplina escolar, dos pequenos delitos, da agrupação perigosa entre os jovens. Convencionou-se explicar os processos destes “embriões da desordem” pela *falta* de condições necessárias para seu amplo desenvolvimento, no entanto, há características de potência nestes hábitos inadaptáveis da população infanto-juvenil: O jogo e a brincadeira, a capacidade de formular éticas de convivência que ultrapassam a rede de mecanismos disciplinares, as relações de amizade que contrapõem a capacidade de obediência, os signos desenvolvidos na cultura entre pares, rebeldia criativa. Controlar esta população tem sido um dilema e uma pauta vitalícia entre os detentores de poder econômico, político e subjetivo desde a lei do Ventre Livre até hoje. E não tem sido tarefa fácil, visto que a capacidade de resistência, ressignificação e desvio desta população se fazem e desfazem em momentos históricos distintos.

No Brasil, durante os anos de governo militar, o governo desta população infância se

fazia através da FUNABEM, que tinha legalmente as seguintes diretrizes:

Art. 6º Fixam-se como diretrizes para a política nacional de assistência a cargo da Fundação Nacional do Bem-Estar do Menor, além dos princípios constantes de documentos internacionais, a que o Brasil tenha aderido e que resguardem os direitos do menor e da família:

I - Assegurar prioridade aos programas que visem à integração do menor na comunidade, através de assistência na própria família e da colocação familiar em lares substitutos;

II - Incrementar a criação de instituições para menores que possuam características aprimoradas das que informam a vida familiar, e, bem assim, a adaptação, a êsse objetivo, das entidades existentes de modo que somente do menor à falta de instituições dêse tipo ou por determinação judicial. Nenhum internacional se fará sem observância rigorosa da escala de prioridade fixada em preceito regimental do Conselho Nacional;

III - Respeitar no atendimento às necessidades de cada região do País, as suas peculiaridades, incentivando as iniciativas locais, públicas ou privadas, e atuando como fator positivo na dinamização e autopromoção dessas comunidades.

No entanto, as práticas de internamento adquiriram no Brasil *características culturais* (RIZZINI, 1995). Desde o primeiro código de menores em 1927 que a institucionalização da população infanto-juvenil aparece como “última saída” para o problema dos menores, no entanto, na prática, as políticas públicas que vão do primeiro código de menores até o Estatuto da Criança e do Adolescente sempre lotaram os internatos e impuseram a uma grande massa de crianças e adolescentes *pobres* a privação de suas liberdades em regimes fechados ou semiabertos (liberdade vigiada). Segundo a pesquisadora Irene Rizzini, especialista em políticas públicas para a população infanto-juvenil, o Brasil avançou no que diz respeito a políticas públicas para a infância, mas ranços autoritários seguem ecoando na prática:

Isto ocorreu a despeito do fato de que nos anos que se seguiram à ditadura militar, na década de 1980, tenham surgido propostas importantes de mudança em consonância com o movimento internacional de garantia dos direitos da criança. Houve avanços no que se refere às práticas de atendimento a crianças em situação de pobreza, porém persistiram resquícios da intervenção assistencialista e autoritária no âmbito da família (RIZZINI, 1995, pg 14).

A história das políticas públicas para a infância e adolescência no Brasil tangencia as questões da legalidade. Há, portanto, características culturais na *preservação do castigo como prática educadora*. A governabilidade neoliberal que se consolida nos anos 1980 contribui para a gestão punitiva da “juventude em conflito com a lei”. Se a sociedade passa por um momento de abertura política e democratização, a justiça segue em seu processo histórico de criminalizar os sujeitos promovendo uma suposta sensação de segurança aos cidadãos a partir de atitudes repressivas. Se nos setores progressistas/libertários da pedagogia há muito tempo se questiona a funcionalidade do castigo para o desenvolvimento das crianças, para a atuação penal do sistema jurídico Brasileiro a lógica punitiva parece ainda a saída emblemática para o problema da violência, da delinquência e da criminalidade. A governabilidade neoliberal colabora com estas prerrogativas. A repressão ecoa com aparência de sucesso no espetáculo moral-midiático, embora ataque apenas às consequências dos problemas sociais. É uma forma de legitimar frente à população um Estado que se minimiza frente às questões políticas e econômicas. O Brasil atinge em 2015 o a 3º posição mundial entre os países que mais

prendem, também em 2015 reduz a maioridade penal para 16 anos. Nenhuns destes dados colaboram para a resolução dos problemas sociais de nossa sociedade, mas confortam o “cidadão de bem”, de classe média ou burguesa, que se sente inseguro frente à violência urbana.

Seguindo com Irene Rizzini (2009, p. 74):

O recolhimento de crianças às instituições de reclusão foi o principal instrumento de assistência à infância no país. Após a segunda metade do século XX, o modelo de internato cai em desuso para os filhos dos ricos, a ponto de praticamente ser inexistente no Brasil há vários anos. Essa modalidade de educação, na qual o indivíduo é gerido no tempo e no espaço pelas normas institucionais, sob relações de poder totalmente desiguais, é mantida para os pobres até a atualidade. A reclusão, na sua modalidade mais perversa e autoritária, continua vigente até hoje para as categorias consideradas ameaçadoras à sociedade, como os autores de infrações penais.

2.2 O menor em Lages e a FUCABEM



Em Lages, Santa Catarina, de onde escrevo este artigo, nos anos 1970 o jornal do empresário madeireiro José Paschoal Baggio era o principal veículo de comunicação social, juntamente com a Rádio Clube de Lages. Intitulado de Correio Lageano, este periódico diário produz uma quantidade significativa de matérias sobre o tema da infância e, sobretudo, sobre a questão do chamado “menor problema social”. Vasculhando nos arquivos do Museu Thiago de Castro e na Biblioteca Pública Municipal tenho a possibilidade de articular o regional com o nacional, percebendo os meandres da discussão e da ação social e política sobre a infância e a juventude no ideal desenvolvimentista durante o regime militar, bem como a representação da questão nas páginas de alguns dos números disponíveis nos arquivos.

O menor, este indivíduo social de 0 a 18 anos, que tem as ruas como ambiente de produção de suas relações sociais, já aparecia em Lages como um problema em 1970. Não por sua condição social, sua necessidade de questões básicas como alimentação, vestuário e afetividade, mas por seu potencial de baderna e periculosidade:

Assunto que vem suscitando protestos gerais, relaciona-se com os engraxates que estão espalhados por diversos locais do centro da cidade.

Este menino, a maioria desprovida de qualquer educação, vem promovendo uma série de desordens nos seus locais de trabalho, prejudicando o livre trânsito nas calçadas (CORREIO LAGEANO, nº 262, 15/11/1970).

A priori se podem perceber algumas questões nesta fonte histórica: Que os engraxates figuravam como imagem comum na fotografia lageana dos anos 1970. O trabalho infantil era permitido na condição de aprendiz a partir dos 12 anos de idade, resolução colocada pelo regime militar a partir do decreto de lei 229 que reduziu a idade mínima promulgada pela CLT pra os aprendizes para 12 anos de idade. Não nos é possível dimensionar a idade destes trabalhadores, mas o trabalho de engraxate feito por crianças e adolescentes em Lages foi uma prática informal até o início dos anos 2000 na praça João Costa, no centro da cidade. A educação como prática moralizadora e a falta de acesso a mesma também é perceptível no discurso do jornalista Nevio Santana Fernandes, visto que os “meninos” tinham na rua sua fonte de renda, sociabilidade e “desordem”.

O autor segue:

Isto, na realidade, requer providências enérgicas por parte do órgão responsável do município que concedeu a licença aos engraxates para trabalharem [...]. Não se consegue que esses *moleques* continuem a perturbar a passagem dos transeuntes nas calçadas com correrias e palavras de baixo calão.

Alguns destes engraxates primam pelo seu trabalho, tratando os fregueses com distinção. Outros, por sua vez, só promovem balbúrdia perturbando a paciência dos que transitam pelas ruas e em outras oportunidades vivem molestando as senhoras e senhoritas com suas piruadinhas (CORREIO LAGEANO, nº 262, 15/11/1970).

O que seriam as “providências enérgicas” requeridas pelo jornal? Maiores oportunidades de acesso ao universo infantil? Mais rigor nas regras de trabalho? Penas mais duras para os desordeiros? Não podemos afirmar, mas podemos criar uma análise possível. Os engraxates eram licenciados ou, pelo menos, havia a possibilidade de o serem, havia, inclusive, entre eles os que “tratavam os fregueses com distinção”, portanto os problemas das ruas, do trabalho insalubre e da necessidade financeira não estavam em questão. A questão era a desordem e a necessidade de ordenar com medidas enérgicas o trabalho destes *moleques*, classificação pejorativa, carregada de significância no contexto em que se articula. As senhoritas poderiam ser da idade dos *moleques*, mas recebem outra classificação devido a sua colocação na calçada e na vida. A distinção é verificável, mas e a estética?

A imagem de centro da reportagem se articula de maneira interessante com o texto. O menino de rosto triste, pés descalços, roupas costuradas, cabeça baixa. É a própria criança vitimizada pelas relações sociais da cidade escura. É o problema comum dos anos do regime militar. Alguns dados econômicos o mostram:

a situação se agrava no período da ditadura em razão do arrocho salarial e da concentração brutal de renda. Em 1960 os 20% mais pobres detinham 3,5 da renda e, em 1979, 2,9 %, enquanto que os 20% mais ricos passaram de 54% para 62,8%. Os 10% situados na escala superior de renda detinham quase a metade da renda em 1979, ou seja, 46,8% (Bonelli, Ramos,1993). Em 1977, segundo o IBGE, 59% ganhavam até dois salários mínimos, o que acarreta subalimentação, condições habitacionais precárias, agravando a situação educacional (26% das crianças de 10 a 14 anos estão fora da escola), e a mortalidade

infantil tem um índice de 67,3% em 1974 (Centro de Defesa da Qualidade de Vida, 1979) (FALEIROS, apud RIZZINI, 2011).

O menino da imagem, que participa de uma categoria social de geração e que está associado a sua estrutura social de desigualdade, não parece articular-se com o texto diretamente. Se na imagem é vítima, no texto é o verdadeiro embrião da desordem, atrapalhando o caminho dos cidadãos e das senhoritas com sua potência rebelde. Novamente, não é o que falta às crianças que perturba alguns grupos dominantes, ainda que estes participem de ações de caridade aos domingos, é o que sobra na infância e na juventude que tira o sono dos paladinos da ordem: vontade de potência e capacidade rebelde. Quando o autor escreve sobre a falta de educação dos jovens, não me parece estar tratando de um problema da criança, mas do problema social que os jovens “deseducados” são capazes de produzir.

Não se trata aqui de fazer juízo de valor sobre o autor do texto, mas sobre a consonância entre o texto e a política nacional para a infância que ao passo que se preocupa, através do Plano Nacional de Bem Estar do Menor, em criar instituições para a população infanto-juvenil, está se preocupando a priori com um projeto de desenvolvimento e segurança nacional.

No dia 09 de agosto de 1983 o mesmo jornal publica outra matéria interessante para a discussão que proponho, intitulada de “O problema dos Menores”, em seu editorial:

2

CORREIO LAGEANO
Lages, 09 de agosto de 1983

EDITORIAL

O problema dos menores em Lages

Trazemos à tona no editorial de hoje, o grave problema do menor abandonado em Lages, que a cada ano que passa mais se acentua em nossos meios, oferecendo uma série de dissabores à comunidade e por que não dizer aos próprios poderes constituídos.

É muito comum dizer-se que a infância é a fase colorida da vida. No entanto a realidade é outra. Para muitos a infância é o início de uma tortura.

Aqui em Lages e por este Brasil a fora há uma quantidade enorme de pequeninos seres que sofrem a tristeza da solidão, da falta de carinho, da falta de alimentos e de agasalhos, isso sem falar na ausência de orientação educacional, vivendo como verdadeiros párias da sociedade.

Aos olhos do bom observador, não pode passar despercebido o lamentável abandono da criança. A vida desregrada dos pais é muitas vezes o principal responsável pela má educação das crianças, jogando-as à rua da amargura, sem receberem o necessário carinho e, encaminhando-se, por conseguinte, ao vício, a prática do lenocínio, ao roubo e outras irregularidades, que fazem delas verdadeiros marginais.

Ademais, o mundo trepidante atual, cheio de dificuldades proporciona à infância um ambiente desfavorável e a criança não encontrando no lar, nos colégios e outros locais a ação amenizadora da situação social do momento, envereda pelo caminho da perdição, conforme salientamos já em linhas acima.

Muito se tem falado de assistência social aos menores, porém, a verdade é que bem pouco se tem feito. Os governos, sejam eles municipais, estaduais e federal, precisam ver o que realmente a criança representa para a Nação, e dispor-se a salvá-la. Não exageramos ao dizer que a criança precisa ser salva, pois a delinquência infantil mostra cifras assustadoras, aumenta dia a dia.

Que se poderá esperar desses pequeninos seres que vivem na promiscuidade dos casebres das encostas dos morros, dos bairros mais afastados, privando muitas vezes com viciados, e assistindo cenas escabrosas? E o que poderemos dizer de crianças que possuindo pais sem escrúpulos, obrigam-nas a mendigar, ensinando-lhes táticas perniciosas para explorarem a caridade? Que serão elas quando crescerem? Poderão algum dia interessarem-se pelo trabalho honesto?

Que alguém tenha piedade desses pobrezinhos e que batalhem para que seja reduzido, o número de menores abandonados em nossas ruas. (Névio Santana Fernandes)

Trazemos a tona no editorial de hoje o grave problema do menor abandonado em Lages, que a cada ano que passa mais se acentua em nossos meios, oferecendo uma série de dissabores à comunidade e porque não dizer aos próprios poderes constituídos.

É muito comum dizer-se que a infância é a fase colorida da vida. No entanto a realidade é outra. Para muitos a infância é o início de uma tortura.

Aqui em Lages e por este Brasil afora há uma quantidade enorme de pequeninos seres que sofrem a tristeza da solidão, da falta de carinho, da falta de alimentos e de agasalhos, isso sem falar na ausência de orientação educacional, vivendo como verdadeiros párias da sociedade.

[...] A vida desregrada dos pais é muitas vezes o principal responsável pela má educação das crianças, jogando-as na rua da amargura, sem receberem o necessário carinho e, encaminhando-se, por conseguinte, ao vício, à prática do lenocínio, ao roubo e outras irregularidades, que fazem delas verdadeiros marginais.

[...] o mundo trepidamente atual, cheio de dificuldades proporciona à infância um ambiente desfavorável [...]

Muito se tem falado de assistência social aos menores, porém, a verdade é que bem pouco se tem feito. Os governos, sejam eles municipais, estaduais e federal, precisam ver o que realmente a criança representa para a nação e dispor-se a salvá-la.

Que se poderá esperar desses pequeninos seres que vivem na promiscuidade dos casebres nas encostas dos morros, nos bairros mais afastados, privando muitas vezes com viciados, e assistindo a cenas escabrosas? [...] Poderão algum dia interessar-se pelo trabalho honesto?

Que alguém tenha piedade destes pobrezinhos e que batalhem para que seja reduzido o número de menores abandonados em nossas ruas. Nevio Santana Fernandes (CORREIO LAGEANO, 09/08/1983).

Uma possível providência enérgica dos governos municipais, estaduais e federal, justamente para esta população que vivia nas encostas dos morros, em casebres, pode ter sido a fundação, em 1985 da FUCABEM em Lages. Um grande espaço construído para o internamento de menores de conduta antissocial localizado no bairro Penha às margens da cidade de Lages. Com capacidade para aproximadamente 40 adolescentes em conflito com a lei e um corpo técnico de 80 funcionários. Os adolescentes encaminhados para a FUCABEM estavam alinhados com a dita situação irregular, que era determinada pelo Juizado de Menores a critério do Juiz. O espaço de internamento durante a ditadura militar funcionava como um verdadeiro presídio de menores e carrega ainda hoje, sob outra sigla, marcas dos tempos da repressão. Enquanto FUCABEM a instituição funcionou até o ano de 1991, quando após a criação do ECA, se denomina Centro Educacional Regional de Lages e muda o regime de internamento para medidas socioeducativas.

Em entrevista com funcionários(as) do atual Centro Educacional Regional busquei dados, materiais de arquivo, fotografias, de quando o espaço era regido pelo código de menores, no entanto não os encontrei. Fiz perguntas, portanto, sobre a atual gestão da instituição sobre a égide do ECA e obtive as seguintes informações: O Espaço trabalha com a interpretação do adolescente como sujeito de direitos, assessorados pela secretaria da justiça e cidadania. Trabalha com medidas socioeducativas mediante internação decorrente de atos infracionais praticados pelos adolescentes, após ordem judicial de internamento. É um órgão público, tendo terceirizado o serviço de vigilância e cozinha, situação divergente dos tempos de FUCABEM onde havia cogestão público-privada. Os adolescentes devem ter atividades escolares, pedagógicas, horário de lazer, atendimento multidisciplinar em regimes de privação

de liberdade, com relatórios acompanhados pela vara da infância a cada seis meses no máximo. A instituição “atende” 34 adolescentes do sexo masculino em sua maioria natural de outras cidades do Estado².

3 Considerações finais

Há uma onda reacionária no Brasil atual, uma verdadeira agenda do retrocesso se instaurou no congresso nacional. Diversas minorias sociais aparecem excluídas e/ou perdendo direitos conquistados historicamente com muita luta. A juventude, neste interim, foi uma categoria social amplamente atingida com a votação da redução da maioridade penal para 16 anos. É uma sequência de algo que Edson Passeti vem chamando em suas conferências e palestras de cultura do castigo, uma lógica que se solidificou no pensar a resolução dos problemas sociais do país. A lógica da punição e da criminalização no dito país da impunidade.

Não há novidade em atacar às consequências dos problemas da violência. É estrutural da governamentalidade neoliberal o encanto pela repressão. Justifica-se e se legitima um Estado que governa aprisionado pelos interesses de mercado através do aparelho jurídico-policia. Novamente se investe em repressão quando há diversas alternativas em curso nos métodos educacionais e nos movimentos sociais.

Quando mudaremos a regra? Quando deixaremos de rotular, enquadrar, classificar, excluir e punir a juventude? Quando entenderemos a potencialidade rebelde da juventude como capacidade criativa? Quando viraremos a página do castigo como prática educativa? Quando nos deixaremos dançar com a liberdade, com a educação afetiva, que não ameaça com notas e resultados, que não prende com muros e cercas, que não corrige com violência? Talvez agora.

Um ano marcado por retrocessos talvez esteja mostrando a capacidade organizativa da juventude quando não é castrada, moldada e violentada. Das noventa escolas fechadas pelo governador de São Paulo Geraldo Alckmin, setenta estão ocupadas e autogeridas pelos alunos. De uma hierarquia rígida e vertical se está experimentando a horizontalidade articulada em redes. Quem imaginaria que os estudantes da educação básica seriam capazes de gerir uma escola? Mantê-la limpa, cozinhar, organizar aulas e discussões? Só com muita ameaça e controle, pensavam os autoritários. Os estudantes nos estão mostrando o oposto, que quando se sentem parte importante da gestão, das escolhas e dos caminhos, são capazes de muito mais. Que as políticas públicas produzidas para a população infanto-juvenil observem a experiência dos secundaristas de São Paulo e que possam modificar uma estrutura falida com mais de um século.

2 Sobre as escolas-prisões em que se transformaram os Centros Educacionais Regionais ler o livro *Juventude Criminalizada* de Pablo Ornelas Rosa que analisa com maior profundidade as características atuais da antiga FUCABEM.

Referências

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal, 1988.

GIORDANI, R. L. As relações de poder exercidas através do discurso. *Biblioteca on-line de ciências da comunicação*. 2011. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/giordani-rosse-lane-as-relacoes-de-poder-exercidas-atraves-do-discurso.pdf>> Acesso em: 30 jun 2017.

RIZZINI, I. *A institucionalização das crianças no Brasil – Percorso histórico e desafios do presente*. Rio de Janeiro: PUC Rio. 2004.

Bibliografia*

ARIÈS, F. *História social da criança e da família*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1991.

BENJAMIN, W. *Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação*. São Paulo: Summus, 1984.

CORDEIRO, A.; PENITENTE, L. *Questões teóricas e metodológicas das pesquisas com crianças: Algumas reflexões*. *Rev. Diálogo Educ.*, Curitiba, v. 14, n. 41, p. 61-79, jan./abr. 2014

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 33. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

_____. *O governo dos vivos, Curso no College de France, 1979 – 1980 (excertos)*. São Paulo: Centro de Cultura Social; Rio de Janeiro: Ed. Achiamé.

PASSETTI, E. *Crianças carentes e políticas públicas*. In: PRIORE, M. D. *História das crianças no Brasil*. São Paulo: Contexto, 1999. p. 346-375.

PILOTTI, F.; RIZZINI, I. (Org.). *A arte de governar crianças: a história das políticas sociais da legislação e da assistência à infância no Brasil*. Rio de Janeiro: Instituto Interamericano Del Niño, 1995.

RIZZINI, I. *Assistência à infância no Brasil: uma análise de sua construção*. Rio de Janeiro: Santa Ursula, 1993.00,

* Obras consultadas, mas não citadas no texto.

Discurso Amoroso

Andreia Rodrigues*

Centro Universitário Facvest, Lages

Resumo

O presente artigo tem por objetivo descrever sobre o discurso amoroso. O método utilizado foi uma revisão bibliográfica sobre a temática do discurso amoroso e amor no mundo contemporâneo trazendo contribuições de autores como Gonçalves (2001), Neves (2008) e outros. O amor tem sido uma temática de discussão diversificada das ciências humanas e sociais e principalmente da Psicologia. A perspectiva adotada neste trabalho apresenta as contribuições da sociologia da sexualidade em uma revisão que traz o amor como uma perspectiva de interação social vivenciada como sentimento amoroso. Esta análise centra-se principalmente na teoria dos discursos amoroso, compreendendo o amor como uma prática social, mas vivenciada como sentimento. Esta forma híbrida constitui uma das principais características do amor na contemporaneidade..

Palavras-chave: amor; discurso amoroso; conjugalidade; interação social.

Discourse of love

Abstract

The purpose of this article is to describe the discourse of love. The method used was a literature review on the theme of love speech and love in the contemporary world bringing contributions from authors such as Gonçalves (2001), Neves (2008) and others. Love has been a theme of diversified discussion of the human and social sciences and especially of Psychology. The perspective adopted in this work presents the contributions of the sociology of sexuality in a review that brings love as a perspective of social interaction experienced as a feeling of love. This analysis focuses mainly on the theory of love speech, understanding love as a social practice, but experienced as feeling. This hybrid form is one of the main characteristics of contemporary love.

Keywords: love; discourse of love; conjugality; social interaction.

* Mestranda no Programa de Pós-graduação em Práticas Transculturais, Centro Universitário Facvest. Especialista e graduada em Psicologia, Centro Universitário Facvest.

1 Introdução

Existem várias perspectivas para compreender o amor. Para iniciarmos esta análise, partiu-se de um clássico sobre o assunto: a Dissertação de Mestrado de Victor Hugo da Silva Vasconcellos, com o tema “Ensaio sobre o discurso amoroso” de 2015, apresentada a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

O “amor romântico” (BORGES, 2004, p. 35), se constitui, assim, como aquele que nunca alcança a correspondência, continuando como uma busca contínua. É ainda, para esta autor, em seu estudo, cita o exemplo do romance de Tristão e Isolda, apontando que, nesse mito, o amor é percebido como uma doença da alma, que pessoas como Isolda, personagem do romance, decidem contrair. Podemos perceber isso a partir do que os estoicos pensavam sobre o amor.

Para Freire Costa (1998), estas informações são importantes para podermos compreender que hoje se vive com base em concepções do amor romântico que fazem uma “mistura de ilusão e realidade, de ganhos e perdas, de avanços, paradas e recuos no campo das relações humanas” (FREIRE COSTA, 1998, p. 150).

Assim, o amor, segundo Freire Costa (1998, p. 161), “é suporte de predicação moral” e tanto pode representar felicidade quanto sofrimento. Vale ressaltar que a ideia de amor não correspondido é a tônica dos principais romances da cultura ocidental. Para Borges (2004), a literatura amorosa representa uma grande contribuição para entender como o amor é compreendido na Modernidade. A autora usa como exemplo a obra de Goethe Os sofrimentos do jovem Werther, que, segundo ela, foi causadora de inúmeros suicídios no século XVIII. Tal livro trata da dor de um amor não correspondido.

Segundo Aristóteles (2000), concebe o amor como amizade, isto é o desejo de partilhar a companhia do outro. É o amor pautado na finidade e no sentimento recíproco dos seres envolvidos.

Ainda segundo Borges (2004), a ideia contemporânea de amor surge do pensamento grego, que pressupõe três tipos de amor: Eros, *philia* e *caritas*. Eros é originado do pensamento platônico e lembra o amor romântico, aquele que talvez seja o mais próximo deste conhecido atualmente. Este tipo de amor está ligado à falta, ou seja, ao sofrimento. Seria aquele amor que busca ser alcançado. Já o amor *philia* está próximo ao pensamento de Aristóteles e encontra-se relacionado a um desejo de partilhar a companhia do outro, principalmente se for através da virtude. É querer o bem do outro. Por último, o amor *ágape* ou *caritas*, que está mais próximo da *philia*, é um amor que está atrelado ao bem do outro, muito próximo do humanismo cristão. Assim, gostar de alguém seria amar esta pessoa incondicionalmente e só lhe fazer o bem.

Segundo Aristóteles (2000, p. 23):

Seja amar o querer para alguém o que se julga bom, para ele e não para nós, e também o ser capaz de realiza-lo na medida do possível. Amigo é o que ama e é, por sua vez, amado. Consideram-se amigos os que assim se acham dispostos e reciprocamente. Admitidas essas

conjecturas, é necessariamente nosso amigo aquele que se regozija com nossos bens e sofre com nossas tristezas sem outra razão que o nosso interesse.

O amado nada mais é, para o amante, que alguém a quem ele deseja fazer o bem. É possível perceber aqui uma relação entre as características que Aristóteles define para o amor e as atribuições que Borges (2004) estabelece ao que Platão chamara de Eros. Isso ocorre porque, segundo Rougement (2003), o amor cortês foi constituído a partir de uma idealização do amor carnal. Ele faz relações que demonstram que o amor cortês tem uma influência mística ou mesmo religiosa. Por exemplo, em alguns poemas de trovadores que cantavam o amor à mulher amada, esta era comparável a Deus, à perfeição. Este ponto pode ser identificado no texto de Macfarlane (1990) quando, citando o poeta inglês John Milton, que viveu entre 1608-1674, revela que este aponta que a perda de Adão e Eva do direito de viver no paraíso não foi devida à “insubordinação” em comer o fruto proibido, mas sim, ao ato de Adão colocar Eva acima de Deus; ou seja, o amor fê-lo escutar a amada, e não a Deus.

Outro autor que também dissertou sobre o amor foi o sociólogo Georg Simmel, que viveu entre 1858 e 1918. Ele elaborou fragmentos de textos organizados em uma obra chamada Filosofia do amor, na qual realizou uma discussão abordando o amor a partir do egoísmo.

Para Simmel (2001), o amor é um sentimento que se atrela mais diretamente ao seu objeto, ou seja, o objeto amado. Ele se estabelece de uma forma que, quando consolidado, descarta o aspecto central que o mediou, sendo percebido como um acontecimento transcendental a si mesmo. Assim, veremos que o amor é, na maioria das vezes, percebido como algo transcendente à sua própria existência, ou seja, à relação na qual ele surgiu. O sujeito que ama – defende o autor – tem a impressão de que a vida dele está única e exclusivamente mediada pelo amor do sujeito amado e a serviço dele. Simmel (2001), ainda faz uma reflexão importante, pois, segundo ele, no amor há uma condição trágica que promove, entre os sujeitos, a necessidade de fundir-se com a pessoa amada, de modo a constituírem uma só pessoa. Ele postula tais questões a partir de princípios sociológicos, pois descarta a ideia do amor com motivações apenas biológicas.

O amor, sendo um sentimento nobre, representado por um deus, deverá ser concretizado tanto material (sexual) como espiritualmente. A afinidade amorosa espiritual deve estar em harmonia com o desejo carnal (VASCONCELOS, 2015).

Durante o banquete, Pausânias discute acerca da existência de um Eros Vulgar e um Eros Celeste. Tanto um quanto o outro seriam formas incompletas da manifestação amorosa. O Eros vulgar é o mais baixo e apenas se compraz com os prazeres materiais, não se importando com o amado e suas virtudes; enquanto que o Eros Celeste importa-se com as virtudes do amado e seu bem-estar. O Eros Celeste ama o espírito acima de tudo e se compraz em sua companhia e sua amizade. Este é o amor da sabedoria que é desenvolvido entre os seres humanos sob a influência celestial. Pela voz de Pausânias, Platão (2005, p. 28) enuncia:

Chamo mau ao amante vulgar, que ama mais o corpo do que o espírito, porque esse amor não é duradouro, uma vez que se prende a uma coisa que não perdura e, quando a flor da beleza que amou envelhece, o amante ‘alça voo’ e desaparece, traindo as suas promessas. Já

o amante de uma bela alma se mantém fiel durante toda a vida, porque se uniu a uma coisa duradoura.

Neste sentido, os prazeres materiais ~soa chamados de efêmeros dentro de uma mesma existência carnal “ferindo até as promessas feitas em momentos de volúpia. Essas promessas colocam em questão os verdadeiros sentimentos e o verdadeiro amor, partindo de sua durabilidade e transformação” (VASCONCELLOS, 2015, p. 19),

O amor vira objeto em si mesmo. Isso pode ser identificado na obra *Fragmentos de um discurso amoroso*, publicada originalmente em 1977, pelo filósofo, escritor e semiólogo francês Roland Barthes. Este autor revela que, por vezes, na anulação, característica de um dos fragmentos deste discurso amoroso, o amor se torna um fenômeno procurado pelos amantes que resulta em uma anulação pessoal quando acreditam que o encontram. Para o autor, existe, portanto, uma relação de dependência com o objeto amado. Os amantes sentem uma sensação de ausência de realidade quando amam.

2 Discurso amoroso

A definição de discurso, segundo Maingueneau (1998, p. 44), “o discurso forma uma unidade de comunicação associada a condições de produção determinadas, ou seja, dependente de um gênero de discurso determinado”. Assim, o discurso é engendrado na prática social. Sua gênese e circulação estão na dialética com a estrutura social. A prática social produz a prática discursiva que se materializa por meio do texto (FAIRCLOUGH, 2001). Assim, eles defendem que as pessoas irão amar outras porque existe uma condição social e cotidiana que dá possibilidades para que isto ocorra.

Segundo o *Dicionário da Língua Portuguesa*, o discurso é uma “exposição oral de um texto escrito que trata um ou mais assuntos e que é normalmente preparado e organizado com antecedência para ser proferido em público” (DISCURSO, 2017).

Neste sentido, o discurso é como dispositivos de enunciação com o texto. Portanto, o discurso e fruto das condições de produção e dos enunciadores que o produzem na cena enunciativa como uma prática social. São elementos interdependentes que se autorizam na construção da materialidade discursiva (VASCONCELOS, 2015).

Nessa rede de “dis-cursos” ou vozes romanescas tudo, no livro, surge como “algo que se leu, ouviu, experimentou” (BARTHES, 2003, p.12).

Pouco importa, no fundo, que a dispersão no texto seja rica aqui e pobre ali: há tempos mortos, muitas figuras modificam-se; algumas, sendo hipóstases de todo o discurso de amor, possuem a própria raridade - a pobreza - das essências: que dizer da *Languidez*, da *Imagem*, da *Carta de Amor*, uma vez que é todo o discurso de amor que está tecido de desejo, de imaginário e de declarações? (BARTHES, 2003, p.12-13).

A escrita da paixão, composta de várias outras escrituras e fragmentos, comporta e se inscreve em estratégias de espetáculo do/sobre o amor, seus riscos, glórias, seus lugares-comuns e esquizofrenias, concebida para ser feita em uma situação análoga ao apaixonado. Nesse jogo discursivo do amor entre a forma e o conteúdo, entre desafios e alegrias dos

atores, que se garante o espetáculo amoroso. Assim, Vasconcellos (2015, p. 49) devo dizer o que eu entendo por discurso amoroso:

É o discurso que visa à união de duas pessoas que buscam uma relação amorosa. A flexibilidade do que seria uma relação amorosa é enorme, por isso digo que não estou preocupado com a durabilidade dessa relação nem se o discurso amoroso foi sincero de ambas ou de apenas uma parte. Por esse lado, quem analisar o discurso que ira propiciar um espaço aprazível, a fim de conceituar uma união mesmo que breve. O mecanismo desse discurso é a sedução.

Vasconcellos (2015), não afirma que seu estudo é sobre a sedução, contudo reconhece que o discurso amoroso apresenta em sua constituição a sedução. Este autor faz ainda uma justificativa, a sedução possui seus mecanismos para despertar o desejo, que muitas vezes acaba em, si mesmo após sua concretização.

Amar coloca em cena o desejo relacionado à falta e não ao sexo. Nesse sentido, amor e desejo sexual são diferentes, o que não significa que sejam excludentes. Nada impede que um objeto seja amado e cobiçado sexualmente. Quando se ama, o que está em jogo é a suposição de um ser riqueza interior no outro. Quando se deseja sexualmente, o que entra em cena é o outro capturado como objeto (FERREIRA, 2004, p. 11-12).

Conforme a citação de Ferreira (2004), o amor busca mais do que apenas uma relação superficial entre duas pessoas em que o prazer momentâneo é o ápice. Isto é buscado pelo desejo. O amor busca a riqueza interior e outras manifestações de prazer, sem excluir a atração sexual.

Desejo e amor encontram-se em campos opostos. O amor é uma rede lançada sobre a eternidade, o desejo é um estratagema para livrar-se da faina de tecer redes. Fiéis a sua natureza, o amor se empenharia em perpetuar o desejo, enquanto este se esquivaria aos grilhões do amor (BAUMAN, 2004, p. 25).

O amor como desejo e representação presente nos ensaios sobre o discurso amoroso de Vasconcellos (2015), não se esgota nas palavras, nem se refere a realidade como tal. O discurso amoroso e romanesco ao colocar-se como literatura e crítica semiológica ao mesmo tempo, liberta-se das imposições da lógica tradicional e adquire a liberdade de estruturar-se segundo seus códigos.

Nesse plano ou palco do amor, “Fragmentos de um discurso amoroso” (espécie de “*mise-en-scène*” amorosa) é um texto de objeto de prazer que está constantemente estruturando-se, mantendo-se num estatuto da enunciação amorosa de seus leitores. Essa estruturação infinita do discurso, Barthes (2003) chama de significância - espaço específico onde se redistribui a ordem da língua - faz-se sensorial: o sentido das coisas, essencialmente da palavra amorosa, nasce de nossos sentidos, é sentido produzido sensualmente, o corpo e sua vivência, fragmentação da cultura, disseminação amorosa de suas características segundo fórmulas desconhecidas e virulentas. Ainda para Bauman (2004, p. 24):

O amor, por outro lado, é a vontade de cuidar, e de preservar o objeto cuidado. Um impulso centrífugo, ao contrário do centrípeto desejo. [...] Amar é contribuir para o mundo, cada contribuição sendo o traço vivo do eu que ama. [...] O eu que ama se expande doando-se ao objeto amado. Amar diz se respeito a autosobrevivência através da alteridade. E assim, o amor significa um estímulo a proteger, alimentar, abrigar; e também à carícia, ao afago e ao

mimo, ou a - ciumentamente - guardar, cercar, encarcerar. Amar significa estar a serviço, colocar-se à disposição, aguardar a ordem. Mas também pode significar expropriar e assumir a responsabilidade.

Feito o conto Amor, de Clarice Lispector comentada por Barthes (2003) cria o discurso ou recorta fragmentos de amor em que o personagem depreende-se do mundo e experimenta a perda do eu. Em constantes buscas internas dos personagens no discurso imagético do amor, tanto Ana, como também outras vozes e o leitor, caracterizam-se pelo desdobramento do eu que se vê no ato de produção, ator e espectador de si mesmos, sujeitos do espetáculo e objeto de gozo, captando uma consciência em fracionamento pela dissolução do eu nos vários fragmentos.

A leitura comparada a um ato de amor merece ou requer, como o ser amado, atenção, carinho, cuidado. A criação é um caminho para se chegar até o outro, para compartilhar sentimentos, experiências amorosas, sonhos, enfim: para compartilhar a vida. Por esse motivo a linguagem foi comparada por Barthes (1975, p. 98), à experiência amorosa, quando ele diz:

A linguagem é uma pele: esfrego minha linguagem contra o outro. É como se eu tivesse ao invés de dedos, ou dedos na ponta das palavras. Minha linguagem treme de desejo. A emoção de um duplo contato: de um lado, toda uma atividade do discurso vem, discretamente, indiretamente, colocar em evidência um significado único que 'é eu te desejo', e liberá-lo, alimentá-lo, ramificá-lo, fazê-lo explodir (a linguagem tem prazer de se tocar a si própria); por outro lado, envolvo o outro nas minhas palavras, acaricio-o, toco-lhe, mantenho este contato, esgoto-me ao fazer o comentário ao qual submeto a relação.

Neste sentido, no estudo de Schurmans e Dominicie (1997), chegaram à conclusão de que o amor à primeira vista é vivido, muitas vezes, como sentimento benéfico ou maléfico. O início do encontro é percebido como maravilhoso, mas as dificuldades que o relacionamento apresenta posteriormente vão determinando uma mudança de imagem. Os entrevistados relataram o amor à primeira vista como algo que acontece como um flash, algo instantâneo. Muitas vezes, em suas pesquisas ele esteve relacionado à irracionalidade ou a sentimentos incontroláveis.

O amor vira “objeto em si mesmo”. Isso pode ser identificado na obra Fragmentos de um discurso amoroso, publicada originalmente em 1977 pelo filósofo, escritor e semiólogo francês Roland Barthes. Este autor revela que, por vezes, na anulação, característica de um dos fragmentos deste discurso amoroso, o amor se torna um fenômeno procurado pelos amantes que resulta em uma anulação pessoal quando acreditam que o encontram. Para o autor, existe, portanto, uma relação de dependência com o objeto amado. Os amantes sentem uma sensação de ausência de realidade quando amam.

3 Amor

Na sociedade ocidental, as relações amorosas ocupam um papel central na vida social. Para alguns autores, o amor tem sido entendido como a base para as interações sociais, e a chave de todas as escolhas humanas (NEVES, 2008). São inegáveis a importância e a frequência com que o amor se mostra em nossas vidas, dentro da nossa cultura.

O homem é entendido aqui como um ser sócio-histórico, constituído e constituidor do momento em que vive, marcado por normas, modos de pensar e agir. Este, ao se relacionar com o outro levará todo este material histórico-cultural para a relação, assim como o outro. Esta relação será marcada, então, por encontros/desencontros, harmonias e conflitos, refletindo nela sua própria construção social. Ao mesmo tempo em que este homem é determinado pelo seu tempo, cada um irá incorporar este material social de maneira diferente e única, constituindo a subjetividade. De acordo com Barths (2003), o sujeito é quase social, ele não expressa o social e nem o coloca dentro de si em situações artificiais, mas é na relação com os outros e por ela, é na linguagem e por ela que se constitui sujeito e é constituinte de outros sujeitos.

As relações amorosas, portanto, são fruto de uma determinação social e histórica. O modo como iremos nos relacionar afetivamente e sexualmente com o outro, o que iremos procurar num parceiro, os valores esperados numa relação e o modo como esta irá se configurar é condicionado pelo tempo histórico em que o sujeito está inserido. Luhman (1991) afirma que não há razão para o amor acontecer, este só torna-se possível, se estiver incorporado num código social compartilhado por indivíduos que estão em relação. O amor é uma construção social. Ele não pode ser entendido como uma realidade objetiva, homogênea, irreversível e universal; como aponta Beall e Sternberg (1995), o amor é definido de forma diferenciada em função da cultura onde tem lugar, os significados do amor dependem do período histórico, da temporalidade e das especificidades culturais subjacentes à sua concepção. Para outros teóricos, os atores sociais têm concepções, ideias e pressupostos sobre o que é o amor, produzindo diferentes efeitos na forma como a relação se dará, e também é a partir daqueles pressupostos e concepções que a relação é interpretada. O amor se apresenta, portanto, como um conceito criado, multidimensional, discursivo e produzido socialmente.

Para entender a dinâmica das relações amorosas torna-se necessário investigar como se configura nosso momento histórico-cultural e por quais mudanças ele tem passado e de que forma as velhas concepções se relacionam com as novas produzindo subjetividades. As questões da contemporaneidade e da sociedade de consumo se mostram essenciais para tratar deste assunto.

A contemporaneidade diz respeito aos tempos recentes, dos últimos vinte anos. E é marcada principalmente pelo fenômeno da globalização, e por um suporte tecnológico avançado de comunicação, a informática, que têm organizado a vida econômica, política e social, segundo uma ordem mundial. A comunicação com isso supera cada vez mais qualquer limite, resultando em profundas transformações para a condição humana, quanto ao conteúdo, qualidade e quantidade de imagens e modelos a que está submetido o homem contemporâneo, e na conseqüente ampliação do seu imaginário (PECCININI, 2008).

Nos relacionamentos amorosos o consumo vai se manifestar no não favorecimento da aproximação de pessoas, da criação de vínculos duradouros, e concretizando relacionamentos breves, de bolso, voltados para a satisfação de necessidades e desejos imediatos, sem um compromisso que ultrapasse o momento da relação. Cria-se também uma cultura do descarte,

em que as pessoas se relacionam com as outras até que dure seu interesse por isso, ou que haja uma nova opção em vista, alguém melhor, as pessoas viram mercadorias, objetos de consumo (JUSTO, 2005). “A solidariedade humana é a primeira baixa causada pelo triunfo do mercado consumidor” (BAUMAN, 2004, p. 96).

Essa influência será mais forte, sobretudo, nos jovens e adolescentes, como aponta Justo (2005), já que estes estão mais submetidos à internet, aos meios de comunicação em geral e ao destino publicitário; são também aqueles que mais frequentam os shoppings, símbolo máximo do consumismo, e a quem é atribuído o papel de desbravar essas atualidades da sociedade, de incorporá-las e manifestá-las como o futuro, o progresso. Sua forma de relacionamento amoroso se apresenta como ‘o ficar’, marcado pela brevidade do contato, a ausência de exclusividade e de compromisso, o descarte do outro e a não obrigatoriedade da presença de sentimento.

Oliveira et al. (2007) investigam as questões do ‘pegar’, ‘ficar’ e ‘namorar’ numa população de adolescentes brasileiros, discutem para o fato deles estarem em uma tensão liberdade-responsabilidade, o continuum dessa tensão seria representado por essas categorias de relacionamento. O pegar seria definido como “um ato espontâneo, não repetível, sem compromisso e no qual o interesse físico predomina, quer pela beleza ou pela sensualidade” (OLIVEIRA et al., 2007, p.500). Já o ficar seria “um relacionamento em que os atores sociais possuem uma intimidade e uma proximidade maiores, se veem em uma frequência que pode adquirir uma regularidade e até desembocar em um namoro” (Idem). E o namoro seria compreendido como “ato contínuo e repetitivo do ficar, que possui início em um relacionamento caracterizado pela liberdade de ação e que, com o tempo e a permissão de ambos, ganha contornos de maior compromisso e de oficialidade frente à família e o grupo social” (OLIVEIRA et al., 2007, p. 500). Os autores concluem que os adolescentes classificam o relacionamento pelo grau de liberdade que ele apresenta, e com a importância dos estudos sobre as novas formas de relacionamento nos tempos atuais como uma forma de melhorar as políticas públicas de saúde, sobretudo na questão da AIDS.

Bauman (2004) analisa como o amor se configura na sociedade pós-moderna, a sociedade líquida, mostrando que as relações estabelecidas são frouxas e leves. Os indivíduos ao mesmo tempo em que dizem querer um relacionamento duradouro, querem acima de tudo preservar sua liberdade. A linguagem que usam reflete a da internet, se fala em se conectar a outras pessoas, ao invés de se relacionar com ela e em se desconectar ou deletar o outro quando o desejo de se relacionar acaba. O meio virtual vai se tornando cada vez mais real, e criador de parâmetros, com os avanços dos meios de comunicação, entretanto, o contato olho-no-olho se torna menor, as pessoas ficam sozinhas a maior parte do tempo, trancadas no próprio quarto, em seu próprio computador.

Com toda essa nova configuração em nossa sociedade, os estudos apontam para a mudança do paradigma do amor romântico para o amor confluyente. Aquele seria o modelo que teve maior influência nos séculos XVIII e XIX, sendo marcado principalmente pelas

características de um amor jurado à eternidade, estruturador de relacionamentos indissolúveis, e pelos valores de segurança, confiabilidade, fidelidade e durabilidade (JUSTO, 2005).

A partir dessas mudanças na sociedade, mostra-se importante investigar e discutir os discursos atuais sobre os relacionamentos amorosos, abordando a discursividade dos atores sociais quanto às concepções sobre o amor.

Deve-se frisar que essa problematização da pesquisa não tem uma concepção dicotômica dos modelos de amor apresentados, mas acredita que entre eles há uma continuidade de possibilidades de manifestações desses paradigmas, considerando a possibilidade de um jogo de duas forças históricas entre o velho e o novo amor, que eles podem tanto se mesclar como se contradizer. E nisso indagar-se como os sujeitos se relacionam, quais são seus discursos sobre os relacionamentos amorosos. Como aponta Giddens (1993), as pessoas e, sobretudo os adolescentes, vivem a tensão gerada por modelos de amor e relacionamentos antigos e modelos gerados pelas forças psicossociais da atualidade, não se tratando apenas de escolher entre duas alternativas, mas sim ter de assimilar, no plano afetivo, aquilo que se expressa em todos os âmbitos da sociedade contemporânea.

4 Conclusão

No ensaios sobre o discurso amoroso, foi tratado de categorias enunciativo-discursivas, E se tratando do campo discursivo, o amor é um assunto vasto para ser estudado. Entretanto, acredito que de alguma forma os atores sociais possuem meios de resistir a essas pressões históricas, que eles não estão sujeitos a um fim certo dos relacionamentos amorosos porque as condições culturais não estão propícias a mantê-los.

A perspectiva da psicologia sócio-histórica permite afirmar um caráter dialético entre indivíduo e sociedade, este está determinado por seu tempo, mas como isso se manifestará no sujeito é particular e único, o que nos remete a discussão da subjetividade.

Este sujeito pode criar mecanismos para que suas relações sejam de fato realizáveis, e também para que as práticas discursivas sobre discurso amoroso e amor e sobre a contemporaneidade se transformem. Em suma, o amor é considerado aqui como uma construção social, que vai sendo transformada dia-a-dia, por meio dos discursos produzidos em nossa sociedade. Entender como se configura o momento histórico-cultural, os interesses políticos e econômicos é de suma importância para a investigação desse tipo de relacionamento humano. As categorias sociológicas de contemporaneidade e sociedade de consumo foram utilizadas para entender a dinâmica do momento histórico, e como solo produtor dos discursos e ideologias presentes atualmente.

Referências

ARISTÓTELES. *Retórica das paixões*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BARTHES, Roland. *Fragments de um discurso amoroso*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

-
- BARTHES, Roland. Para/ou onde vai a literatura. In: BARTHES et al. *Escrever... para quê? para quem?* Lisboa, Edições 70, 1975.
- BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Tradução Carlos Alberto Medeiros Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004. 190p.
- BEALL, Anne E., STERNBERG, Robert J. The Social Construction of Love. *Journal of Social and Personal Relationships*, v. 5, n. 12, p. 417-418, 1995.
- BORGES, Maria de Lourdes. *Amor*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- VASCONCELLOS, Victor Hugo da Silva. *Ensaio sobre o discurso amoroso*. 2015, 183 f. [Dissertação de Mestrado]-Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP.
- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Tradução de Izabel Magalhães. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.
- FERREIRA, Nádya Paulo. *A teoria do amor*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- FREIRE COSTA, J. *Sem fraude nem favor: estudos sobre o amor romântico*. Rio de Janeiro: Rocco. 1998.
- JUSTO, José Sterza. O "ficar" na adolescência e paradigmas de relacionamento amoroso da contemporaneidade. *Revista do Departamento de Psicologia da UFF, Niterói*, v. 17, n. 1, jun. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-80232005000100005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 25 nov. 2016.
- LUHMAN, Niklas. *O amor como paixão*. Para a codificação da intimidade. Lisboa: Difel, 1991.
- MACFARLANE, A. *História do casamento e do amor*. Tradução de P. Neves. São Paulo : Companhia das Letras. 1990;
- MAINGUENEAU, Dominique. *Termos-chave da análise do discurso*. Tradução de Marcio Venicio Barbosa e Maria Emilia Amarante Torres Lima. Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- NEVES, Ana Sofia Antunes das. As mulheres e os discursos genderizados sobre o amor: a caminho do "amor confluyente" ou o retorno ao mito do "amor romântico"? *Revista de Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 15, n. 3, dez. 2007 . Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2007000300006&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 25 nov. 2016.
- OLIVEIRA, Denize Cristina de; GOMES, Antônio Marcos Tosoli; MARQUES, Sérgio Corrêa e THIENGO, Maria Aparecida. et al . "Pegar", "ficar" e "namorar": representações sociais de relacionamentos entre adolescentes. *Revista brasileira de enfermagem*, Brasília, v. 60, n. 5, out. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext &pid=S0034-71672007000500003&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 25 nov. 2016.

PECCININI, Daisy. *Arte do século XX/XXI*. Visitando o MAC na web. Módulo VII Contemporaneidade. Disponível em: <http://www.macvirtual.usp.br/mac/templates/projetos/seculoxx/modulo7/contemp/index.html> Acesso em 24 de jun. 2016

ROUGEMENT, D. *História do amor no ocidente*. Tradução de P. Brandi, E. B. Cachapuz São Paulo: Ediouro, 2003.

SCHURMANS, M. N.; DOMINICIE, L. *Lê coup de foudre amoureux: essaide sociologie comprensive*. Paris: Press Universitaires de France. 1997.

SIMMEL, G. *Filosofia do amor*. São Paulo: Martins Fontes. (Original publicado em 1909). 2001.

Consumo de Moda:

Um Estudo sobre as Gerações X e Y

Maria Elisa de Souza*, Ana Paula Lisboa Sohn**, Renato Buchele Rodrigues***

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí

Resumo

Ideias, valores de comportamento e de consumo são alterados gradativamente e, a medida que novas tecnologias são absorvidas pelos diferentes grupos geracionais da sociedade acontecem mudanças no papel destes grupos como consumidores. Neste contexto, este trabalho tem como objetivo identificar e analisar as diferenças e semelhanças comportamentais relacionadas ao consumo de moda das gerações X e Y. Serão apresentados os resultados de pesquisas sobre as características dos grupos geracionais estudados (geração X e Y), comportamento do consumidor e consumo de moda. É possível perceber que o consumo de moda é influenciado por diversas variáveis. Conhecer as diferenças é a chave para entender como cada geração pensa e como as empresas devem se adaptar às necessidades e desejos das novas e antigas gerações.

Palavras-chave: comportamento do consumidor; consumo de moda; geração X e Y.

Fashion Consumption: A Study of Generations X and Y

Abstract

Ideas, behavior values and consumption are gradually altered, and as new technologies are absorbed by the different generational groups of society, the role of these groups as consumers change. In this context, the purpose of this work is to identify and analyze the behavioral differences and similarities of fashion consumption of generations X and Y. We discuss the characteristics of the generational groups studied (generation X and Y), the consumer behavior and fashion consumption. It is possible to perceive that the consumption of fashion is influenced by several variables. Knowing the differences among generations is the key to understanding how every generation thinks and how companies must adapt to the needs and desires of the new and old generations.

Keywords: consumer behavior; fashion consumption; generation X and Y.

* Especialista em Moda (Criação, Desenvolvimento e Comunicação), Univ. do Vale do Itajaí.

** Doutora em Engenharia de Produção, Univ. Federal de Santa Catarina. Professora, Univ. do Vale do Itajaí.

*** Mestre em Administração, Univ. do Vale do Itajaí. Diretor do Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Comunicação Turismo e Lazer, Univ. do Vale do Itajaí.

1 Introdução

Na era do conhecimento a inovação é uma importante ferramenta, que fazer toda a diferença tanto para as empresas quanto para os profissionais que nelas trabalham. O mercado da moda é mestre no quesito novidade, o que antigamente era sucesso de vendas e hoje é obsoleto, pode voltar a fazer sucesso no futuro, de acordo com as influências e com o contexto da sociedade. O estudo de tendências, pode acontecer de maneira superficial, visando tendências para a próxima estação ou de uma maneira mais aprofundada, sobre as gerações de consumo.

Uma geração de consumo nada mais é do que um grupo de pessoas que nasceram em uma mesma época com contextos e objetivos de vida similares. O que essas pessoas pensam muda de acordo com a evolução e também com as tecnologias que influenciam suas vidas. O estudo destas gerações é importante para que as empresas entendam seu público alvo e se preparem para o futuro. Este trabalho tem como objetivo, através de pesquisa exploratória, identificar e analisar as diferenças e semelhanças comportamentais relacionadas ao consumo de moda das gerações X e Y por meio de uma análise crítica de cada geração, focando como cada uma vê e reage ao estímulos do mercado de moda e quais os possíveis comportamentos futuros de cada uma delas com relação ao consumo de moda.

2 Estudo das gerações

No século XX era regras morais extremamente rígidas orientavam a sociedade. O que comer o que vestir, como se comportar, o que falar e até o que comprar, eram condutas já pré-determinados de uma sociedade que tinha um padrão de expectativa sob cada indivíduo. Com o passar dos anos essas expectativas rígidas foram se alterando de acordo com as necessidades, acontecimentos históricos e adaptações que a sociedade sofreu. Esses períodos de mudanças surgem diferentes grupos geracionais que são determinados pelo período de nascimento num mesmo momento histórico, e por nascerem no mesmo período de tempo apresentam necessidades e ideologias próprias e característico de cada geração.

A noção de gerações remete para a noção de existência, no mesmo momento histórico, de indivíduos que pertencem a gerações biológicas diferentes, mas que participam do mesmo “espírito de tempo”. Tendo chegado assim à noção de geração histórica, entende por tal não uma série de homens que nasceram em duas datas, mas fundamentalmente, o momento e o lugar de aparecimento na história (JAQUES et al 2014, p.03).

As pessoas que fazem parte da mesma geração têm comportamentos similares, pois compartilharam as mesmas experiências e estão no mesmo no mesmo estágio da vida. Com isso, é possível entender que quando uma geração acontece, ela dura um certo período, até a exaustão deste modelo, fazendo assim, com que as gerações seguintes apresentem suas concepções inovadoras, causando uma ruptura que determina o início de uma nova geração e diferentes visões da sociedade (CERETTA; FROEMMING, 2011, p.19) .

Após a Segunda Guerra Mundial, houve um período de reconstrução e grande consumo na esperança de um mundo melhor. A primeira geração destacada após a Segunda Guerra Mundial é a geração *Baby Boomer*. Muitos autores divergem ao discutir o período das gerações. Cada geração dura aproximadamente 30 anos. Tempo suficiente para a nova geração quebrar costumes e concepções desatualizadas. Para Kotler (2013) essa geração é feita de pessoas nascidas entre 1946 e 1964. Por outro lado, Santos (2011, p.03), afirma que “a geração *Baby Boomers* refere-se às pessoas nascidas entre 1943 e 1963[...]”. A geração *Baby Boomer* é caracterizada pela reconstrução do mundo no pós-guerra o que reflete no seu comportamento. Durante a Segunda Guerra Mundial, com a sociedade sendo reconstruída em alta velocidade as crianças usufruíram de um tempo muito melhor do que o experimentado por seus pais. E a educação dos jovens foi moldada por um conceito de disciplina rígida – qualquer comportamento fora do padrão era considerado nocivo para a sociedade (OLIVEIRA, 2010). Os jovens desta geração foram instruídos desde cedo a valorizar os princípios, valores familiares e no trabalho. A educação era rígida, havia padrões de como se vestir, se comportar e agir. Ações contrárias eram punidas severamente. Os jovens procuravam estabilidade no trabalho e na família. Como profissionais, passavam anos na mesma empresa, sempre subordinados. O trabalho era visto como sinônimo de status e definia a identidade do profissional. Nos dias atuais, os *baby boomers* estão posicionados em cargos de chefia ou aposentados. Há muita resistência às mudanças devido a educação rígida e pouco espaço para inovações.

A geração X é delimitada entre os anos de 1964 e 1980 aproximadamente. Essa geração passou por grandes movimentos, revoluções sociais e políticas. Lutou contra a Guerra do Vietnã, a Guerra Fria e várias ditaduras militares. Segundo Santos (2011, p.04), “os revolucionários assumidos organizavam manifestações em movimentos estudantis como os Híppies que buscavam direitos iguais para todos. A música servia pra representar os valores e posições políticas, outrora marcadas pela censura de imprensa. Além disso, a liberdade de escolha passou a ser característica marcante dessa geração”. Com o surgimento da TV a rotina familiar passou a girar em torno da programação da mesma. A TV era usada como entretenimento e recompensa e começou a conectar os jovens que assistiam os mesmos programas e/ou eventos. A música ganhou força. Muitos jovens que se inspiravam em ideais políticos passavam essa energia e novas ideias para o cenário musical. Segundo Oliveira (2010, p.53), “a música ficou mais barulhenta, as roupas mais coloridas, os cabelos mais longos, as experiências mais intensas. Tudo acontecia em excesso. A nova ordem era rebelar-se contra qualquer coisa que tivesse o caráter de convencional ou padronizado, inclusive a estrutura familiar”.

Essa geração começou a perceber fraqueza nas lideranças que a rodeava, tanto políticas quanto familiares, por isso ainda complementa Oliveira (2010, p.56), “com os pais agindo com ceticismo em relação às autoridades e aos governos, foi simples para os jovens desta geração considerar vulnerável todo o tipo de liderança inclusive a dos próprios pais”. Outra característica que começou a mudar foi a visão do casamento. O divórcio foi se tornando cada

vez mais comum como um propósito de liberdade e felicidade, por isso a autossuficiência e a vida profissional eram muito valorizadas. De acordo com Oliveira (2010, p.57), “ser autossuficiente levou esses jovens a priorizar mais o trabalho, usando e relação familiar apenas como pretexto para justificar seu forte desejo de autorrealização”. Fazem parte da geração X os nascidos nos anos 60 e 70 ele aproveitaram os direitos conquistados pelos *Baby Boomers* vivendo uma busca por prazer sem culpas. Inconformados e entusiastas, eles levaram as novas grandes mudanças. Dentro de casa, eles eram os donos de seus quartos e tomaram conta das suas individualidades. É uma geração apaixonada por esteriótipos, influenciada pelo avanço do marketing e da publicidade. Tanto no universo corporativo quanto no entretenimento a geração X é lembrada como a juventude competitiva (Box 18/24, 2010).

Nos anos 2000 a Geração X ocupa cargos de chefia nas empresas. Ainda há uma certa resistência com relação às mudanças, à hierarquia e à inovação que os novos meios de comunicação podem proporcionar, mas essas barreiras vem sendo quebradas assim que essa geração enxerga os benefícios que as mudanças podem trazer. Como nas gerações anteriores, as atuais vem cheias de ideias e análises que antes eram ignoradas e que agora acabaram virando um nicho de mercado que muitos nem sabiam existir.

A Geração Y compreende pessoas nascidas entre os anos 1980 e 1999 aproximadamente. Esses jovens estão entrando no mercado de trabalho influenciando a maneira como o mesmo funciona. Eles nasceram num período de grande crescimento e evolução das tecnologias e meios de comunicação, nos anos 90. Estão “conectados” praticamente desde o nascimento – acessam jogos de computador, navegam na Web, baixam músicas, interagem com amigos via mensagens instantâneas e telefones celulares. Eles têm um senso de direito de posse e abundância por terem crescido durante um boom econômico e serem mimados por pais da geração *boomers* (KELLER; KOTLER, 2013).

Diferente das outras gerações, a Geração Y cresceu em uma estrutura familiar não convencional. Ter pais separados, não foi algo incomum e além disso, vivenciaram não apenas a ausência do pai (por estar trabalhando), mas a ausência também da mãe, que apesar de trabalhar não deixa a função de cuidar dos filhos e do lar. Por isso, essa geração recebeu grande incentivo de preparação para o mercado de trabalho. Faziam diferentes cursos e atividades para se tornarem mais competitivos no futuro. Mimos como videogames passaram a influenciar o comportamento, com a necessidade de ganhar prêmios e atingir fases mais difíceis. Isso causou um alto nível de competição e necessidade de reconhecimento. A geração atinge seu ápice com o desenvolvimento da internet, que os fez sentirem ilimitados. O conteúdo consumido é visto e compartilhado com usuários de todo o mundo. Segundo Box 1824 (2010) “O consumo globalizado promove conexões estéticas e comportamentais com outros jovens ao redor do mundo. A internet está permitindo que o conteúdo pessoal ganhe dimensões estratosféricas [...]”. A quantidade de informações disponíveis é tamanha que é muito difícil para o jovens acompanhá-las o tempo todo, lhes causando muita ansiedade, uma característica desta geração. Ainda complementa Box 1824 (2010) “o excesso de informação e

possibilidades está fazendo essa jovem geração ter ansiedade crônica. Está se tornando cada vez mais necessário que eles escolham os filtros certos para organizar suas experiências com tanto conteúdo e pessoas em suas vidas”. Além da necessidade de reconhecimento, a Geração Y ainda demonstra outras características que as gerações anteriores não apresentavam, como a necessidade de flexibilidade. Cada vez mais a vida pessoal e profissional estão interligadas. Segundo Oliveira (2011, p.27) “estamos diante de um novo momento de ruptura comportamental, semelhante ao que seu viúvo nos anos 1960 – 1970. Novos costumes culturais surgem com maior velocidade, e a adaptação constante é agora uma necessidade básica diante dos avanços tecnológicos”. Há algum tempo, a carreira em uma única empresa era um item muito valorizado, assim como a estabilidade profissional. Nesta geração esse conceito tornou-se um conceito ultrapassado de um profissional que não quer mais crescer e mudar. Há trinta anos era considerado o modelo ideal de trabalho aquele que trazia segurança para o profissional. Um excelente salário não tinha mais peso do que a reputação da empresa, e a formação acadêmica exigida era mínima; afinal, entendia-se que as organizações eram as principais responsáveis pela formação de seus profissionais (OLIVEIRA, 2010).

Atualmente, os profissionais são responsáveis por sua formação acadêmica e vida profissional, de acordo com aquilo que desejam ou lhes convém. Segundo Box 1824 (2010), “os planos de carreira tradicionais e sistemas hierárquicos estão perdendo força. Cada vez mais, eles querem unir trabalho com prazer”. A Geração Y hoje alinha a vida profissional com suas expectativas de vida. Logicamente esta ainda é uma parte das mudanças propostas por esta geração. Como em épocas anteriores, atualmente os jovens são a engrenagem que estimula e muda o comportamento da sociedade. Assim como serão os jovens da geração seguinte (Geração Z), no futuro.

3 Comportamento do consumidor

Conhecer o que o consumidor quer, determina o portfólio de produtos no mercado. Para Las Casas (2014, p.181) o “comportamento do consumidor é uma atividade mental e física exercida pelos consumidores ou por empresas que resultam em decisão e ação para o pagamento, compra e uso de produtos e serviços”. Como o comportamento do consumidor é muito instável e dinâmico, as organizações precisam estar sempre atualizadas, isso facilita o entendimento da mente dos consumidores e o que os mesmos desejam. Assim, é preciso estudar as influências e as características do comprador, a fim de obter condições de fazer propostas adequadas de ofertas de marketing, aplicando-se o conceito de marketing. Conhecendo melhor o comportamento do consumidor é mais fácil para as empresas desenvolverem uma gama de produtos e serviços que atendam as necessidades público escolhido, como por exemplo de uma geração como a X ou a Y. Entretanto autores como Las Casas (2014) frisam que o processo de entendimento do consumidor não é uma tarefa fácil. Pois estes sofrem muitas influências, todas ao mesmo tempo. Por este motivo procurar estudar o comportamento do consumidor é cada vez mais difícil, pois novas necessidades estão

sempre surgindo.

De acordo com Armstrong e Kotler (2013) as empresas que se destacam entenderem, por meio de pesquisas, as necessidades, os desejos e as demandas de seus consumidores. Os autores afirmam que o sucesso de determinados produtos ou serviços são fruto da boa avaliação dos consumidores. Durante a avaliação é importante que as empresas percebam se os consumidores desejam mudanças ou não nos produtos e serviços e, observando também a necessidade da customização. Assim pode-se considerar que cada grupo geracional, *baby boomer*, X e Y com suas características particulares apresenta diferentes necessidades em termos de produtos e serviços.

Nesse sentido observa-se que diferentes grupos geracionais criam expectativas particulares e diferenciadas em relação ao valor e à satisfação que várias ofertas proporcionarão e fazem suas escolhas que visam suprir necessidades. Autores de marketing como Armstrong e Kotler (2013) salientam que o que determina o comportamento do consumidor são características como cultura, gostos e *hobbies*, características próprias de um determinado grupo que a organização pretende atingir.

Segundo Cobra (2011), para conhecer o comportamento do consumidor precisa-se entender suas necessidades, bem como o processo de tomada de decisão, compra, e avaliação pós-compra. O ideal para consumidores e empresas é a busca de uma avaliação pós-compra positiva, pois indica que as necessidades foram satisfeitas. De acordo Las Casas (2014, p.21), “Buscar a satisfação dos consumidores é um conceito muito amplo. Os grupos apresentam diferentes necessidades e desejos. Mesmo em determinado grupo as pessoas têm valores diferentes, ou seja, os consumidores de um determinado segmento ou nicho podem valorizar aspectos diferentes de um produto”.

Atualmente, com a rapidez dos avanços tecnológicos cada vez mais, o número de fatores que influenciam o seu comportamento aumenta em quantidade e complexidade. Portanto deve-se estar sempre atento as novas tendências, principalmente as que influenciam o comportamento das gerações, com o intuito de não parar no tempo e até mesmo encontrar mercados ainda não explorados.

4 Consumo de moda

A década de 1960 foi a primeira onde passou-se a valorizar o jovem como público potencial de consumo e formadores de opinião. Nos dias de hoje, esse conceito ganha cada vez mais força. De acordo com Box 18/24 (2010) os jovens, em especial aqueles que têm entre 18 e 24 anos, representam novas linguagens e comportamentos e influenciam diretamente os hábitos de consumo. Sendo posicionados no topo da pirâmide de influência e são aspiracionais para os mais novos e inspiracionais para os demais grupos geracionais.

O consumo de moda acontece pela necessidade de expressar e pela necessidade de se sentir aceito dentro de um grupo social. Mas no geral os consumidores compram de acordo com sua renda. Segundo Frings (2012, p.44) “A quantidade de dinheiro que os consumidores

gastam com moda e outras mercadorias depende da sua renda. Uma vez que a renda afeta o consumo, ela é medida de três maneiras: renda pessoal, renda disponível e renda discricionária”. A renda pessoal é a renda bruta do consumidor, a renda disponível é a renda bruta menos os impostos e a renda discricionária é o que resta depois de o consumidor ter pago por suas necessidades básicas como alimentação, moradia e transporte. O restante é o que o consumidor tem disponível e pode gastar como quiser. Normalmente quanto mais jovem o consumidor mais ele gasta com moda. É possível classificar quem são esses consumidores da seguinte maneira: líderes da moda e seguidores da moda.

Os líderes da moda são pessoas que seguem seu próprio estilo, chamam atenção e normalmente lançam tendências, pois percebem e acreditam em uma nova moda antes dos outros. Eles podem ser os designers ou mesmo pessoas que não trabalham com moda, mas gostam de se expressar e experimentar novas técnicas e tecidos, são os chamados inovadores, ou podem ser pessoas como modelos e atrizes pagas para usar as criações de marcas famosas em eventos, são os chamados, motivadores. A outra classificação é referente aos seguidores e vítimas da moda. Os seguidores se refere àquele grupo de consumidores que vê e copia o que foi proposto por grandes marcas e designers. A maioria das pessoas neste público não tem tempo nem dinheiro para gastar com moda de liderança, pois tem outros interesses, como carreira e família, além de precisarem de um tempo para se adaptarem as novas ideias. E por último as vítimas da moda são aquelas pessoas com poder aquisitivo alto e vontade de comprar marcas de luxo. Segundo Gaultier (1992, *apud* FRINGS, 2012, p. 66), “as vítimas da moda são as pessoas que seguem cega e estupidamente uma marca sem qualquer discernimento e sem qualquer análise. Desde que seja a última moda, elas compram sem pensar em adaptá-las para si”. É possível também analisar os motivadores da compra do consumidor.

No passado a maioria das pessoas comprava roupas novas apenas quando surgia a necessidade, para uma ocasião especial, ou porque as roupas velhas haviam se desgastado. A pessoa média simplesmente não tinha condições de comprar mais do que as necessidades básicas. Na sociedade ocidental, hoje a renda discricionária é maior, e as pessoas podem comprar roupas novas com frequência. (FRINGS, 2012, p.70)

Basicamente os fatores analisados pelo consumidor para comprar um produto de moda são: ser atraente, estar na moda, impressionar os outros, ser aceito por amigos, ser multiúso, ter conveniência e ter um valor percebido razoável. Hoje o desafio do profissional de moda é juntar criações, tendências, desejos e expectativas do consumidor num só produto e torná-lo comercial.

5 O que caracteriza o consumo de moda nas gerações X e Y

Os consumidores que nasceram e cresceram na Geração X tem características de consumo de moda específicas de sua geração, dentro do contexto político, econômico, social e tecnológico pelo qual passaram e que muitas vezes ainda praticam até hoje. Assim como os

consumidores da Geração X, os consumidores da Geração Y estão passando há alguns anos por mudanças no seu comportamento de consumo, o que vai influenciar de certa maneira a geração anterior (Geração X) e a próxima (Geração Z). Algumas das características de diferenças do consumo de moda das gerações X e Y estão descritas abaixo:

Quadro 1: Diferenças no consumo de moda entre as Gerações X e Y

Características Geração X	Características Geração Y
Consumo de peças que duram vários anos e estações	Consumo de peças que duram poucos anos
Preço era sinônimo de qualidade	Preço e qualidade não estão necessariamente relacionados
A qualidade das roupas era extremamente valorizada	A variedade de roupas é extremamente valorizada
O público focava sua vida mais na relação familiar e não estava preocupado com o consumo de moda	O público ama consumir moda e sempre procura novidades como estampas, tecidos e modelagens a cada estação
O consumo de moda acontecia em lojas físicas e tradicionais, geralmente de produtos nacionais ou importados por empresas nacionais	O consumo acontece em lojas físicas, e-commerce e redes sociais, possibilitando o comércio direto com lojas e vendedores de outros países
Resistência em novas formas de consumir moda	Facilidade em novas formas de consumir moda

Clientes da Geração X quando consomem moda têm a ideia de que quando se compra uma roupa ela deve durar vários anos e estações, tanto pela qualidade quanto pela beleza e pela modelagem. Para eles o valor da roupa é proporcional a qualidade e durabilidade da mesma. Esta percepção é a base do *slow fashion* (peças clássicas com durabilidade) e que apesar de ser um conceito antigo, está voltando com muita força e é uma característica da Geração X.

Até os anos 90, ao comprar uma peça cara o consumidor comprava uma peça de qualidade, era um investimento, por isso esses conceitos eram diretamente proporcionais. Hoje há dois polos antagônicos. É possível consumir moda de maneira rápida, a cada estação, sem dar importância a qualidade, mas sim a quantidade ou consumi-la de forma politicamente responsável e não descartá-la com tanta facilidade. Isso influencia diretamente o mercado de moda.

Para a Geração Y, o conceito de qualidade e quantidade é difundido e/ou misturado. Muitos consumidores adquirem peças sem qualidade, na sua maioria baratas, com o objetivo de usá-las durante pouco tempo. Mas ao contrário do que era visto décadas atrás, nos anos 2000 a qualidade, o preço e a durabilidade não estão necessariamente ligados, uma vez que é possível comprar peças caras que duram pouco tempo, tanto pela qualidade quanto pela modelagem ou pelas estampas. A cada ano, o ciclo da moda fica cada vez mais rápido e faz

com que todos os dias surjam diferentes novidades e o que já foi adquirido fique velho, feio e obsoleto.

No início da Geração X a internet ainda não existia ou era para poucos, por isso o consumo de moda se dava pela compra em lojas físicas, normalmente para ocasiões especiais para a família toda. Os produtos comprados geralmente eram fabricados no Brasil ou importados por empresas nacionais. Essas características foram mudando com o desenvolvimento da geração. Já na Geração Y, com o surgimento da internet a distância entre produtor consumidor cada vez diminui mais. É possível o consumidor comprar o produto diretamente do fornecedor, de qualquer país, sem passar pelas mãos de intermediários e assim o barateando. Isso também incentiva o comércio de micro e pequenas empresas que podem vender seus produtos de maneira mais rápida e fácil pelos *e-commerces*, blogs e redes sociais.

Toda mudança requer um esforço das partes envolvidas. A Geração X estava acostumada consumir moda em lojas físicas. Com o surgimento da internet esse cenário passou por grandes mudanças, que ainda estão acontecendo. A Geração X teve e ainda tem grande resistência em relação a essas mudanças, pois muitos não confiam nos *websites* e na qualidade do produto ou serviço oferecidos. Por outro lado, a Geração Y aceitou essa nova realidade como uma facilidade a mais no seu dia a dia corrido e a geração anterior tem observado e se espelhado neste comportamento. Cada vez mais e mais consumidores estão utilizando a internet como uma ferramenta para consumir moda. A cada ano novas plataformas de *e-commerce* são abertas para mercados de todo o mundo, possibilitando o alcance mundial de produtos regionais e vice-versa, produtos importados não disponíveis anteriormente. Essa facilidade atrai consumidores tanto da Geração X quanto da Geração Y.

Muitas das marcas usadas pelas *baby boomers* e pela geração X existem nos dias hoje, muitas mudaram de rumo e muitas não existem mais. No Brasil as principais marcas que influenciaram a Geração X foram: Melissa (marca brasileira de sapatos plásticos, ficou famosa nos anos 80), Levi's (Levi Strauss, abriu sua empresa e criou a calça jeans no final do século XIX), Gledson (uma das primeiras marcas com foco jovem no Brasil, era especializada em jeans, ficou famosa nos anos 70 e originou a Ellus), Pierre Cardin (estilista francês/italiano, popularmente famoso no mercado por seus produtos licenciados) Inega (marca especializada em jeans, famosa nos anos 80), Dr. Scholl's (marca de sapatos americana, criada no anos 60), Zoomp (marca especializada em jeans, criada non anos 70) e Forum (criada nos anos 80, na época famosa pelos seus jeans). Todas são marcas que desenvolvem ou desenvolviam coleções e/ou linhas específicas para nichos específico do mercado de maneira tradicional, a cada estação. Nos os anos 90 com a explosão das *fast fashion*, esse cenário começou a mudar. Lojas de departamento ficaram ficaram muito populares com opções relativamente baratas para diversos tipos de público.. E com o ciclo da moda cada vez mais rápido a rotatividade descarte da moda também aumentou. As principais marcas que influenciaram e ainda influenciam está geração são: Zara (marca espanhola), Renner (marca gaúcha), Riachuelo (marca original do Rio Grande do Norte), H&M (marca sueca), Forever 21 (marca americana, criada por imigrantes sul-coreanos na década de 80),

Farm (marca carioca, criada no anos 90), C&A (marca holandesa), Colcci (empresa catarinense, fundada nos anos 80), Triton (marca jovem criada na década de 70). Diferentemente das anteriores, as marcas de hoje visam o descarte rápido, com intuito de que o consumidor compre mais a cada estação.

Hoje ainda é possível perceber muitas diferenças no comportamento do consumo de moda das Gerações X e Y, mas essas diferenças estão ficando cada vez menores, pois as mudanças e adaptações propostas pela Geração Y com o tempo estão sendo aceitas pela Geração X e incorporadas no seu dia a dia. Logicamente, toda mudança requer um esforço e uma fase de adaptação que é o que vivemos atualmente e as próximas gerações viverão, mas de outras maneiras.

6 Considerações finais

É inevitável perceber que com passar do tempo do comportamento de consumo de moda das gerações se altera. Tudo depende do contexto político, social e econômico em que as gerações estão inclusas. Essas alterações são percebidas com mais destaque após um período considerável de tempo. Atualmente estamos vivendo um período de transição entre as Gerações X e Y. Os consumidores da geração X hoje estão com suas vidas estatizadas, aposentados ou em cargos de chefia nas empresa. Os consumidores da geração Y estão entrando no mercado de trabalho e construindo suas carreias. A diferença entre uma geração e outra é de aproximadamente 30 anos. Neste período, logicamente houve muitas mudanças sociais, econômicas e políticas no mundo e por isso também o pensamento das pessoas mudou. O pensamento das gerações em questão, com relação ao consumo de moda também mudou. A Geração X, espelhada pelos seus pais, os *baby boomers*, tem características rígidas, gostam de regras e horários e são extremamente competitivos. Até meados dos anos 90 era muito estranho se pensar em consumir moda pela internet. Os consumidores compravam em lojas físicas, onde quanto maior o preço, maior era a qualidade do produto e a duração dele. Diferentemente do que acontece hoje com a Geração Y, onde preço não é sinônimo de qualidade, as compras em lojas físicas caem sensivelmente e ainda se dá mais valor a variedade e ao acesso aos produtos e não restritamente a qualidade e durabilidade dos mesmos.

Hoje comparando a maneira como a Geração X e Y compram, percebemos por exemplo que a Geração X tem um perfil tradicional, compram em lojas físicas, preferem cores neutras, e roupas não muitos chamativas. Essa geração ainda tem receio de adquirir moda pela internet, por razões como confiança, extravio, devolução, segurança e privacidade na forma de pagamento. Pensamento oposto ao da Geração Y, que gosta de consumir e encontram na internet uma maneira rápida e acessível ao que necessitam. Acessível no sentido de que o comércio pode acontecer em qualquer lugar do mundo, estreitando relações, aumentando a competitividade e aumentando também a compra de produtos antes inacessíveis. Logicamente, que apesar da Geração X ter características não flexíveis, as mesmas vem

mudando com o tempo. Esse é um fator importante no estudo das gerações, pois as mais novas influenciam as mais velhas e vice-versa. A Geração Y vem mudando a forma de consumir, com ideias de responsabilidade social, juntamente com lucratividade. Essa é uma característica que vem crescendo nesta geração e, com certeza, serão repassadas e aprimoradas pela próxima geração, a Geração Z.

A Geração Z ainda é muito recente para ser estudada como um perfil claro de consumo de moda, pois ainda são muito jovens e poucos tem uma posição pertinente na sociedade e no mercado de trabalho, mas para futuros estudos, as semelhanças e diferenças de consumo de moda entre essas três gerações é muito pertinente, interessante e importante. A partir da criação da internet, a velocidade com que o consumo de moda e o consumo em geral muda é muito grande e é muito importante para qualquer empresa e para a sociedade como um todo entender e avaliar como essas mudanças estão ocorrendo e como as antigas gerações podem se adaptar a essas novas mudanças, que diferentemente do passado podem ser menos desgastantes no futuro.

Referências

- ARMSTRONG, Gary; KOTLER Philip. *Princípios de Marketing*. 12.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2013.
- CERETTA, Simone Beatriz; FROEMMING, Lurdes Marlene. *Geração Z: Compreendendo os hábitos de consumo da geração emergente*. 2011. Universidade Potiguar.
- COBRA, Marcos. *Marketing Básico: Uma abordagem brasileira*. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- FRINGS, Gini Stephens. *Moda: Do Conceito Ao Consumidor*. 9.ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- JACQUES, Thiago de Carvalho et al. Geração Z: peculiaridades geracionais na cidade de Itabira-MG. *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 9, n. 3, p.67-85, 5 out. 2015. Departamento de Empreendedorismo e Gestao da UFF. <http://dx.doi.org/10.12712/rp-ca.v9i3.528>. Disponível em: <http://www.uff.br/pae/index.php/pca/article/view/528/pdf_1>. Acesso em: 5 jul. 2017.
- KELLER, Kevin Lane; KOTLER, Philip. *Administração de Marketing*. 14. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2013.
- LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Administração de Marketing: conceitos, planejamento e aplicações à realidade brasileira*. São Paulo: Atlas, 2014.
- OLIVEIRA, Sidnei. *Geração Y. O nascimento de uma nova versão de líderes*. 5.ed. São Paulo: Integre, 2010.
- _____. *Geração Y. Ser potencial ou ser talento? Faça por merecer*. 2.ed. São Paulo: Integre, 2011.

SANTOS, Cristiane Ferreira dos et al. O processo evolutivo entre as gerações X, Y e Baby Boomers. In: XVI SEMEAD, 14., 2011, São Paulo. *Anais...* São Paulo: FEA/USP, 2011. p. 1 - 14. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/14semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=221>. Acesso em: 5 jul. 2017.

WE ALL WANT TO BE YOUNG. Box 1824. 9'46". 2010. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=c6DbaNdBnTM>>. Acesso em: 3 out. 2015.

Regência Verbal:

Norma e Uso em Produções Textuais de Alunos do Ensino Médio

Bruno Felipe Marques Pinheiro, Lucas Santos Silva*

Universidade Federal de Sergipe, Aracaju

Resumo

A regência verbal na educação básica é abordada em um processo de repetição de regras, sem a reflexão de análise epilinguística que o conteúdo demanda, por envolver a interface sintaxe e semântica. A partir de uma investigação sociolinguística, este artigo analisa a produção textual de alunos da educação básica. O objetivo é mapear os verbos ditransitivos a fim de verificar se as regras de regência verbal quanto à relação do verbo com seus complementos são aplicadas de acordo com a perspectiva da gramática normativa ou se pela perspectiva do uso oral. Os resultados apontam que a regra da regência verbal nas produções textuais é diferente daquilo que é prescrito na gramática normativa, com a alternância de preposições. Destacamos a necessidade de um ensino que alie os conhecimentos metalinguísticos e epilinguísticos do aluno, de modo que o conteúdo regência verbal seja base para a reflexão.

Palavras-chave: regência verbal; ensino; semântica; pragmática; sociolinguística..

Verbal regency: norm and usage in texts of students in the basic level

Abstract

Verbal regency in basic education is addressed in a process of repeating rules, without the opportunity of reflection of the epilingual analysis that the content demands, by involving the interface between syntax and semantics. Based on a sociolinguistic approach, this article analyzes the textual production of basic education students. The purpose is to map the ditransitive verbs in order to verify if the rules of verbal regency regarding the relation of the verb with its complements are applied according to the normative grammar perspective or if from the perspective of oral use. The results indicate verbal regency in textual productions is different from what is prescribed in normative grammar, with alternation of prepositions. We emphasize the need of teaching strategies that combine metalinguistic and epilinguistic knowledge, so that verbal regency is basis for reflection.

Keywords: verbal regency; teaching; semantics; pragmatics; sociolinguistics.

* Graduandos em Letras, Universidade Federal de Sergipe (UFS).

1 Introdução

Por regência verbal compreende-se a relação sintático-semântica estabelecida entre o verbo e demais termos da oração. Esse termo (verbo) exige a presença ou ausência de preposições, seguindo a ordem dos argumentos internos do verbo e o preenchimento ou não desses argumentos verbais.

Entretanto, quando nos deparamos com a situação de ensino de língua portuguesa na educação básica, constatamos que o conteúdo de regência verbal é abordado em um processo de repetição de regras, sem a oportunidade de reflexão de uma análise epilinguística que o conteúdo demanda, por envolver a interface sintaxe e semântica.

Muitas vezes, o que encontramos são professores que passam uma lista com os verbos ditos “problemáticos”, argumentando que é necessário decorar a tal lista para se ter êxito em concursos, vestibulares e no Enem (Exame Nacional do Ensino Médio), mais precisamente no que diz respeito à elaboração da Redação.

Os professores, basicamente, usam de uma estratégia que consiste num processo em que o aluno decore uma lista de verbos e suas respectivas colocações de regência, sem propiciar a reflexão sobre seu uso nas práticas cotidianas, desconsiderando a perspectiva de que a língua é um instrumento comunicativo, de interação social, pragmaticamente motivada e inserida nas relações interpessoais (PILATI et ali, 2012).

Essa estratégia dita no parágrafo anterior muitos professores adotam para os alunos e os livros didáticos insistem em trazer, todavia, esse tipo de método deixa de lado uma reflexão linguística e não ajuda os alunos a entenderem a partir de outros textos o conteúdo de regência verbal, restringindo seu pensamento e o objetivo central da Língua Portuguesa, que é de o aluno ampliar o domínio do discurso nas diversas situações comunicativas (BRASIL, PCN).

Diferentes autores têm se debruçado sobre essa questão (MOLLICA, 2003; BRANDÃO; VIEIRA, 2011 e RODRIGUES, 2011), a partir de uma investigação cuja proposta é uma abordagem de ensino de regência que priorize a reflexão e analisa a produção textual de alunos da educação básica.

Este trabalho pretende de forma sucinta um estudo sobre regência verbal do Português Brasileiro, tomando como base uma análise sintático-semântica, adotando uma perspectiva funcionalista em que o falante utiliza a regência verbal correlacionando o termo regente e o termo regido em suas produções textuais operando uma concepção de língua com o uso social e os contextos de interação verbal.

A função desta análise é de mapear os verbos ditransitivos a fim de verificar se as regras de regência verbal quanto à relação do verbo com seus complementos são aplicadas de acordo com a perspectiva da gramática normativa, ou se empregam pela perspectiva do uso oral, percebendo qual caminho os alunos adotam ao realizar suas construções com regência verbal. Será que esses sujeitos ao responder questões sobre regência verbal deixam de lado o conhecimento teórico aprendido em sala de aula, como apregoa as gramáticas normativas e escolares? Ou aplicam uma regência que soe mais natural e que julguem mais eficiente para o

contexto comunicativo?

Como hipótese, lançamos que a regra da regência verbal nas produções textuais é diferente daquilo que é prescrito na gramática normativa, com a alternância de preposições. Destacamos a necessidade de um ensino produtivo de gramática que alie os conhecimentos metalinguísticos e epilinguísticos do aluno, de modo que o conteúdo regência verbal seja base para a reflexão linguística (FREITAG, 2015).

2 Metodologia

A pesquisa foi iniciada com uma seleção de textos produzidos por estudantes dos 3os anos do Colégio de Aplicação da Universidade Federal de Sergipe (CODAP/UFS), situado no Bairro Jardim Roza Elze, em São Cristóvão/SE. Cabe ressaltar que a escolha da série se deve ao fato de os alunos serem concluintes do ensino médio, e encontram-se em período de preparação para o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM).

A constituição da amostra compõe um corpus com 16 redações escritas pelos estudantes do 3º ano que participavam das oficinas de redação, em setembro de 2016, com a finalidade de avaliar as produções de textos para a prova de redação. A organização da oficina está sob a responsabilidade de duas monitoras graduandas em Letras Vernáculas pela UFS¹. O tema selecionado por estas para as produções textuais foi: “A internet pode transforma-se em problemas para vida pessoal dos usuários?”. Assim, como na redação exigida pelo ENEM, o texto deveria conter entre 7 a 30 trinta linhas, bem como as cinco competências que o exame solicita aos candidatos.

Após o recebimento das produções textuais foi realizada uma análise em que fora observado a aplicação da regência verbal em ambientes de complementos verbais (objetos diretos) e nominais e emprego de pronomes relativos precedidos de preposição. Para isso foram constituídas as seguintes categorias: mediante os critérios de:

- 1) Ambientes de realização variável no que tange ao uso das preposições escolhidas pelos usuários da amostra;
- 2) Controle da adequação em relação a escolha das preposições de acordo com a perspectiva da gramática normativa (na pesquisa, foi a de Evanildo Bechara) ou se pela perspectiva do uso oral;
- 3) Apagamento de preposições mediante a transitividade verbal e;
- 4) Permuta de preposições mediante sentidos metafóricos dos verbos.

3 Resultados e discussão

Os resultados desta pesquisa corroboram com a hipótese inicial. As dezesseis redações utilizadas como corpus apontam que não existe uma relação entre o traço sintático e o semântico do uso das preposições por parte dos estudantes em suas produções textuais.

Em geral, os resultados apontam que as preposições “a” e “de” tendem a um

1 Monitoras organizadoras das Oficinas de Redação: Emilly Silva Santos e Larissa Lima dos Santos, ambas 7º período do Curso Letras Vernáculas da Universidade Federal de Sergipe.

apagamento diante da regência verbal. As preposições “com”, “sobre” e “para” aproximam-se de uma conservação. Já no que diz respeito às preposições “em” e “por”, essas propendem a permutação mediante o sentido metafórico atribuído ao verbo.

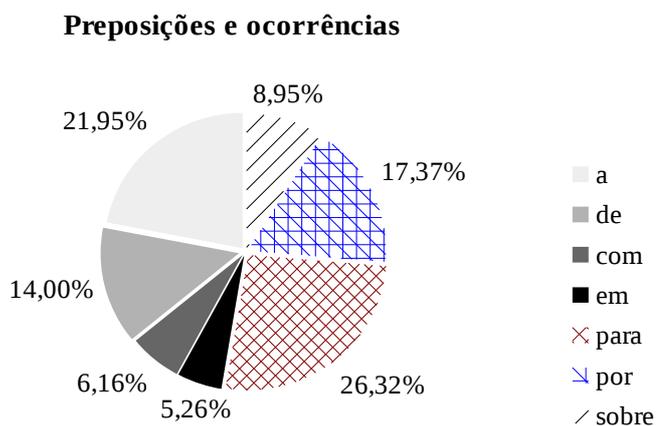


Gráfico 1: Preposições usadas marcadas pelos ambientes de realização variável da regência verbal dos estudantes do Colégio Aplicação da Universidade Federal de Sergipe

O primeiro aspecto discutido nesta análise é o problema dos verbos ditos “problemáticos”. Na parte dos anexos (Tabela 1) no fim deste artigo, listamos os verbos que foram apresentados nas produções textuais dos alunos de acordo com a gramática normativa, e percebemos que um dos problemas é, se tratando de verbos, as gramáticas escolares acabam sendo mais conservadoras do que as gramáticas ditas tradicionais. Desta maneira, mesmo com a lista passada pelos professores de Língua Portuguesa em sala de aula, os alunos não empregam as preposições conforme a regência solicitada pelos verbos.

Conforme Castilho (2007), gramática “é um conjunto de estruturas razoavelmente cristalizadas, ordenadas nos subconjuntos da Fonologia, Morfologia e Sintaxe, e governadas por regras de terminação interna” (CASTILHO, 2003, p. 5). Contudo, percebemos na análise do corpus que os alunos acabaram adotando em suas produções textuais uma concepção de gramática (cf. FREITAG, 2015) que responde ao modo de como as informações são codificadas e afetadas pelo contexto social ao qual são inseridas.

Isso faz com que os estudantes não utilizem a concepção de gramática normativa, aquela que disponibiliza listagens com os verbos ditos “problemáticos” ou considerados por maior dificuldade, e que geralmente somente se preocupam com a parte sintática abandonando assim todo conhecimento semântico. Todavia, os estudantes, nas produções textuais analisadas, acabaram não regendo o verbo com a preposição adequada, de acordo com a gramática estudada em sala de aula.

Esse fenômeno se dá porque, ao construir seus textos, os alunos absorvem, armazenam e codificam suas experiências de mundo (cf. FREITAG, 2015), permitindo assim formular

esquemas de construção discursiva, criando imagens e transferindo para o papel significados de expressões linguísticas. Com isso o conhecimento somente metalinguístico que as gramáticas normativas oferecem não favorecem a aplicação do conteúdo de regência verbal por parte dos alunos. A exemplo das produções analisadas, os verbos que regiam seus complementos utilizaram uma regra pela determinação do seu uso oral.

Ao construir períodos com os verbos que solicitam regência em ambientes de complementos verbais e nominais, ou o emprego de relativos precedido de preposição, os alunos utilizam os conhecimentos semânticos que esses verbos exprimem porque o significado linguístico não é arbitrário. Logo, os alunos aplicam a regência verbal não utilizando os conhecimentos puramente sintáticos, mas os conhecimentos semânticos. Para Castilho,

a Semântica é a criação dos significados, baseada em estratégias cognitivas tais como o emolduramento da cena, a hierarquização de seus participantes, a organização do campo visual, a movimentação real ou fictícia dos participantes, sua reconstrução através da metáfora, e da metonímia do que resultam as categorias semânticas de dêixis, referência, predicação, foricidade e conexidade” (CASTILHO, 2003, p. 5)

Dessa maneira, os alunos acabam preenchendo ou não a regência dos verbos utilizando preposições que eles julgam mais natural ou com mais eficiência para o contexto comunicativo. Sobre preposições, Castilho afirma que “as preposições em seus usos prototípicos posicionam no ESPAÇO os referentes dos termos que relacionam” (CASTILHO, 2003, p. 8). Com isso, ao utilizá-las por serem consideradas operadores, esse fenômeno realiza uma ligação entre a localização dos objetos e a inserção no espaço, portanto, no que tange à regência verbal é necessário entender por um viés sintaxe-semântico.

Assim, este artigo, através das discussões a seguir, tenta explicar pelo campo semântico e sintático dos verbos o desaparecimento de algumas preposições em contextos que os verbos solicitam regência de acordo com a gramática prescritiva. Por outro lado, este trabalho busca entender através da transitividade verbal como essa questão é manipulada pelo contexto discursivo.

3.1 O desaparecimento da preposição “a” e “de”

Pode-se observar no gráfico que as maiores ocorrências detectadas em nossa análise foram as preposições “a” (46,7%) e “de” (24,4%) sendo que ambas aconteceram em contextos em que não houve a conservação em sua regência, como apregoa as gramáticas escolares e normativas.

Para Bechara (2015) a preposição “a” aparece em inúmeros empregos, entretanto a fim didáticos escolhemos o que “introduz complementos verbais (objetos indiretos) e nominais representados por nomes ou pronomes oblíquos tônicos” (BECHARA, 2015, p. 306). Também a preposição “de” “introduz complemento de verbos (complemento relativo) e nomes (complemento nominal)” (BECHARA, 2015, p. 312).

Ocorrências de apagamento das preposições

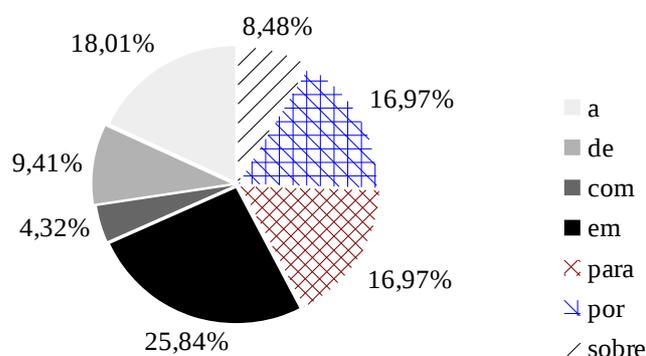


Gráfico 2: Apagamento das preposições regidas pela regência verbal dos estudantes do Colégio Aplicação da Universidade Federal de Sergipe

Nas análises feitas das produções textuais dos alunos, os ambientes acima citados favorecem a um desaparecimento das preposições “a” e “de” nos contextos supracitados, como mostra o Gráfico 2. O funcionamento ocorrido para tal ocorrência se deu porque os alunos empregaram o verbo na posição sintática de sujeito. Este entendido não só pela relação de pessoa gramatical, mas também com as funções de sujeito semântico, principalmente empregados no status de tópico. Assim, os verbos tomam função de verbos transitivos diretos. Vejamos alguns excertos coletados da análise:

1. *promovam (a) maior rigidez.*
2. *promovendo (a) uma maior eficácia.*
3. *limita (a) o ser e suas expressões sociais.*
4. *estimulando (o) controle de tempo.*
5. *utilizam (de) essas redes sociais.*
6. *os indivíduos usam (de) a internet.*

Tais exemplos acima confirmam o que Hopper & Thompson (1980) afirmavam que contextos discursivos podem influenciar a transitividade dos verbos, não podendo delimitar uma relação somente a intransitivos ou transitivos. Isso deixa claro cada vez mais que se tratando de estudos sobre regência verbal é necessária uma relação entre sintaxe e semântica para compreender as inúmeras relações que os verbos podem abarcar.

Outro contexto analisado foi o da regência em períodos compostos por subordinação. Conforme Bechara “o pronome relativo exerce função sintática de objeto direto exige o uso da preposição” (BECHARA, 2015, p. 571). Na análise, em todas as ocorrências, nesse contexto, houve a ausência da preposição “de”, por exemplo, em “lembra (de) que essas interações sociais”.

Vale salientar que em relação à presença ou ausência da preposição “a” e “de” no

contexto de complementos nominais foi variável: ora os alunos preenchem, ora não preenchem. Sendo assim, das 25 ocorrências da preposição “a”, em 21 os alunos não preencheram. Em relação à preposição “de”, das 15 ocorrências detectadas, em 11 houve o desaparecimento da preposição regente.

Com isso, detectamos que a transitividade dos verbos usados nas produções dos alunos influencia na queda da preposição “a” e “de”, pois “a transitividade depende dos efeitos discursivos que o falante deseja provocar, bem como de que as línguas se adaptam para deixar claro quando o agente/paciente é relevante para o contexto comunicativo” (RODRIGUES, 2011, p. 100).

Logo, percebemos que verbos que pedem regência “a” e “de” em contextos de complementos nominais e com emprego de relativos com função de objeto indireto não se faz mais tão necessário assim no Português Brasileiro. Pois, com a função de ligar um termo regente a um termo regido, no momento da construção do texto, os alunos partem do princípio da semântica do verbo a qual estão utilizando. Assim, percebemos que a preposição “a” em relação ao “de” possui uma significação esvaziada tendendo desaparecer em alguns casos.

3.2 A conservação das preposições “com”, “para”, “sobre”

Nos dados analisados, conforme apresenta o Gráfico 3, a preposição “com” foi saliente com (33,3%), pois das 7 ocorrências que apareceram, 5 conservaram a marca da regência verbal. Isso nos revela que tal preposição inicia o complemento de muitos verbos e nomes (complemento relativo e complemento nominal), entretanto sua semântica ainda é bem restritiva.

Ocorrências de conservação das preposições

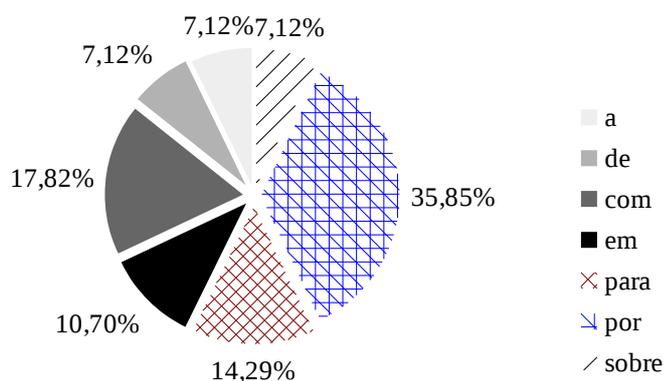


Gráfico 3: Conservação das preposições regidas pela regência verbal dos estudantes do Colégio Aplicação da Universidade Federal de Sergipe

Como afirma Bechara (2015), a preposição “com” aparece nas circunstâncias de companhia, ajuntamento, simultaneamente, modo, maneira, meio, instrumento, causa,

concessão)” (BECHARA, 2015, p. 311). Vejamos alguns fragmentos do corpus da amostra analisado:

1. *Isso acontece com a limitação da liberdade*
2. *contribuindo com a questão econômica*
3. *conversar com as pessoas pelas redes sócias*

Percebemos, dessa maneira, a preposição “com” no eixo continente (cf, CASTILHO, 2003), uma vez que seu significado abarca tanto a sintaxe como a semântica, e tem como significação o conteúdo.

Já no que concerne à preposição “sobre” e “para” estas ainda conservam uma significação plena, a primeira muito mais que em relação a segunda. Em relação ao “sobre” esta é chamada de preposição de eixo vertical, cuja semântica conserva primordialmente uma relação entre figura e espaço, e que só pode ser empregado em contextos verticais, restringindo seu uso a contextos bem específicos. Talvez por isso a pequena ocorrência na amostra de dados. Portanto, a única vez que foi empregada utilizou-se de forma que não preencheu o complemento, como observamos na amostra:

1. *As pessoas antes mesmo de refletirem sobre, compartilham com seus amigos.*

Nesse caso a preposição “sobre” retoma redes sociais, ou seja, a preposição realizou uma função de pronome relativo.

Percebemos que as preposições “com”, “para”, “sobre” ainda conservam marcas sintáticas nos contextos comunicativos que os alunos construíram e são empregadas em sentidos bem específicos.

3.3 Verbos com sentidos metafóricos

VERBO	PREPOSIÇÃO PRESCRITIVA	PREPOSIÇÃO ADOTADA
lutar	com, para	por
pegar	em, de	-
pensar	em, sobre	por/sem

Quadro 1: Permuta de preposições mediante sentido metafórico dos verbos utilizados na amostra dos alunos do Colégio de Aplicação da Universidade Federal de Sergipe.

Constatamos também que os traços semânticos-pragmáticos verbais influenciaram na modificação e permuta de preposições. De acordo com Freitag (2010) “o controle dos traços semântico-pragmáticos do verbo tem se mostrado influente em fenômenos de

gramaticalização em domínios funcionais complexos” (FREITAG, 2010, p. 103). Isso favorece traços que implicam uma modificação na estrutura verbal e uma mudança no uso da regência verbal trocando a preposição inserida ou apagando na relação entre verbo e complemento.

Na amostra analisada apareceram preposições permutadas, como “por” e “em”. Alguns verbos podem estar relacionados com sua significação mediante o traço de sua atividade, assim sinalizando nuances que partam do mais abstrato para o mais concreto. Como os exemplos a seguir retirados do corpus utilizado:

1. pessoas pegaram (em, de)) tweets antigos.
2. grupos que lutam (em, contra) por distintos ideais e perspectivas

Logo, “uma vez que itens linguísticos mais gramaticalizados tendem a manifestar significados mais abstratos e/ou genéricos e itens menos gramaticalizados tendem a manifestar significados mais concretos, ligados ao mundo físico” (FREITAG, 2010, p. 104).

Em relação ao primeiro período acima é um exemplo em que o verbo tem um sentido metafórico, configurando assim um sentido totalmente abstrato, e favorecendo para que haja o apagamento da preposição “em” contradizendo a regra que a gramática normativa prega. Isso acontece, pois, o traço semântico utilizado pelo estudante desfavorece um sentido concreto que a gramática prescritiva traz em que o verbo pegar solicita a preposição “em” para algo totalmente concretizado em uma relação com o mundo real.

Já em relação ao segundo período percebe-se também o traço semântico de um complemento abstrato. Entretanto, esse caso favorece uma permuta do uso de preposição. De acordo com a gramática adotada nessa pesquisa (cf. BECHARA, 2015) o verbo lutar pede preposição “com, contra”, porém o estudante utiliza a preposição “por”.

Essas escolhas ou a ausência das preposições acontecem, pois, os alunos acabam construindo suas orações utilizando metáforas que no dia a dia é estritamente normal utilizá-las e muitas vezes são usadas de forma inconsciente.

4 Considerações finais

Diante das análises feitas, percebemos que a hipótese lançada inicialmente posta neste artigo acabou sendo confirmada. O uso da regência verbal nas produções textuais é diferente daquilo que é prescrito na gramática normativa, com a alternância e ausências de preposições na grande maioria.

A concepção de gramática que os alunos da amostra utilizaram demonstra uma visão de língua cujas funções prevalecem a representação comunicativa, e que seus conhecimentos postos nas produções relacionam-se com a frequência de uso e uma regularização conforme o uso oral. Dessa maneira, o emprego do verbo do Português Brasileiro acaba sendo regido através do seu complemento pela determinação de uma linguagem mais informal, precisando, dessa forma, uma busca de uma motivação do que há por trás da presença/ausência da

preposição.

Como proposta de ensino de regência verbal por parte de professores na educação básica deve-se levar em consideração um “estudo do verbo focando no aprimoramento de competências sócio-comunicativas” (FREITAG, 2015, p. 14), uma concepção de gramática que não retira as prescrições, mas que deva levar em conta o sentido e seus efeitos no contexto comunicativo.

Isso nos revela que se tratando das gramáticas normativas há certo abismo entre a sintaxe e semântica, e que é necessário unir essas áreas para entender as relações entre o termo regente e o regido, não se detendo a um conhecimento puramente metalinguístico.

Muito mais do que decorar uma lista de verbos e suas funções sintáticas estabelecidas pelas gramáticas escolares, é necessário que o professor em sala de aula se valha de uma interface sintática-semântica para que os alunos tomem consciência das relações entre verbos e preposições refletidos de uma intenção comunicativa estabelecida por inúmeras construções de sentidos.

Ao invés de prescrever regra pela regra, é importante leva em consideração uma visão sociolinguística, um trabalho do professor com os alunos investigando quais motivações levam os falantes a preferir uma regência a outras, e que haja pesquisas, discussões, coletas de dados na própria comunidade escolar e, por fim, reflexões a respeito do fenômeno da regência verbal.

Referências

BECHARA, Evanildo. *Moderna gramática portuguesa*. 37. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2009.

BRANDÃO, Silvia Figueiredo; VIEIRA, Silvia Rodrigues. *Ensino de gramática: descrição e uso*. São Paulo: Contexto, 2011.

CASTILHO, Ataliba de. *Proposta funcionalista de mudança lingüística: análise multissistêmica das preposições do eixo transversal no português brasileiro*. 2003. Disponível em: <<http://www.mundoalfal.org/MudFunc%20VI%20Sem%20PHPB.htm>>. Acesso em: 5 jul. 2017.

FREITAG, Raquel Meister Ko. Ensino produtivo de gramática. In: FREITAG, Raquel Meister Ko. Freitag; DAMACENO, Taysa Mércia dos Santos Souza. (Org.). *Livro didático - gramática, leitura e ensino da língua portuguesa: contribuições para prática docente*. São Cristóvão: EdUFS, 2015, (p. 11-18).

HOPPER P. & THOMPSON S. A. *Transitivity in Grammar and discourse*. Baltimore: Language, vol. 56, n. 2, 1980, p. 251-299.

MOLLICA, Maria Cecilia. *Da linguagem coloquial à escrita padrão*. 7Letras, 2003.

MARQUES, Bruno Felipe Pinheiro; SILVA, Lucas Santos. Regência verbal: Norma e uso em produções textuais de alunos do ensino médio. *Rev. Synth.: Let., Ed. Hum.*, Lages, v. 2, n. 1, p.45- 55 , jun. 2017.

PILATI, Eloisa et al. Educação linguística e ensino de gramática na educação básica. *Linguagem & Ensino*, v. 14, n. 2, 2012, p. 395-425.

RODRIGUES, Tiago de Aguiar. *Buscando sentido para a pesquisa e o ensino de regência verbal: uma abordagem funcional-cognitiva*. 2011. Dissertação de Mestrado. Universidade de Brasília.

TAVARES, Maria Alice; FREITAG, Raquel Meister Ko. *Do concreto ao abstrato: influencia do traço semântico-pragmático do verbo na gramaticalização em domínios funcionais complexos*. Rio de Janeiro: Faculdade de Letras da UFRJ. *Revista Linguística*, vol. 6, n. 1, junho/2010.

A Atuação do Público nas Redes Sociais como Difusor de Informações e os Impactos deste Comportamento no Jornalismo

Regina Zandomenico*

Universidade Estácio Santa Catarina, São José

Resumo

O presente artigo aborda as características do novo cenário informacional, influenciado pelo nowism e pela atuação do público nas redes sociais, e as consequências deste fenômeno no cotidiano das pessoas e na área do jornalismo. Na atualidade, as corporações de mídia não são mais as únicas disseminadoras de informação em tempo real. Os veículos de comunicação, em muitas situações, buscam, inclusive, apoio informacional nas redes sociais. As fronteiras entre o público e autor, criador e consumidor, especialista e não-especialistas estão menores e há riscos, conforme apontam autores elencados na pesquisa bibliográfica. O jornalismo na atualidade está diante de algo inédito diante da constatação de que o público não é mais um receptor passivo das informações que antes eram filtradas pelos critérios de noticiabilidade dos profissionais de mídia.

Palavras-chave: redes sociais; nowism; veículos de comunicação; jornalismo.

The Public's Performance in Social Networks as Information Disseminator and the Impacts of this Behavior in Journalism

Abstract

This article deals with the characteristics of the new information scenario, influenced by nowism and the public's behavior in social networks, as well as the consequences of this phenomenon in people's daily life and in journalism. Today, media corporations are no longer the only disseminators of real-time information. Communication vehicles, in many situations, also seek support in social networks. The boundaries between the public and author, creator and consumer, specialist and non-specialist are smaller. Today's journalism faces something new while it realizes that the public is no longer a passive recipient of information that was previously leaked by news media criteria established by media professionals..

Keywords: social media; nowism; communication media; journalism.

* Mestre em Mídia e Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina. Professora do curso de Jornalismo do Centro Universitário Estácio Santa Catarina.

A disseminação de informações sempre foi um fator relevante ao longo da história, mesmo que durante séculos a factualidade da divulgação ficasse prejudicada por deficiências que os avanços tecnológicos trataram de minimizar. A informação sobre a descoberta do Brasil, por exemplo, oficialmente datada em 22 de abril de 1500, demorou cerca de dois meses para chegar a Portugal (informação verbal)¹. Quase trezentos anos depois os problemas com agilidade na divulgação de informações persistiam. “Durante a Revolução Francesa, em 1789, por exemplo, a notícia sobre a tomada da Bastilha demorou até um mês para chegar a algumas vilas distantes, aproximadamente 100 quilômetros de distância de Paris.” (GABRIEL, 2013, p.73).

Caso a descoberta do Brasil acontecesse hoje, e o escrivão Pero Vaz de Caminha fosse o jornalista responsável pela cobertura, poderia divulgar em tempo real o fato, não só para os portugueses, mas para todos os continentes. Além disso, correria o risco de que, antes dele, qualquer pessoa que também presenciasse a cena postasse a informação nas redes sociais, colocando em segundo plano a meta dos veículos de comunicação de serem os primeiros a divulgar qualquer fato.

Este início de século traz um grande diferencial em termos de comunicação e, por consequência, de comportamento, avalia Gabriel (2013) assertiva compartilhada por Cohen e Schmidt (2013), ao enfatizarem que o futuro reserva a constatação que será possível a quase todos possuírem, desenvolver e disseminar conteúdo em tempo real sem depender de intermediários. No momento atual, marcado pela influência da tecnologia digital na redução do tempo entre o acontecimento e a veiculação dele, Keen (2009) sinaliza que diminuíram as fronteiras entre o público e autor, criador e consumidor, especialista e amador.

Dentro deste contexto, que registra um aumento no fluxo e na velocidade de divulgação das informações, surge o *nowism*², um comportamento social caracterizado pela pressa que os cidadãos têm em se informar e experimentar o que há de novo. A informação em tempo real está entre as principais causas desta tendência.

Ao vivenciar o *nowism*, os cidadãos não se contentam mais em obter informações apenas pelos veículos de comunicação tradicionais que têm condições de transmitir notícias em tempo real, como o rádio, os jornais on line e a TV. Na atualidade, redes sociais, entre elas o Facebook, Twitter e Instagram, por exemplo, são canais que ganham destaque para os que buscam factualidade, além de permitir uma interação em tempo real, seja publicando, comentando ou compartilhando.

Se antes os mediadores da informação eram as corporações de mídia, agora a cidadão comum se inclui nesse processo, também como mediador. Kenn (2009) trabalha com a expressão ‘culto ao amador’ ao avaliar o papel que o público desempenha na veiculação de fatos por meio das redes sociais. Para o autor, o fenômeno é prejudicial à veiculação da

1 Informação relatada à autora pelo historiador Carlos Humberto Corrêa, ex-presidente do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina.
2 *Nowism* é uma expressão idiomática criada a partir da junção das palavras em inglês – *now* (agora) – com o sufixo – *ism*. O resultado é o conceito que faz referência a instantaneidade.

verdade e transforma as massas em determinantes do que é ou não verdade. Neste panorama, para distinguir o que é jornalístico do que não é, aspectos da técnica podem ser menos fundamentais que o conjunto de valores que ajudam a sustentar uma identidade profissional, um ethos. (CHRISTOFOLETTI, 2011, p.26)

O atual cenário exige que o jornalismo enfatize a relevância e solidifique ainda mais a relevância do trabalho qualificado de apuração. O público, em muitas situações, por meio das redes sociais, possui condições de veicular antes dos meios de comunicação tradicionais algo factual. Diante desta contestação, o que caberia ao jornalismo?

Torna-se imperioso que os jornalistas não meçam esforços e ofereçam, cada vez mais, por meio de apurações quantitativas e qualitativas, subsídios que diferenciem o trabalho profissional do amador. A disputa pela atenção do público não está mais atrelada apenas ao que outros veículos publicam. A atualidade alçou o público a um patamar inédito, evidenciado pelo fato que produtores e consumidores não ocupam mais papéis distintos, mas ainda há tempo de evitar o colapso que colaria a atividade jornalística na berlinda.

O momento atual, marcado pelo *nowism*, o comportamento caracterizado pela pressa dos cidadãos em se informar, e a veiculação de notícias pelo público nas redes sociais são elementos importantes para o estudo da comunicação e do jornalismo. Os usuários das redes sociais constatarem todos os dias o poder de que usufruem ao ter condições de veicular, sem restrições de horário, o que consideram noticiável, agregando, na maioria das vezes, avaliações de cunho pessoal. Além disso, também possuem espaço garantido para criticar o quê e como os veículos de comunicação veiculam, possibilidade que antes estava restrita a círculos de amigos e familiares ou a canais de contato das empresas jornalísticas sem ou quase nenhuma visibilidade externa.

Desde o século 17 já havia a preocupação com o estudo das notícias. “No *Schediasma Curiosum de Lectione Novellarum*, de 1676, Christian Weise afirma que ao selecionar as notícias se deve separar o verdadeiro do falso” (KUNCZIK, 1997, p.241), mas de acordo com Traquina (2000) o grande marco dos estudos sobre as notícias aconteceu em 1950 quando David Manning White empregou o conceito de *gatekeeper* ao jornalismo. De acordo com White, as decisões que o jornalista (*gatekeeper*) tem que tomar para decidir entre uma notícia e outra passam por portões, os gates.

Quando o artigo foi publicado os “portões” que o *gatekeeper* deveria passar incluíam desde questões pessoais até constrangimentos organizacionais. Hoje, 64 anos depois, os portões mais recentes deste trajeto são os das redes sociais e do *nowism*. Os usuários das redes sociais seriam agora os *gatewatchers*, uma nova categoria de *gatekeepers*, que comentam e selecionam as notícias mais interessantes para os amigos ou seguidores. O *gatewatcher* “funciona com um analista de mercados financeiros que aconselha os seus seguidores/amigos a investirem a sua atenção neste ou naquele tema, publicando os links para as notícias” (CANAVILHAS, 2011, p.5).

No atual momento, ser integrante de uma rede social, principalmente das que reúnem mais pessoas, solidifica-se como um importante status porque “estar conectado não é mais um

desejo aleatório e secundário, e sim, uma necessidade premente dos seres humanos pós-modernos que tem que ser saciada em todos os lugares possíveis” (QUARESMA, 2013, p. 32). London (2013), inclusive, enfatiza que ‘solidão é não estar conectado’ foi a resposta da maior parte dos entrevistados em uma pesquisa realizada nos 34 países membros da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE). O autor aponta o surgimento “de uma nova humana: depois do *Homo sapiens*, o *Homo tela*”.

O jornalismo neste cenário enfrenta uma situação que não possui precedentes diante da constatação irrefutável de que o público não é mais um receptor passivo das notícias que passam pelos critérios de noticiabilidade dos jornalistas. Um dos agravantes deste contexto é que as redes sociais são terreno fértil para que qualquer tema ganhe notoriedade e a maioria dos conectados se esforça para ser o gerador da informação. Aliada a tudo isso, há a constatação que sempre esteve presente na história da humanidade, independente dos meios de veiculação dos fatos, “o público parece não se cansar nunca de saber das notícias, mesmo que elas informem apenas uma mudança de clima”. (HOHEMBERG, 1981 p. 17)

Yamaoka (2006) registra que o grande volume de informações disponibilizadas na atualidade, incluindo as veiculadas pelas redes sociais, tem sido o foco de estudos e pesquisas, algumas delas objetivando quantificar o fenômeno por meio de métodos científicos ou não. Um dos pontos cruciais para os jornalistas nesta nova ordem é enfatizar o diferencial de uma atividade que já foi reconhecida como única disseminadora de notícias, mas que hoje divide a função com os ‘amadores’

Diante do novo cenário informacional, influenciado pelo *nowism* e pela atuação do público nas redes sociais, alçado ao status de *gawatcher*, quais reconfigurações devem ser feitas na prática jornalística para evidenciar a relevância da atividade?

Na língua portuguesa, quando uma marca ganha reconhecimento como sinônimo de um produto há a constatação de uma metonímia, figura de linguagem que demonstra estreita relação de sentido entre os termos. Em 2006 quando, de acordo com Gabriel (2012), “a palavra *Google*, nome do mais importante site de busca atualmente, se tornou um verbo da língua inglesa no *Merriam-Webster’s Collegiate Dictionary*”, um dos mais completos dicionários universitários dos Estados Unidos, o sinal não foi apenas a formação de uma figura de linguagem, mas um indicador importante de que algo havia mudado no tradicional caminho que as informações faziam até chegar ao público.

Conectado à internet, o cidadão não espera mais as notícias chegarem apenas pelos veículos de comunicação. Na atualidade, Keen (2009) identifica que “público e autor se confundem , tornando-se cada vez mais indistinguíveis” e Aroso e Correia (2007) enfatizam que os cidadãos têm a liberdade de escolher o que querem protagonizar: manter a postura passiva se contentando apenas com o papel de receptor; ser emissor; tecer comentários ou apenas ser “um ruído no processo de comunicação, bastante para tal ‘falar’ sem ter nada para dizer”.

Pouco mais de 20 anos surgimento da primeira rede social, o *Classmates*, é marcante a constatação de que os jornalistas não são mais os únicos responsáveis pela disseminação das

notícias. O cidadão comum, em qualquer horário, independente de localização geográfica, ganhou espaço para veicular fatos com critérios de noticiabilidade particulares sem filtros ou intermediações, além de expor opiniões pessoais. Cohen e Schmidt (2013) salientam que “ao contrário do que ocorreu em períodos de mudança anteriores, desta vez os efeitos são globais. Nunca antes tantas pessoas, de tantos lugares diferentes, tiveram tanto poder ao alcance das mãos”. Mesmo que não tenham consciência, as pessoas vivenciam de um novo panorama das mídias sociais.

Os produtores e consumidores de mídia, salienta Jenkins (2009), não ocupam mais papéis distintos porque podem ser considerados participantes que interagem de maneira igual em “um novo conjunto de regras”, ainda não definido por completo. Um contexto que permite, como já apontava há 20 anos Lévy (2011), pensar coletivamente e influenciá-lo. O público, segundo Canavilhas (2011), pode ser identificado como *gatewatcher*, porque seleciona as notícias mais interessantes para os amigos ou seguidores. Uma alusão ao termo *gatekeeper*, relacionado ao jornalista responsável por selecionar as pautas nos veículos de comunicação.

No atual período que vivemos, denominado por muitos estudiosos como “segunda década de digital” não há como e qualificar e quantificar com exatidão o volume de informações veiculadas todos os dias pelas redes sociais. Muitas, inclusive, são compartilhadas com acréscimo ou exclusão de dados. Atividades que, na avaliação de Keen (2009), viabilizam uma nova geração de “cleptomaníacos intelectuais”. O cálculo estimado é que, de acordo com (QUARESMA, 2013), “são aproximadamente 322 exabytes³ por ano, o que dá quase 1 exabyte por dia de informações.[...] Pesquisa divulgada pela Cisco assinala que este números quadruplicarão até 2015.”

“A filosofia do agora retrata um momento em que temos ao nosso dispor uma verdadeira overdose de informações, não podemos mais esperar que o mensageiro leve a carta até o rei. Se não for agora, já nem tem mais valor” (DEGANI ,2011). Na busca por estar sempre atualizado, as pessoas encontram nas redes sociais um canal atrativo. Dentro deste contexto, a constatação de que o *nowism* influencia as pessoas a ingressarem e interagirem nas redes sociais é expressiva.

O *nowism* é uma das fortes características dos tempos que vivemos e, neste panorama, as redes sociais solidificam um papel importante nos critérios de noticiabilidade que antes estavam atrelados apenas às decisões tomadas pelos jornalistas. Os usuários das redes sociais agem como os *gatekeepers*, como aponta Recuero (2013), e constroem a relevância do fato a partir de valores sociais como reputação.

Muitos assuntos, inclusive, ganham destaque em determinados grupos porque um dos integrantes, avaliado pelos outros como referência, é o responsável pela divulgação. Assim, temas que talvez não despertassem a atenção do rádio, da TV e dos jornais impressos e online passam a ter destaque mediante a indicação de um usuário alçado ao status de formação de opinião, mesmo que aja sem ter consciência disso. Recuero (2013) salienta que temos acesso

3 Um exabyte equivale a um bilhão de gigabytes.

a uma nova estrutura informacional onde os atores sociais filtram as informações para eles mesmos.

As redes sociais se apresentam com tanta magnitude que até os veículos de comunicação buscam apoio nas questões veiculadas por elas. “Obcecado pela pergunta “o que há de novo?” o jornalista e as empresas jornalísticas para as quais trabalham dão, sobretudo, importância ao objetivo de produzir as notícias sobre os acontecimentos mais recentes.” (TRAQUINA, 1988, p.37). Diante do exposto, fica evidente porque as redes sociais são fontes de consultas. Entre as justificativas está a simples constatação de que não existem repórteres em todos os pontos de uma cidade 24 horas por dia. Gabriel (2013) assinala que “virtualmente cada pessoa na face da Terra passa ser um polo de transmissão de notícias via redes sociais”.

O constante volume de pautas, principalmente, factuais não é o único interesse que as redes sociais despertam nos veículos de comunicação. “As mídias sociais também têm trazido atores relevantes para participar de tais matérias, o que a imprensa chama de fonte” (TEIXEIRA, 2013, p.13). Com o surgimento das redes, há mais agilidade para identificar fontes que podem, por exemplo, humanizar uma reportagem ou até mesmo dar subsídios para denúncias.

As informações postadas, embora algumas possam ter a veracidade questionada, também são consideradas por muitos como subsídios para avaliar a cobertura jornalística dos veículos de comunicação. Como cada *gatewatcher* se transforma em um “correspondente em potencial”, as redes sociais viabilizam o acompanhamento de acontecimentos de inúmeros locais. Ao ler no Twitter de um amigo que, na região onde mora, há um grave acidente de trânsito, o usuário ao acessar um site noticioso desejará encontrar detalhes desses episódios. O veículo online poderá não atender à expectativa em um primeiro momento, pelo simples fato de não ter condições de prever tais acontecimentos repentinos.

O mesmo *nowism* que provoca a busca incessante por informações factuais é um dos responsáveis pelas inverdades que ganham notoriedade. Os veículos de comunicação temem ganhar o status de desatualizados e, em muitas situações, dão visibilidade a informações baseadas apenas em depoimentos postados nas redes sociais, desconsiderando primeiro a averiguação *in loco* da situação. Mesmo que corrijam a informação na sequência, maculam a relação com o público.

No ambiente jornalístico, tendo o *nowism* como viés, há o agravante que as notícias negativas parecem ter o poder de pular algumas etapas do trabalho de averiguação. A ânsia por veicular o furo jornalístico é aliada deste processo. Entre as justificativas apontadas para este comportamento, Kunczik (1997) assinala que o critério de frequência das notícias negativas é um dos facilitadores para que elas estejam presentes nos veículos de comunicação.

“É impossível deter a difusão da informação falsa, muito menos identificar sua fonte. Futuros leitores muitas vezes herdaram e repetem essa informação falsa agravando o problema e criando uma memória coletiva profundamente defeituosa”, salienta (KEEN, 2009, p.75). Além desta constatação, o autor reforça que não é apenas na informação que não podemos confiar porque a tecnologia permite o anonimato e a internet está repleta de identidades falsas

que ganharam até a denominação de *sock puppet* ou fantoches.

Uma análise superficial da situação poderia sugerir que o cidadão comum estaria sendo mais eficiente na cobertura noticiosa, mas neste contexto é importante enfatizar a assertiva de Anderson, Bell e Shirky (2013) que defendem que o público não tomou o lugar dos jornalistas. Os cidadãos conectados conseguiriam apenas dar a primeira descrição dos fatos e caberia aos jornalistas, apontar os autores, confirmar, interpretar e organizar de forma lógica o que é veiculado pelo público incluindo, além de textos, fotos e imagens. Um estudo realizado por Recuero (2011) sobre jornalismo e redes sociais indicou que a legitimação e aprofundamento da notícia foram os valores mais procurados nos veículos de comunicação depois que os fatos ganham destaque nas redes sociais. No atual contexto “o oligopólio da imprensa tradicional virou uma força a mais- e só- na hora de decidir o que é “notícia” (ADLER, 2013, p.2).

Mas se há temerosos quando ao futuro do jornalismo diante do novo cenário informacional, há otimistas que acreditam que a importância do jornalismo não cairá por terra. O que está acabando, na concepção é a “linearidade do processo e a passividade do público” (ANDERSON; BEEL; SHIRKY, 2013, p.72). Na previsão dos autores “as mudanças que estão por vir superarão as que já vimos, pois o envolvimento do cidadão deixará de ser um caso especial e virará o núcleo de nossa concepção de como o ecossistema jornalístico poderia e deveria funcionar”.

Sendo assim, Lemos (2003) pondera que, embora o tempo real iniba a reflexão, uma das leis em tramitação na atualidade é a ‘Lei da Reconfiguração’ que discorre sobre as reconfigurações de práticas e modalidades midiáticas sem tomar o lugar do que antecedeu. A equação relacionada ao jornalismo frente às redes sociais e ao *nowism* já foi montada. Para o futuro, cabe aos jornalistas apresentar e desenvolver as etapas e processos para que o resultado da equação seja positivo.

Referências

ADLER, B. *Juventude Transmidiada*. Revista de Jornalismo ESPM. São Paulo. Editora ESPM. 24-31. p. agosto/setembro. 2013.

ANDERSON, C. W.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, São Paulo. Editora ESPM. p.30-89. abril-junho de 2013.

AROSO, I.; CORREIA, F. A internet e os novos papéis do jornalista e do cidadão. *Revista eletrônica Temática*. 2007. Disponível em <<http://www.insite.pro.br/2007/35.pdf>> Acesso em: 10 de fevereiro de 2013.

CANAVILHAS, João. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: II CONGRESO INTERNACIONAL COMUNICACIÓN 3.0, 2., 2010, Salamanca. *Nuevos Medios, Nueva Comunicación*. Salamanca: Universidad de Salamanca,

2011. p. 388 - 397. Disponível em: <<https://comunicacion3punto0.files.wordpress.com/2011/05/comunicacion3punto0libroactas2010.pdf>>. Acesso em: 17 fev. 2017.

CHRISTOFOLETTI, R. O caso do Brasil: Valores, códigos de ética e novos regramentos para o jornalismo nas redes sociais. *Cuadernos de Información*, v. 29, p. 25-34, 2011. de novembro de 2012.

DEGANI, G. *Nowism: a filosofia do agora*. Comunicação Digital e Mídias Sociais. 2011. Disponível em: <<http://giacomodegani.com.br/comunicacao-digital/nowism-a-filosofia-do-agora.html>>. Acesso em: 10 de maio de 2013.

GABRIEL, M. *Educar, a (r)evolução digital na educação*. São Paulo. Editora Saraiva, 2013.

_____. *SEM e SEO: Dominando o Marketing de Busca*. 2ª ed. Novatec Editora. 2012.

GIL, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HOHENBERG, J. *O Jornalista Profissional: guia às práticas e aos princípios dos meios de comunicação de massa*. Rio de Janeiro: Interamericana, 1981.

JENKINS, H. *Cultura da Convergência*. Tradução Suzana Alexandria. 2 ed. São Paulo. Aleph, 2009.

KEEN, A. *O Culto do Amador: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores*. Tradução de Maria Luiza X. de Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009

KUNCZIK, M. *Conceitos de Jornalismo Norte e Sul*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

LEMOS, A.; CUNHA, P. (orgs). *Olhares sobre a Cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LÉVY, P. *A Inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 8 ed. São Paulo: Loyola, 2011.

LONDON, J. *Adeus, Facebook*. Rio de Janeiro: Valentina, 2013.

QUARESMA, A. Os cibercircuitos oniscientes do virtual. *Sociologia*. São Paulo: Ponto A. n.47, p. 30-33, jun/jul. 2013.

RECUERO, R. *Jornalismo e Redes Sociais: legitimação, filtragem e aprofundamento*. 2011. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/arquivos/2011/08/jornalismo-soci.html>> Acesso em 20 de junho de 2013.

_____. Redes Sociais atuam como filtro de informação. *Jornalistas da web*. Março. 2009. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/2009/03/18/redes-sociais-atuam-como-filtro-de-informacoes/>> Acesso em 20 de junho de 2013.

ZANDOMÊNICO, Regina. A Atuação do Público nas Redes Sociais como Difusor de Informações e os Impactos deste Comportamento no Jornalismo. *Rev. Synth.: Let., Ed. Hum.*, Lages, v. 2, n. 1, p.57- 65 , jun. 2017.

SCHMIDT, E.; COHEN, J. *A nova era digital: como será o futuro das pessoas, das nações e dos negócios/ Tradução de Ana Beatriz Rodrigues, Rogério Durst*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2013.

TEIXEIRA, P. B. *Caiu na rede. E agora? Gestão de Crises nas Redes Sociais*. São Paulo: Évora, 2013.

TRAQUINA, N. As notícias. *Revista de Comunicação e Linguagens*. n. 8. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1988.

_____. O estudo das notícias no fim do século XX. *Revista de Comunicação e Linguagens*. n. 27 . Lisboa: Relógio D'Água Editores, 2000.

YAMAOKA, E. J. O uso da Internet. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 146-163.

Inovação:

Um Vetor para o Desenvolvimento Econômico

Rafael Mendes Lubeck*, Eliete dos Reis Lehnhart**

*Universidad de la Empresa, Maestría en Marketing y Dirección Comercial, Montevideo;
Faculdade Palotina, Santa Maria.*

Resumo

Abordagens sobre desenvolvimento econômico, inovação, vantagem competitiva, têm sido constantemente foco de análise. O campo econômico tem se encarregado de conceder explicações convincentes sobre o assunto, por contribuições de importantes estudiosos. O presente ensaio argumenta que inovar é a razão pela qual as firmas existem e esta capacidade é um dos principais vetores para criar o desenvolvimento econômico na economia capitalista. O desenvolvimento econômico, a partir das inovações, se torna possível levando em consideração o gerenciamento inovativo dos recursos organizacionais e a minimização dos custos das transações que garantem a eficiência e eficácia das firmas que podem continuar a produzir meio inovadores gerando mais desenvolvimento econômico.

Palavras-chave: inovação; desenvolvimento; custos de transação.

Innovation: A Vector for Economic Development

Abstract

Approaches to economic development, innovation, competitive advantage, have constantly been the focus of analysis. The economic field has been tasked to provide convincing explanations on the issue, with contributions of important scholars. This paper argues that innovation is the reason why firms exist and this ability is a major vector for creating economic development in the capitalist economy. Economic development, from innovations, it is possible taking into consideration the innovative management of organizational resources and minimization of transaction costs that guarantee the efficiency and effectiveness of firms may continue to produce innovative means creating more economic development.

Keywords: innovation; development; transaction costs.

* Doutor em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e Universidade de Caxias do Sul. Professor da Universidad de la Empresa, Maestría en Marketing y Dirección Comercial.

** Doutora em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria. Professora do Curso de Administração da Faculdade Palotina de Santa Maria.

1 Introdução

Abordagens sobre desenvolvimento econômico, inovação, vantagem competitiva, têm sido constantemente foco de análise. O campo econômico tem se encarregado de conceder explicações convincentes sobre o assunto por contribuições de importantes estudiosos dos quais cabe destacar autores como Schumpeter, Edith Penrose, Coase e Williamson que, participaram com seus estudos e análises destas contribuições para a ciência econômica.

Nas discussões sobre vantagens competitivas, de acordo com Penrose (1959), as firmas para sustentar essas vantagens precisam ter disponibilidade de recursos, a fim de, não apenas criar diferenciais, mas para reagir aos movimentos dos concorrentes e criar uma estrutura capaz de suportar o crescimento. Neste sentido, a visão baseada em recursos é considerada uma forma incremental e fundamentada na aprendizagem organizacional, na qual, o acúmulo de experiências e combinação de recursos únicos da organização possibilita responder de forma mais eficiente e eficaz aos processos de mudanças e desafios mais complexos do ambiente competitivo (TIDD et al., 1998).

Frente à necessidade do gerenciamento de recursos os custos de transação surgem como fatores que aumentam as dificuldades destes processos. Entende-se que estes custos podem ser considerados aqueles que organizam, gerenciam e monitoram as transações através dos mercados, como custos de negociação, contratação e gestão da logística (CHILD e FAULKNER, 1998). Neste contexto, segundo Coase (1937), existem transações que apresentam menor custo se gerenciadas na organização do que no mercado, atribuindo, desta maneira uma razão para a existência das firmas.

No entanto, a existência e permanência das firmas no mercado, se tornam possíveis, a partir do momento em que estas passam a inovar. Essa inovação, segundo Schumpeter (1982), deverá ser um processo contínuo, como um movimento que ele chamou de destruição criadora, no qual, a própria empresa assimila conhecimento e gera novas idéias, através de novas combinações e que, incessantemente revoluciona a estrutura econômica, destruindo constantemente a antiga, criando uma nova, promovendo assim, o desenvolvimento econômico.

Este processo de inovação será possível mediante a figura do empresário. Para Schumpeter (1982), o empresário é o indivíduo que promove as ações no processo produtivo, é aquele que realiza novas combinações de fatores produtivos, de maneira a promover o desenvolvimento econômico. Desta forma, as organizações podem criar vantagem competitiva: pelo efetivo uso e gerenciamento inovativo dos recursos, os recursos podem gerar oportunidades produtivas de crescimento e inovação e disponibilidade de gerentes competentes e talentos técnicos pode sustentar o crescimento das firmas por determinado período de tempo (PENROSE, 1959).

Considerando estas premissas o presente ensaio pretendeu demonstrar a inovação como principal vetor do desenvolvimento econômico. Foram compilados alguns dos principais

estudos que compreendem o tema da inovação e do desenvolvimento econômico de forma a caracterizar o tema proposto.

2 Inovação

Os resultados das diferenças de desenvolvimento econômico entre os países, de acordo com Zawislak et al. (2008), estão diretamente relacionados com o montante dos investimentos em tecnologia e inovação. Desta forma, partindo do ponto de vista inicial da firma, a inovação oferece vantagens competitivas, pois lhe concede o monopólio da exploração de um novo mercado. Desta maneira, o rápido desenvolvimento de produtos e de processos de inovação está se tornando, cada vez mais importante, em muitas indústrias globais, tendo como objetivo alcançar ou sustentar uma vantagem competitiva (DASCHS et al., 2008; SIMMIE e STRAMBACH, 2007).

Neste contexto, cabe ressaltar que, a literatura que envolve o campo da inovação é composta por diferentes interpretações (LI et al., 2008). De acordo com Severo, Delgado e Pedrozo (2007), a inovação é definida como um processo caracterizado pela descontinuidade com o que está estabelecido, através de novas combinações. Economicamente, para esses autores, a inovação é um conhecimento que tenha valor de troca e não somente de uso. Para Zawislak et al. (2008), o conceito de inovação pode ser definido, como uma aplicação de conhecimentos para gerar mudanças organizacionais ou técnicas, capazes de oferecer vantagens para a empresa que as realiza. Ainda, este autor complementa, afirmando que a inovação é mais do que uma simples concepção de mudança ou criação de algo novo, ou seja, a inovação é um conjunto de elementos – empreendedorismo, instituições, capacidade e capital - e suas inter-relações (ZAWISLAK et al. 2008).

Para Jong e Vermeulen (2003), as definições de inovação incluem o desenvolvimento e a execução de algo, que pode ser visto como uma atividade ou uma ação que cria valor nos produtos, serviços e processos. Também pode ser considerada uma idéia que está disponível, mas que não foi reconhecida nem aplicada (SMITH, 2008).

Schumpeter (1942), um dos mais importantes estudiosos da ciência econômica no que tange a inovação e o seu desenvolvimento, argumenta que o impulso fundamental que põe e mantém em funcionamento a máquina capitalista procede de novos bens de consumo, dos novos métodos de produção ou transporte, dos novos mercados e das novas formas de organização industrial criados pela empresa capitalista. Neste caso, atividades inovadoras são as geradoras primárias da mudança econômica. Nota-se que o desempenho da inovação está ligado intrinsecamente com o desenvolvimento das atividades econômicas de um país (DASCHS et al., 2008; SIMMIE e STRAMBACH, 2007). As inovações transformam mercados existentes, criam novos mercados e estimulam o crescimento econômico (SMITH, 2008, MAVEL e LUMPKIN, 2007).

Schumpeter (1942) enfatiza que as firmas, a fim de manterem-se no mercado, precisam participar do processo de destruição criadora, que incessantemente revoluciona a estrutura econômica e cria novos elementos. Ou seja, no processo constante de substituição dos antigos

produtos por novos, apenas as empresas inovadoras serão capazes de manterem-se em condições de disputar o mercado. Como consequência, as empresas são as responsáveis pela criação e sustentação de inovação capaz de estimular a dinâmica dos países em desenvolvimento econômico (ZAWISLAK et al. (2008).

Embora toda a inovação seja gerada a partir de um composto de vontade, desejo, espírito, coragem e visão em relação alguma idéia nova (empreendedorismo), existem outros elementos que a compõe (ZAWISLAK et al. (2008). Neste sentido, segundo esse mesmo autor, para gerar inovação, é necessário que o empreendedor, seja capaz de explorar as oportunidades dentro de um modelo sócio-econômico-cultural, para desenvolver um conjunto de recursos, capacidades, habilidades e competências para transformar idéias em produtos e serviços, bem como obter recursos financeiros para sustentar todo o processo.

Neste sentido, as economias mundiais precisam se concentrar em produtos e serviços que agreguem valor (SIMMIE e STRAMBACH, 2007). Na maioria dos países desenvolvidos os serviços representam mais de 70% da riqueza (GALLOUJ e SANSON, 2007). Desta forma, a inovação é importante não só para as empresas conseguirem um melhor posicionamento dentro do seu mercado, pois a criatividade sofre influência direta da inovação tecnológica (STOKES, 2005). Mas também, para desenvolver a criatividade, ampliar os conhecimentos e fomentar o surgimento de novas idéias, que se torna essencial para garantir o crescimento econômico na qual os modelos inovadores permitem as organizações obterem vantagens competitivas (PRETORIUS et al., 2006).

Na concepção de Coriat e Weinstein (2002), é possível falar de uma visão organizacional da inovação, na medida em que, a análise do processo da inovação e, das condições do êxito da inovação, são tratados considerando a visão interna das empresas, ou seja, a sua estrutura, os modos de coordenação entre os grupos e entre as sub-unidades, o mecanismo de incentivo e o sistema de governança. Neste caso, dois principais temas surgem como relevantes: a (grande) empresa, como o agente central da inovação e a variável organizacional como fator chave, na capacidade de uma empresa para inovar (CORIAT e WEINSTEIN, 2002).

Segundo Coriat e Weisntein (2002), de acordo com, o modelo de Kline e Rosenberg, 1986 (chain-linked), o processo de inovação é estruturado em torno de um conjunto de atividades chaves, a saber: as da “central da cadeia de inovação” e as atividades de investigação, como tal, que implicam na exploração e na combinação de diferentes tipos de conhecimento. Este quadro analítico conduz o processo de inovação ao longo de duas grandes dimensões: a) os modos de distribuição e de circulação da informação dentro das empresas, e b) as complexas relações existentes entre as atividades de investigação e do processo de inovação (CORIAT e WEINSTEIN, 2002).

A partir das constatações sobre inovação, segundo Schumpeter (1982), o processo de inovação só é possível mediante a figura do empresário. Corroborando com esse pensamento, Pereira (1992), afirma que é da responsabilidade do empresário, tanto privado, quanto público, promover o desenvolvimento, por meio da reorganização racional da produção e pelo

aumento da produtividade. Nesta mesma linha, este autor, acrescenta que o empresário é o dirigente e executor da reorganização dos fatores de produção e também, o indivíduo que se dispõe a correr riscos. Para Zawislak et al. (2008), a existência de uma cultura empresarial, focada na inovação, a essência do empresário schumpeteriano, é, portanto, um elemento fundamental da inovação. “Contudo, é importante destacar que as instituições atuam como um criador de limites para as possibilidades visualizadas pelo empresário inovador, favorecendo ou não a geração das inovações” (ZAWISLAK et al. p. 19, 2008).

Neste contexto, dada a relevância do tema - inovação como vetor do desenvolvimento econômico - e devido à importância que, Joseph Schumpeter tem para a ciência econômica, no que tange essa temática, faz-se necessário uma abordagem a parte sobre o autor, primeiramente resgatando parte da sua história e, por conseguinte, focando uma das suas principais obras, a Teoria do Desenvolvimento Econômico.

3 Schumpeter - o brilhante enfant terrible da Escola Austríaca

Não há dúvidas sobre a magnitude do trabalho de Schumpeter. Para Haberler (1950, p. 1), Joseph Alois Schumpeter “foi um dos maiores economistas de todos os tempos” que trouxe contribuições seminais de Economia e teve um grande impacto sobre o desenvolvimento da disciplina no século XX. Desta forma, a compreensão das importantes idéias Schumpeterianas é muito útil para esclarecer várias questões na abordagem evolutiva (MICHAELIDES e MILIOS, 2008), mas primeiramente é imprescindível conhecer um pouco sobre a história desse grande estudioso, suas principais obras e suas contribuições para a ciência econômica.

Nascido em fevereiro de 1883, em Triesch, na Morávia, província austríaca hoje pertencente à Tchecoslováquia, ficou órfão de pai com apenas quatro anos. Viveu em Viena onde concluiu seu curso secundário, posteriormente ingressando na Faculdade de Direito da Universidade de Viena, na qual graduou-se em 1906. Sua vida acadêmica foi pautada pela dedicação como professor em várias Universidades.

Em 1909, após retornar da Inglaterra, foi nomeado professor de Economia da Universidade de Czernowitz (Áustria, hoje território da União Soviética), em 1911, foi convidado a lecionar na Universidade de Graz, capital da província de Styria, nomeado professor de Economia por decreto imperial. Como professor visitante lecionou na Universidade de Colúmbia (Nova York) nos anos de 1913 e 1914. Foi também professor, em 1927 e 1928 da Universidade de Harvard, nos Estados Unidos, voltando a ensinar nessa faculdade no outono de 1930.

Além da sua aplicação a vida acadêmica, Schumpeter também se dedicou a outras áreas. Advogou perante o Tribunal Misto Internacional do Egito, sendo também conselheiro de finanças de uma princesa egípcia no Cairo. Foi membro da Comissão para a Socialização do Carvão na Alemanha, em 1919, ministro de Finanças da Áustria por apenas oito meses (março-outubro), em 1919 e presidente de um banco privado (Bierdermann Bank) que faliu em 1924. Schumpeter foi eleito presidente da American Economic Association em 1948 e

pouco antes de sua morte (8 de janeiro de 1950 – no Estados Unidos), foi elevado à categoria de primeiro presidente da recém formada International Economic Association.

As contribuições que Schumpeter trouxe, através de suas produções acadêmicas são extremamente importantes e reverenciadas no campo econômico. Dentre suas obras mais importantes, pode-se citar: A Natureza e a Essência da Economia Política Teórica (1908), Teoria do Desenvolvimento Econômico (1911), Ciclos Econômicos (1939), Capitalismo, Socialismo e Democracia (1942) e a História da Análise Econômica (1954). Além dessas obras, Schumpeter escreveu outros livros, inclusive duas novelas e centenas de artigos e ensaios científicos.

4 A Teoria do Desenvolvimento Econômico – Schumpeter

Segundo Schumpeter, os fatos sociais resultam do comportamento humano, já os fatos econômicos resultam do comportamento econômico, o qual pode ser definido como comportamento dirigido para aquisição de bens por troca ou produção. Deste modo, o campo do comportamento econômico está assim delimitado pelo conceito de comportamento econômico e, todos devem agir economicamente.

Na teoria do desenvolvimento econômico, como uma aproximação ao movimento capitalista, segundo Costa (2006), Schumpeter faz uma análise sobre o mecanismo do fluxo circular. No entender de Schumpeter o fluxo circular é o mais notável dos ritmos econômicos, visto que, em todo o período econômico ocorre sempre a mesma coisa. Desta forma, o sistema econômico não se modifica arbitrariamente, por si só, pelo contrário, está sempre vinculado ao estado precedente dos negócios, tendendo a um equilíbrio entre os agentes econômicos.

No mecanismo do fluxo circular, segundo Schumpeter, as mudanças ocorrem de forma adaptativa, simultâneas com situações ocasionais, na qual há uma tendência do sistema econômico para uma posição de equilíbrio, que possibilita a determinação de preços e de quantidades de bens. Neste modelo de economia estacionária, onde acontecem apenas mudanças marginais, todos os bens encontram um mercado, sucede-se que o fluxo circular da vida econômica é fechado SCHUMPETER (1982). Contudo, não significa dizer que não exista crescimento econômico. Admite-se que existem incrementos na produtividade, decorrentes de melhorias no processo de trabalho e de variações tecnológicas na função de produção (SCHUMPETER, 1982).

Cabe acrescentar, que no mecanismo do fluxo circular, a produção se caracteriza por uma atividade de rotina, onde as empresas produzem sempre o mesmo tipo de produtos, nas mesmas quantidades, ou seja, os fatores são combinados sempre da mesma forma. As atividades econômicas, tanto no campo de produção, quanto no campo de consumo, não sofrem alterações significativas no decorrer do tempo.

Schumpeter entende por desenvolvimento, “apenas as mudanças da vida econômica que não lhe forem impostas de fora, mas que surjam de dentro, por sua própria iniciativa”, neste caso o desenvolvimento é visto como um mecanismo endógeno é um fenômeno distinto,

inteiramente alheio ao que pode ser observado no fluxo circular ou na tendência para o equilíbrio. É uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente (SCHUMPETER, 1982).

Ao referir-se as inovações no sistema econômico, Schumpeter afirma que estas devem ser iniciadas pelo produtor, ou seja, é ele que via de regra, inicia a mudança econômica e, não as necessidades que surgem espontaneamente nos consumidores, modificando o aparato produtivo sob sua pressão. Neste sentido, se necessário for, os consumidores deverão ser educados pelo produtor, ou seja, ensinados a querer coisas novas, ou coisas que se diferenciam em algum aspecto daquelas que o consumidor costuma usar.

O desenvolvimento, no sentido de novas combinações que surgem descontinuamente, estão ligadas em sua realização a empresas novas, que não surgem das antigas, mas começam a produzir simultaneamente a estas. De acordo com Schumpeter (1982, p. 76), este fato é sustentado então pela realização de novas combinações através de:

- 1) Introdução de um novo bem - ou seja, um bem com que os consumidores ainda não estejam familiarizados - ou de uma nova qualidade de um bem.
- 2) Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que, de modo algum, precisa ser baseado numa descoberta cientificamente nova, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria.
- 3) Abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido antes ou não.
- 4) Conquista de uma nova fonte de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independentemente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada.
- 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio (por exemplo, pela trustificação) ou a fragmentação de uma posição de monopólio.

Desta forma, segundo Schumpeter, a realização de combinações novas é caracterizada pelo emprego diferente da oferta de meios produtivos existentes no sistema econômico, diferentemente da teoria econômica tradicional da formação de capital, que em todo tempo se refere a apenas à poupança e ao investimento de pequenos acréscimos anuais a ela atribuíveis. Neste sentido, os meios de produção para as novas combinações não estão ociosos, esses recursos já existem e, estão sendo utilizados em atividades que compõem o fluxo circular. De acordo com Costa (2006), são as novas maneiras de combinar os recursos, extraído dos locais no qual se encontram empregados e alocando-os em novas atividades, que se vão produzir, então, o que Schumpeter chamou de desenvolvimento econômico.

A partir das afirmações de Schumpeter, o fluxo circular é rompido pela ativação da capacidade de transformação, ou seja, de novas combinações descontínuas de recursos produtivos, propulsoras do desenvolvimento econômico. Esse processo, Schumpeter chamou de inovação tecnológica. Contudo, não se pode atribuir igual significado a invenção, visto que as inovações são diferentes das invenções. As invenções não geram desenvolvimento econômico, elas apenas criam valor a determinado produto, enquanto que as inovações, de acordo com Vian (2007), geram o desenvolvimento capitalista como um fenômeno endógeno.

Neste sentido, Schumpeter consente que, as inovações tecnológicas geram um processo de mutação industrial, que incessantemente revoluciona a estrutura econômica, destruindo constantemente a antiga, criando uma nova. Neste processo, chamado de “destruição criadora”, Schumpeter considera a concorrência empresarial, baseada na introdução de inovações produtivas organizacionais e na assimetria de informações entre os agentes, gerando vantagens de custos e qualidade e proporcionando, o crescimento da produção e a redução de preços (VIAN, 2007).

No processo de destruição criadora, as empresas incessantemente precisam assimilar conhecimentos e gerar novas idéias, novos produtos, a fim de manterem-se competitivas no mercado. Este processo exige das empresas inovação constante, a fim de impedir que outros competidores entrem no mercado.

No processo de destruição criadora, a inovação será possível mediante a figura do empresário. Para Schumpeter (1982), o empresário é o indivíduo que promove as ações no processo produtivo, é aquele que realiza novas combinações de fatores produtivos, não podendo ser confundido com o proprietário de uma empresa, ou gerente de um negócio. Neste sentido, o empresário é visto como um visionário, como um indivíduo que usa criatividade, previsão e intuição, capaz de perceber as oportunidades e realizar negócios que gerem desenvolvimento econômico.

Desta forma, para que o empresário possa gerar e implementar inovações, ele precisa ter poder de compra. Segundo Schumpeter, efetivamente o poder de compra é o veículo de um processo essencial, e como o empresário não pode tomar emprestado meios de produção produzidos, já que no fluxo circular não haveria estoques ociosos para as necessidades do empresário, ele se vale da extensão do crédito. Para Schumpeter, ninguém além do empresário precisa de crédito, visto que o crédito é essencialmente a criação do poder de compra, para por em movimento os meios de produção e para efetivar as novas combinações que gerarão o desenvolvimento econômico. Dessa forma, é através do crédito que o empresário obtém acesso à corrente social dos bens antes que tenha adquirido direito normal a ela (SCHUMPETER, 1982).

Neste sentido, é relevante o papel desempenhado pelo sistema de crédito, porque o desenvolvimento não pode ocorrer sem a presença deste e do empresário. Assim, Schumpeter considera que toda espécie de extensão de crédito deverá ser para fins de inovações, ou seja, a concessão de crédito deverá ser ao empresário. Ainda, Schumpeter complementa que, os recursos de crédito provêm dos fundos gerados por inovações bem sucedidas e/ou da capacidade que os bancos têm de criar poder de compra, através do multiplicador bancário.

Para Schumpeter, as inovações surgem descontinuamente e concentradas no tempo, porque os agentes econômicos têm aversão ao risco, e levam tempo para transformar invenções em inovações. Segundo Vian (2007), as invenções ficam inertes até que um empresário as utilize, dirigindo-se, assim, ao crescimento em ciclo das economias capitalistas. Ainda, na concepção deste autor, o surgimento de inovações em conjunto, eleva os gastos em investimentos, induzindo o aumento da produção industrial. À primeira vista, segundo Vian

(2007), os preços e os lucros das empresas aumentam, estimulando o surgimento de novos concorrentes, mas com o aumento da produção e a difusão da inovação, os preços e as margens de lucro tendem a cair, ajustando-se aos custos de produção. Assim, a economia volta ao equilíbrio até que um novo empresário inicie novamente um processo de crescimento (VIAN, 2007).

O comportamento do empresário inovador, de acordo com Vian (2007), é baseado na busca do lucro, que provém de inovações por ele criadas, de maneira a baixar o preço dos produtos existentes, ou ofertar produtos ainda não produzidos. Mas, no decorrer do tempo, surgem os imitadores que, passam a concorrer com o inovador e causam a redução das receitas esperadas, então o empresário inovador, tende de ser capaz de gerar novas idéias, criativas e, disponibilizar novamente ao mercado produtos inovadores, de maneira a criar barreiras a entrada desses concorrentes.

5 A interface entre a existência das firmas e a inovação

A visão tradicional da economia neoclássica não olha para dentro da firma, esta teoria define as firmas como apenas uma função de produção, pois as firmas não eram consideradas formas eficientes de governança para as transações econômicas. Barney e Hesterly (2004) consideram que a teoria da firma é resultado de um esforço para entender as formas para a aplicação da mão invisível para coordenar as transações no mercado, embora não seja capaz de fornecer resposta aos motivos para a existência das firmas. A existência das organizações possibilita a criação de novos produtos e processos que são geradores primários de desenvolvimento econômico. As teorias que envolvem a minização de custos de transação tornam-se importantes para compreender formas de aumentar a eficiência e eficácia operacional e gerencial das firmas que são fatores essenciais para sustentar vantagens competitivas. Firmas mais competitivas por consequência têm melhor acessos a recursos e capacidade que permitem a inovação e a recriação do negócio da firma.

Coase (1937) argumenta que as firmas são mais do que uma função de produção, as firmas são relações entre agentes coordenadas por contratos. Coase (1937) entende a firma como um arranjo hierárquico no qual são imprescindíveis as funções de controle e direção exercidos pelo empreendedor, além dos contratos como atributos essenciais das firmas. Se o mercado é tão eficiente para gerenciar as transações porque algumas das transações são gerenciadas internamente nas firmas?

A razão das firmas existirem é que o custo de gerenciar as transações no mercado às vezes é maior do que gerenciar as transações internamente nas firmas. Utilizar o sistema de preços (mercado) envolve a negociação e renegociação dos contratos, descobrir quais são os preços, a fiscalização e a resolução dos conflitos. O artigo de Coase (1937) falha por não explicar quais transações devem ser gerenciadas no mercado e quais devem ser internalizadas pelas firmas. A lacuna nos supostos de Coase inspirou a abordagem conhecida como a Teoria dos Custos de Transação (TCT).

A Teoria dos Custos de Transação se originou a partir dos trabalhos de Adam Smith que

apontava o mercado como um meio eficiente e de baixo custo para gerenciar as transações econômicas. Adam Smith sustentava que a economia poderia ser coordenada por um sistema descentralização de preços, a “mão-invisível”. A lacuna dessa teoria tornou-se evidente porque nem todas as transações são conduzidas pelo mercado.

Em 1937, Coase publicou um artigo que resolveu esta questão. O objetivo de Coase foi elaborar uma teoria da firma que representasse mais fielmente as características do sistema econômico. Ao admitir que o mecanismo de preços não funciona como coordenador universal da produção empreendeu esforços no sentido de buscar explicações para as diferentes formas de organização da produção a partir de duas situações extremas: o mercado e a firma.

Segundo Coase (1937) existem transações que apresentam menor custo se gerenciadas na organização do que no mercado. Custos de transação podem ser considerados aqueles que organizam, gerenciam e monitoram as transações através dos mercados, como custos de negociação, contratação e gestão da logística (CHILD e FAULKNER, 1998). A Teoria dos Custos de Transação (TCT) ou Economia dos Custos de Transação (ECT) tem como principais autores Coase (1937) e Williamson (1975; 1981; 1983; 1985; 1996). A TCT baseia-se em dois construtos de natureza teórica: os pressupostos comportamentais dos agentes econômicos e os atributos das transações.

Do ponto de vista dos pressupostos comportamentais dos agentes a teoria ressalta o oportunismo e a racionalidade limitada. Do ponto de vista dos atributos das transações a teoria indica que os principais são: a especificidade dos ativos, a frequência das transações e a incerteza que permeia as relações dos agentes econômicos. A firma neoclássica é definida como uma função de produção enquanto que na TCT a firma passa a ser vista como um arranjo institucional (WILLIAMSON, 1996).

As transações são influenciadas pelos comportamentos dos agentes e pelos atributos das transações. A teoria destaca oportunismo e a racionalidade limitada como principais fatores a serem observados no que se refere aos pré-supostos comportamentais dos agentes. Os principais atributos das transações são a especificidade dos ativos, a frequência das transações e a incerteza que permeia as relações dos agentes econômicos.

Agir oportunisticamente é definido por Williamson (1975) como atuar em interesse próprio de forma a maximizar os lucros em uma transação econômica, sem ocupar-se dos efeitos causados a outros agentes envolvidos. O aumento do valor de uma transação é proporcional ao aumento da ameaça de ações oportunistas, ou seja, o aumento da probabilidade de ações oportunistas gera custos de transação para conduzir a transação pelo mecanismo de preços. Se realizar essa transação pelo mercado gera custos de transação então a alocação de recursos pode ocorrer de maneira eficiente na forma de governança hierárquicas (POHLMANN et al., 2004; BARNEY e HESTERLY, 2004). Williamson (1975) entende que as organizações hierárquicas existem para solucionar os problemas de governança de mercado em condições de incerteza que envolvam ativos específicos.

O debate sobre a racionalidade nas decisões dos agentes foi aprofundada com os estudos de Simon que definiu como limitada a capacidade dos indivíduos racionalizarem suas

decisões. A quantidade de alternativas a serem consideradas para prever comportamentos futuros limita a capacidade dos agentes tomarem decisões plenamente racionais. A racionalidade requer um conhecimento completo e antecipado das conseqüências que resultará de cada opção a ser analisada, quando falta experiência sobre as conseqüências prováveis que ocorrerão no futuro o indivíduo supre esta falta com imaginação, embora essa antecipação seja imperfeita (SIMON, 1965). A imperfeição nas decisões dos agentes cria a possibilidade de custos de transação visto que não necessariamente será tomada a decisão ótima para maximizar lucros e garantir a eficiência da transação.

Ativos específicos podem ser representados quando, em transações conduzidas pelo mercado envolvendo duas firmas, são feitos investimentos específicos pela firma X para atender a uma demanda específica da firma Y. A firma Y pode ter outras opções no mercado para atender a sua demanda e os recursos investidos pela firma X são específicos para a demanda da firma Y e não podem ser realocados em outra transação. Significa dizer que ativos específicos podem gerar custos de transação se aquela transação na qual as firmas estão envolvidas não se concretizar (COASE, 1937). Estes ativos não podem ser realocados em outras transações, pois como estão atrelados a uma transação específica e não tem valor em outra transação podendo gerar prejuízos para os agentes se a transação não se concretizar (POHLMANN et al., 2004; BARNEY e HESTERLY, 2004).

O número de vezes que os agentes realizam transações é chamado de frequência das transações. Transações econômicas ocorrem em periodicidades conhecidas uma única vez ou em várias ocasiões. A frequência e a repetição das transações afeta o desenho dos contratos e espera-se que transações únicas tenham contratos diferentes das transações repetitivas nas quais pode surgir o fator reputação. Os efeitos não conhecidos que não são passíveis de previsão são chamados de incertezas das transações. A ausência de previsibilidade pode dificultar a concretização da transação ocasionando um custo de transação associado a racionalidade limitada. Em situações de incerteza pode haver o rompimento contratual impedindo a efetivação de uma transação devido aos efeitos não conhecidos ex-ante que impedem a criação de cláusulas que minimizem os custos de transação (Zylberstajn, 2005). Devido à propensão do oportunismo dos agentes as pessoas e firmas necessitam criar salvaguardas para normatizar as transações econômicas evitando ações oportunistas que aumentem os custos de transação (BARNEY e HESTERLY, 2004). Os supostos da Economia dos Custos de Transação (ECT) as relações que envolvem investimentos específicos criam dependência, oportunismo e vulnerabilidade.

A Teoria Clássica dos Contratos define contratos formais como acordos escritos entre duas ou mais empresas, que são percebidos ou pretendidos legalmente. Os contratos variam de acordo com as suas cláusulas contratuais, ou seja, alguns contratos contêm cláusulas mais específicas que outros e estas vão definir os relacionamentos existentes entre as firmas (WOOLTHUIS et al., 2005). Mais especificamente, os contratos são visualizados como uma padronização do controle formal. A confiança tende a ser conceitualizada como um substituto para os vários mecanismos de governança. Uma vez que a confiança está estabelecida, firmas

desfrutam de menores custos quando comparadas com aquelas que não possuem (SAKO, 1998). Obloj e Obloj (2007) referem-se à economia dos custos de transação como uma teoria que provou ser importante dentro do campo da gerência estratégica. Esse constructo teórico ajudou a desenvolver várias áreas da estratégia como a integração vertical, formação de alianças e expansão internacional das estratégias.

Além da visão da TCT as idéias de Edith Penrose (1959) forneceram a base para a construção de teorias que passavam a olhar para dentro das firmas. O trabalho da autora auxiliou na construção da moderna Visão Baseada em Recursos (VBR). Os constructos desta teoria abriram espaço para o avanço dos estudos sobre inovação. Diferentemente da visão baseada no mercado (VBM) que considera que as forças do mercado moldam a estratégia a VBR enfatiza o papel da posse e uso dos recursos organizacionais são fonte primária de vantagens competitivas e por conseqüência de grande importância no que tange a criação de inovações.

A Visão Baseada em Recursos (VBR) é considerada uma forma incremental e baseada na aprendizagem organizacional na qual o acúmulo de experiências e combinação de recursos únicos da organização possibilita responder de forma mais eficiente e eficaz aos processos de mudanças e desafios mais complexos do ambiente competitivo (Tidd et al., 1998). As teorias sobre posicionamento estratégico defendem que nas organizações competitivas o êxito não pode ser alcançado pela identificação das competências essenciais, dos pontos fortes e recursos críticos. A Visão Baseada em Recursos entende que organizações que gerenciam maximizam o desempenho de seus recursos humanos, estruturas e sistemas podem ser mais lucrativas não por criar dificuldades aos concorrentes para atuarem no mesmo setor ou negócio (barreiras de entrada), mas pela apropriação dos recursos específicos da organização impossíveis de imitar (FLEURY e FLEURY, 2003). A Visão Baseada em Recursos (VBR) examina as causas da aplicação dos recursos organizacionais para alcançar e vantagens competitivas sustentáveis. Os recursos organizacionais são os fatores humanos, estruturais, financeiros, competências, knowhow disponíveis e que podem controlados pela organização. A combinação destes recursos permite as organizações a execução de estratégias para aumentar a capacidade produtiva criando novas oportunidades de mercado (CERTO e HODGE, 2007; AFIOUNI, 2007; CLULOW et al., 2007).

A origem da VBR é comumente atribuída a Edith Penrose (1959) que analisa a natureza e sentido do crescimento da organização. Na essência a VBR compreende as organizações como estruturas e sistemas de coordenação de atividades superiores lucrativas não devido a melhor posição produto-mercado, ou por fazerem parte de setores mais favoráveis, mas porque se apropriam de recursos específicos e de difícil imitação da organização para alcançarem um desempenho competitivo superior. Recursos singulares são essenciais para alcançar a vantagem competitiva sustentável. A VBR é distinta da análise Porteriana que toma como a base a economia industrial e volta sua atenção para a análise do interior da organização buscando compreensão sobre a competência organizacional na alocação dos seus recursos. A formulação de estratégia nos mercados em constante transformação, incerteza

elevada e oportunidades constantes devem concentrar-se nos processos e capacitações-chave (BURLAMAKI e PROENÇA, 2003).

O trabalho de Edith Penrose (1959) focava os recursos da organização como fonte primária de vantagem competitiva e se concentra em quatro aspectos que auxiliaram na construção da moderna Visão Baseada em Recursos (VBR): a capacidade da organização criar e sustentar vantagens competitivas, os mecanismos de isolamento e a relação entre vantagem competitiva e lucratividade. Existem três fatores-chave para que as firmas possam criar a vantagem competitiva: recursos, oportunidades produtivas e crescimento de lucratividade das firmas. As organizações podem criar vantagem competitiva: pelo efetivo uso e gerenciamento inovativo dos recursos, os recursos podem gerar oportunidades produtivas de crescimento e inovação e disponibilidade de gerentes competentes e talentos técnicos pode sustentar o crescimento das firmas por determinado período de tempo (PENROSE, 1959).

Sustentar vantagens competitivas requer que as organizações tenham disponibilidade de recursos para não apenas criar diferenciais, mas para reagir aos movimentos dos concorrentes e criar uma estrutura capaz de suportar o crescimento. Uma organização pode expandir suas características físicas, humanas, organizacionais e de recursos ao longo do tempo e assim gerar oportunidades de produção, no entanto a produção dos serviços produtivos irá depender das capacidades dos homens que os utilizam que é moldada pelos recursos para gerenciar os homens. Os conhecimentos específicos da empresa são proprietários e geram oportunidades produtivas únicas fundamentadas nesses conhecimentos. As experiências de gerenciamento da equipe produz conhecimento tácito sobre os pontos fortes, pontos fracos, e idiossincráticos dos membros da equipe, sem este conhecimento, os gestores não poderão alcançar bons resultados no gerenciamento dos recursos. A gestão eficiente dos recursos das empresas depende do papel proativo dos empreendedores que localizam oportunidades produtivas em um ambiente dinâmico. No entanto, essa habilidade não está disponível para todos os empreendedores nem para todas as empresas. Aqueles que têm o talento superior na gestão das oportunidades produtivas, e são capazes de manter esse talento, capturam oportunidades superiores e mantêm retornos superiores (PENROSE, 1959).

A utilização por uma empresa de recursos especializados de forma eficiente e eficaz torna os recursos disponíveis para um maior crescimento e influenciam na direção do crescimento da empresa. A singularidade do conhecimento acumulado leva a empresa a diversificar suas atividades para onde tem excesso de competências. Em outras palavras, diversificação é expansão baseada em um elevado grau de competência e conhecimento técnico especializado em uma área específica. As empresas são suscetíveis a reter lucros em excesso para proporcionar os dividendos esperados pelos acionistas e para usá-los como uma fonte interna de recursos para a continuação do nível do crescimento. Entretanto para que os recursos sejam alocados de forma a proporcionar ganhos de competitividade a organização os gestores precisam ser competentes e interessados em fazer reinvestimentos para prosseguir o crescimento de forma rentável (PENROSE, 1959).

O trabalho de Penrose (1959) concentra-se em explicar que existem três fatores-chave

para que as firmas criem vantagem competitiva: recursos, oportunidades produtivas e crescimento de lucratividade das firmas. As firmas podem criar vantagem competitiva pelo efetivo uso e gerenciamento inovativo dos recursos, os recursos podem gerar oportunidades produtivas de crescimento e inovação e disponibilidade de gerentes competentes e talentos técnicos pode sustentar o crescimento das firmas por determinado período de tempo (KOR e MAHONEY, 2004).

Penrose (1959) argumenta que para sustentar vantagens competitivas as firmas precisam ter disponibilidade de recursos para não apenas criar diferenciais, mas para reagir aos movimentos dos concorrentes e criar uma estrutura capaz de suportar o crescimento. Uma empresa pode expandir suas características físicas, humanas, organizacionais e de recursos ao longo do tempo e assim gerar oportunidades de produção. No entanto, a produção de serviços produtivos irá depender das capacidades dos gestores em coordenar os homens para produzir estes serviços produtivos (KOR e MAHONEY, 2004).

Estimular e criação de novos conhecimentos e novas idéias tem desafiado as organizações, mas nas últimas décadas tem se tornado mais crucial. Kanter (1997) menciona que a atividade dos gerentes está passando por mudanças tão grandes e rápidas que muitos estão reinventando a sua profissão. Isso se deve as pressões competitivas que estão forçando os empreendimentos a adotarem novas estratégias e estruturas mais flexíveis. Buscando adaptação às mudanças os termos capacidade dinâmica e recursos passam fazer parte do vocabulário acadêmico. A visão baseada em recursos, do inglês resource-based view (RBV) é uma forma de compreender as diferenças entre as organizações pelo desenvolvimento de suas capacidades e recursos. A importância desta temática é refletida em pela inclusão em larga escala de textos da área de estratégia como ferramenta para avaliar o potencial das organizações no mercado (STHEEHAN, 2006).

Os estudos sobre as capacidades dinâmicas a partir da abordagem da visão baseada em recursos enfatizam os recursos que são ativos da organização sendo considerados fontes das capacidades da organização (DEW e SARASVATH, 2007). Por esta concepção a competitividade de uma organização encontra-se nos seus processos gerenciais e organizacionais, formados pela disposição e aplicação eficiente e eficaz de seus ativos e bem como da trajetória relacionada organização (TEECE et al., 1997). Deste modo às organizações inovadoras são aquelas que têm maior capacidade de identificar os recursos internos e externos mais adequados para dar suporte à produção de produtos e serviços e conquistar e sustentar vantagens competitivas.

As empresas podem fornecer valor aos clientes com a transformação dos seus recursos, utilizando estruturas de custo baixo e com ênfase no aprimoramento dos seus serviços. A visão baseada em recursos examina a maneira pela qual os recursos organizacionais são aplicados e combinados e as causas que determinam a realização de uma vantagem sustentável na sua locação. A base desta teoria define recurso como o estoque dos fatores disponíveis que são possuídos ou controlados pelas organizações (TEECE et al., 1997).

Embora os constructos mencionados da teoria econômica tenham influenciado diversas

áreas do pensamento administrativo, ainda não são suficientes para explicar as sutilezas que envolvem o comportamento de organizações e mercados. Tais constructos admitem limitações e subjetividades, mas não propõe claramente formas de explicar estas subjetividades. O entendimento dos motivos pelas quais as firmas existem não passa apenas pelas funções geradoras de retornos de capital. A existência das organizações está ligada às funções que desempenham nos sistemas sociais, que podem ultrapassar a maximização de lucros influenciando decisivamente no desenvolvimento econômico pela capacidade reinventar suas estruturas e mercados.

6 Considerações finais

O termo “firma” é entendido como agente econômico que se ocupa da produção de bens e serviços cujo valor ofertado em um mercado determinado está atrelado a uma demanda específica. As firmas são, em princípio, conjuntos de ativos específicos coordenados de forma a produzir valores em nível superior aos valores disponíveis no mercado. Aceitando esta concepção, não parece ter sentido que uma firma empenhe seus recursos na produção de produtos e serviços idênticos aqueles já disponíveis no mercado que sejam atendidos pela oferta existente no mercado.

Organizar atividades produtivas que tenham custos maiores produzidos internamente na firma do que realizados no mercado, via mecanismo de preços, também não parece fazer sentido (Coase, 1937). As firmas são agentes que criam valor a partir de tecnologias diferentes e vantajosas com relação as já existentes e a geração de valor criada pelas firmas é, ainda que em curto espaço de tempo, qualificável como inovação.

Em outras palavras, inovar é a razão pela qual as firmas existem e esta capacidade é um dos principais vetores para criar o desenvolvimento econômico na economia capitalista. O desenvolvimento econômico, a partir das inovações, se torna possível levando em consideração o gerenciamento inovativo dos recursos organizacionais e a minimização dos custos das transações que garantem a eficiência e eficácia das firmas que podem continuar a produzir meio inovadores gerando mais desenvolvimento econômico.

Referências

BARNEY, Jay B.; HESTERLY, W. Economia das organizações: entendendo a relação entre organizações e a análise econômica. In: CLEGG, S.; HARDY, C; NORD, D. (Orgs.) *Handbook de estudos organizacionais*. São Paulo: Atlas, 2004. v.3, p.131-179.

CHILD, John e FAULKNER, David. Strategies of co-operation: managing alliances, networks and joint ventures. In: *Oxford University Press*, 1998.

COASE, R.H. *The nature of the firm*. *Econômica*, n.4, nov. 1937.

CORIAT, B.; WEINSTEIN, O. (2002) Organizations, firms and institutions in the generation of innovation. *Research Policy*, v.31, 273-290.

COSTA, Achyles B. O Desenvolvimento Econômico na visão de Joseph Schumpeter, **In: Cadernos IHU Idéias**, n. 7, 2006.

DASCHS, Bernhard; EBERRSBERGER, Bern e LÖÖF, Hans. The innovative performance of foreign-owned enterprises in small open economies. In: *Journal of Technology Transfer*. v. 33, n. 4; p. 393-407, 2008.

DEW, Nicholas e SARASVATHY, Saras D. Innovations, Stakeholders e Entrepreneurship. *Journal of Business Ethics*, N. 74, p. 267–283, 2007.

GALLOUJ, Faïz e SANSON, Katia. Economia da Inovação: um balanço dos debates recentes. In: BERNARDES, Roberto e ANDREASSI, Tales. *Inovação em serviços intensivos em conhecimento*. São Paulo: Saraiva, p. 03-27, 2007.

HABERLER, Gottfried. Joseph Alois Schumpeter: 1883–1950, *Quarterly Journal of Economics*, v. 64, n.3, Agosto/1950.

JONG, Jeroen P. J. e VERMEULEN, Patrick A. M. Organizing successful new service development: A literature review. In: *Management Decision*. v. 41, n. 9, 2003.

KANTER, Rosabeth Moss. A nova atividade gerencial. In: *Avanço rápido: as melhores idéias sobre o gerenciamento de mudanças nos negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 1997. p. 185-200.

KOR, YASEMIN Y.; MAHONEY, Joseph T.. Edith Penrose's (1959) contributions to the Resource-based View of strategic management. In: *Journal of Management Studies*, 2004.

LI, Ying; VANHAVERBEKE, Wim e SCHOENMAKERS, Wilfred. Exploration and Exploitation in Innovation: Reframing the Interpretation. In: *Creativity and Innovation Management*. v. 17, n. 2, 2008.

MAVEL, Matthew R. e LUMPKIN, GT. Technology Entrepreneurs' Human Capital and Its Effects on Innovation Radicalness. In: *Entrepreneurship Theory and Practice*. v. 31, n. 6, 2007.

MICHAELIDES, Panayotis G.; MILIOS John G. Joseph Schumpeter and the German Historical School. *Cambridge Journal of Economics*, v. 33, p. 495-516, 2009.

OBLOJ, Tomasz e OBLOJ, Krzysztof. Diminishing Returns From Reputation: Do Followers Have a Competitive Advantage? In: *Corporate Reputation Review*, v. 9, n. 4, 2007.

PEREIRA, Luiz C. B. Desenvolvimento Econômico e o Empresário. *Revista de Administração de Empresa*, v. 32, n. 3, p. 6-12, jul/ago, 1992.

- POHLMANN, Marcelo Coletto ; BRAGA, Andson ; BERTOLUCCI, Aldo ; MARTINS, Eli-seu . Impacto da especificidade de ativos nos custos de transação, na estrutura de capital e no valor da empresa. *Revista contabilidade & finanças*, São Paulo, v. 2, p. 24-40, 2004.
- PRETORIUS; M. MILLARD, S. M. & KRUGER, M. E. The relationship between implementation, creativity and innovation in small business ventures. In: *Management Dynamics*, v. 15, n. 1, 2006.
- SAKO, Mari. Does Trust Improve Business Performance? In: *Strategy Management Journal*. v. 9, 1998.
- SCHUMPETER, Joseph A. *A Teoria do Desenvolvimento Econômico*. São Paulo: Abril Cultural, 1982.
- _____. *Capitalismo, Socialismo e Democracia*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1942.
- SEVERO, Lessandra P.; DELGADO, Nátalia A.; PEDROZO, Eugênio A. A Emergência de “Inovações Sustentáveis”: Questão de Opção e Percepção. In: *IX Simpósio de Administração da Produção, Logística e Operações Internacionais, SIMPOI, 2006*, São Paulo-SP. Anais do IX SIMPOI, 2006.
- SIMMIE, James e STRAMBACH. The contribution of KIBS to innovation in cities: an evolutionary and institutional perspective. In: *Journal of Knowledge Management*, v. 10, n. 5, p. 26-37, 2006.
- SIMON, Herbert. *Comportamento administrativo*. Rio de Janeiro: Usaid, 1965.
- SMITH, Roger. The evolution of innovation. In: *Research Technology Management*, v. 51, n. 3, 2008.
- STHEEHAN, Norma T. Understanding how resources and capabilities affect performance: actively applying the resource-based view in the classroom. *Journal of Management Education*. Vol. 30, N. 3; p. 421-431, 2006.
- STOKES, Donald E. *O quadrante de Pasteur: a ciência básica e a inovação tecnológica*. Campinas: Editora UNICAMP, 2005.
- TEECE, David J.; PISANO, Gary; SHUEN, Amy. Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, V. 18, n. 7, p. 509-533, 1997.
- TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. *Integrating technological, market and organizational change*. New York: Wiley, 1998.
- VIAN, Carlos E. Freitas. Uma Discussão da “Visão” Schumpeteriana sobre o Desenvolvimento Econômico e a “Evolução” do Capitalismo. *Informe Gepec*, v. 11, n. 1, jan/jun, 2007.
- WILLIAMSON, O. E. *Market and hierarchies*. New York: Free Press, 1975. 286 p.

_____. *Markets and hierarchies, analysis and antitrust implications*. New York: In: The Free Press, 1983.

_____. The economics of organizations: the transaction cost approach. In: *American Journal of Sociology*, 1981.

_____. Economics and organization: a primer. In: *Califórnia Management Review*, v.38, n.2, 1996.

_____. *The Economic Institutions of Capitalism*. The Free Press, New York, 1985.

WOOLTHUIS, Rosalinde Klein; HILLEBRAND, Bas e NOOTEBOOM, Bart. Trust, Contract and Relationship Development. In: *Organization Studies*, 2005.

ZAWISLAK, Paulo Antônio *et al.* Towards the Innovation Function. *Journal of Technology Management & Innovation*, v.3, n. 4, 2008.

ZYLBERSZTAJN, Décio. Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições. *Tese (Doutorado em Administração)*, FEA/USP. 1995.

Produzida em junho de 2017
Mestrado Profissional de Práticas Transculturais
Centro Universitário Unifacvest
RUA MARECHAL FLORIANO, 947– LAGES, SC.