
**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA E CIÊNCIA POLÍTICA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA**

DISCIPLINA: Sociologia Econômica - SPO 6008
PROFESSORA: Cécile Raud - cecile@cfh.ufsc.br
SEMESTRE: 2009.1
4 créditos

EMENTA

Análise sociológica dos fenômenos econômicos: os limites da análise econômica e as contribuições dos Clássicos (Marx, Durkheim, Weber, Veblen, Pareto, Schumpeter,...), dos Contemporâneos (Polanyi, Parsons e Smelser,...) e da Nova Sociologia Econômica (Granovetter, Bourdieu, Fligstein, Zelizer,...). A construção social do mercado: o papel das instituições formais e informais, as teorias da ação econômica, redes sociais e redes corporativas, grupos econômicos, capital social, estruturas e crises do mercado. Sociologia do conhecimento econômico: análise da constituição do paradigma do *homo oeconomicus*, o ator racional e as mentalidades econômicas.

OBJETIVO GERAL

Analisar teórica e metodologicamente as diversas estratégias de abordagem dos fenômenos econômicos na sociologia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar as principais ferramentas metodológicas e as principais categorias analíticas das diversas correntes da sociologia econômica. Em particular, analisar como vem se processando a elaboração da categoria de mercado na sociologia.
- Recuperar uma visão histórica da análise sociológica dos fenômenos econômicos.
- Avaliar os alcances e os limites da ciência econômica e contrastar a velha e a nova sociologia econômica, ao verificar a existência, ou não, de uma mesma ambição e abordagem.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

1ª Sessão: Apresentação do programa e Introdução à Sociologia Econômica (10/03)

A - PRELIMINARES

1. A emergência do *Homo economicus* (2ª sessão: 17/03)

HIRSCHMAN, Albert O. *As paixões e os interesses*. Rio de Janeiro: Record, 2002, pp. 31-87 (Parte I: Como os interesses foram invocados para neutralizar as paixões).

Bibliografia complementar:

DUMONT, Louis. *Homo Aequalis: gênese e plenitude da ideologia econômica*. Bauru, SP: EDUSC, 2000, pp. 13-55 (caps 1 e 2).

2. A visão neoclássica do mercado e do ator econômico (3ª sessão: 24/03).

BALBINOTTO NETO, Giacomo. A teoria econômica do casamento e do divórcio. *Análise Econômica*, 18, 1992, pp. 125-141.

VASCONCELLOS, Marco A. Sandoval de. *Microeconomia*. São Paulo: Atlas, 1996, pp. 13-27 (cap. 1)

WATSON, Donald; HOLMAN, Mary. *Microeconomia*. São Paulo: Saraiva, 1985, pp. 1-9 (cap. 1).

Bibliografia complementar:

STUART MILL, John. Da definição de economia política e do método de investigação próprio a ela. In: *Stuart Mill. Bentham*. Coleção Os Pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1984, pp. 295-319.

B – A SOCIOLOGIA ECONÔMICA CLÁSSICA

1. A análise das instituições econômicas

1.1. Os aspectos não-contratuais do contrato (4ª. Sessão: 31/03)

DURKHEIM, Emile. *Da divisão do trabalho social*. Várias edições. (Livro I, Capítulo VII: Solidariedade orgânica e solidariedade contratual).

Bibliografia complementar:

DURKHEIM, Emile. *Lições de sociologia: a moral, o direito e o Estado*. São Paulo: T. A. Queiroz; Ed. da USP, 1983, pp. 156-201 (Lições 15 a 18).

RAUD-MATTEDI, Cécile. A construção social do mercado em Durkheim e Weber. Uma análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 57, pp. 127-142, 2005. Também disponível no Scielo.

1.2. As instituições como hábitos de pensamento (5ª. Sessão: 07/04)

VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa*. São Paulo: Pioneira, 1965, pp. 74-102 (Cap. 4: Consumo conspícuo).

Bibliografia complementar:

VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa*. São Paulo: Pioneira, 1965, pp. 19-46 (Cap. 1: Introdução e Cap. 2: Emulação pecuniária).

HEILBRONER, Robert. *A história do pensamento econômico*. São Paulo: Nova Cultural, 1996, pp. 199-229 (cap. 8: A sociedade selvagem de Thorstein Veblen).

2. A compreensão das ações econômicas (6ª sessão: 14/04)

WEBER, Max. *Economia e Sociedade*. Brasília: UnB, 1991. Vol. I, Parte I, Cap.2: As categorias sociológicas fundamentais da economia. (& 1, 2, 3, 4, 8)

WEBER, Max. *Economia e Sociedade*. Brasília: UnB, 1991. Vol. I, Parte II, Cap. 6: O mercado (inacabado – pp. 419-422).

Bibliografia complementar:

RAUD-MATTEDI, Cécile. A construção social do mercado em Durkheim e Weber. Uma análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 57, pp. 127-142, 2005. Também disponível no Scielo.

SWEDBERG, Richard. *Max Weber e a idéia de sociologia econômica*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005, pp. 45-105 (cap. 2: conceitos básicos da sociologia econômica de Weber).

3. Mercado e reciprocidade (7ª sessão: 28/04)

POLANYI, Karl. *A grande transformação*. Rio de Janeiro: Campus, 2000, pp. 62-75 e 89-98 (Caps. 4: Sociedades e sistemas econômicos e 6: O mercado auto-regulável e as mercadorias fictícias).

Complementares:

KIRSCHNER, Ana Maria. A sociologia da empresa e responsabilidade social das empresas. *Revista Nueva Sociedad*. N. 202, mar/abril 2002. Link: http://www.nuso.org/upload/articulos/3343_2.pdf
VINHA, Valeria da. Polanyi e a Nova Sociologia Econômica: uma aplicação contemporânea do conceito de enraizamento social. *Econômica*, 3(2), 2001, pp. 207-230.

C. A NOVA SOCIOLOGIA ECONÔMICA: DIÁLOGOS NA FRONTEIRA

1. Introdução: principais temas e conceitos (8ª sessão: 05/05)

SWEDBERG, Richard. Sociologia econômica: hoje e amanhã. *Tempo Social*, 16(2), 2004, pp. 7-34.

Bibliografia complementar:

LOPES, Jr, Edmilson. As potencialidades analíticas da Nova Sociologia Econômica. *Sociedade e Estado*, UnB, 17(1), 2002, pp. 39-62.

SMELSER, Neil J.; SWEDBERG, Richard. The sociological perspective on the economy. In: _____ (Eds). *The handbook of Economic Sociology*. Princeton: Princeton University Press, 1994, p. 3-26.

2. Sociologia do consumo (9ª sessão: 12/05)

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: _____ (org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, pp. 21-44.

Bibliografia complementar:

CAMPBELL, Colin. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno. Rio de Janeiro: Rocco, 2001, pp. 31-56 (cap. 2. Como se explica...).

ZELIZER, Viviana. Culture and consumption. In: SMELSER, Neil; SWEDBERG, Richard (Eds). *The Handbook of Economic Sociology*. 2ª ed. Princeton University Press; Russel Sage Foundation, 2005, pp. 331-354.

3. A nova sociologia dos mercados

I Seminário Nacional de Sociologia Econômica: 19 a 22 de maio, na UFSC

3.1. Um panorama geral da sociologia contemporânea do mercado (10ª Sessão: 26/05)

ABRAMOVAY, Ricardo. Entre Deus e o diabo. Mercados e interação humana nas ciências sociais. *Tempo Social*, 16(2), 2004, pp. 35-64. Também disponível no Scielo.

Bibliografia complementar:

STEINER, Philippe. *A sociologia econômica*. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 31-46 (cap. 2: a sociologia econômica do mercado).

WANDERLEY, Fernanda. Avanços e desafios da Nova Sociologia Econômica: notas sobre os estudos sociológicos do mercado – uma introdução. *Sociedade e Estado*, 17(1), 2002, pp. 15-38.

3.2. A abordagem estrutural (11ª Sessão: 02/06)

GRANOVETTER, Mark. Ação econômica e estrutura social: o problema da incrustação. In: PEIXOTO, João; MARQUES, Rafael (Eds). *A Nova Sociologia Econômica*. Oeiras: Celta, 2003, pp. 69-102.

Bibliografia complementar:

RAUD, Cécile. Análise crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: Os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. *Política e Sociedade*, 6, 2005, pp. 59-82.

STEINER, Philippe. *A sociologia econômica*. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 76-107 (cap. 4: redes sociais e funcionamento dos mercados).

3.3. A abordagem política: o mercado como campo de lutas (12ª Sessão: 09/06)

BOURDIEU, Pierre. O campo econômico. *Política e Sociedade*, 6, pp. 15-57, 2005.

Bibliografia complementar :

BOURDIEU, Pierre. É possível um ato desinteressado? In: *Razões práticas. Sobre a teoria da ação*. Campinas, SP: Papirus, 1996, pp.137-156.

RAUD, Cécile. Bourdieu e a nova sociologia econômica. *Tempo Social*, 19(2), pp. 203-232, 2007.

3.4. A abordagem cultural de análise dos mercados (13ª Sessão: 16/06)

DIMAGGIO, Paul. Aspectos culturais da ação e da organização econômica. In: PEIXOTO, João; MARQUES, Rafael (Eds). *A Nova Sociologia Econômica*. Oeiras: Celta, 2003, pp. 167-194.

Bibliografia complementar:

DIMAGGIO, Paul. Culture and economy In: SMELSER, Neil; SWEDBERG, Richard (Eds). *The Handbook of Economic Sociology*. Princeton University Press; Russel Sage Foundation, 1994, pp. 27-57.

MÜLLER, Lúcia H. Alves. Caminhos e sentidos da informação no mercado de ações. *Política e Sociedade*, 6, 2005, pp. 133-164. Link: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica>

3.5. Os mercados múltiplos (14ª Sessão: 23/06)

ZELIZER, Viviana. Human values and the market: the case of life insurance and death in 19th-century America. *American Journal of Sociology*, 84, 1978, pp. 591-610.

Bibliografia complementar:

STEINER, Philippe. Who is right about the modern economy: Polanyi, Zelizer, or both? *Theory and Society*, 38, 2009, pp. 97-110.

ZELIZER, Viviana. Beyond the polemics on the market: establishing a theoretical and empirical agenda. *Sociological Forum*, 1988, 13(4), pp. 614-634.

E – WORKSHOP (15a. Sessão: 30/06)

METODOLOGIA DE TRABALHO

A apresentação do conteúdo programático será desenvolvida através de:

- a) aulas expositivas
 - b) discussão dos textos
 - c) seminários
-

PROCESSO DE AVALIAÇÃO

- a) Trabalho final: parte escrita e parte oral (50%)
- b) Apresentação escrita e oral do seminário (30%)
- c) Presença e participação nos debates (20%)