

ANÁLISE DO VALOR DO CONHECIMENTO SOB A PERSPECTIVA DA SOCIOLOGIA ECONÔMICA: UM ENSAIO TEÓRICO

Lisiane Mattiello Bevilacqua (PIC/UEM), Maurício Reinert do Nascimento (Orientador), e-mail: mnrascimento@uem.br.

Universidade Estadual de Maringá/Centro de Ciências Sociais e Aplicadas/Maringá, PR.

Área e subárea do conhecimento: Administração/Administração de Empresas

Palavras-chave: valor do conhecimento, sociologia econômica, valor de bens.

Resumo

A sociologia econômica (SE) permite analisar e descrever conceitos de valoração de bens no mercado. Neste contexto, o conhecimento como capital econômico torna-se um bem de grande valia e começa a ganhar espaço como objeto de estudo. Este trabalho buscou analisar o valor atribuído ao conhecimento sob a perspectiva da SE. Os argumentos discutidos nesse ensaio teórico apresentam a dificuldade em valorar o conhecimento. Conclui-se que há diversos fatores que influenciam a avaliação do valor de um bem, sendo os principais o contexto social, significados e recursos disponíveis que os atores possuem ao atribuir valor ao conhecimento.

Introdução

A atribuição de valor a um produto ou serviço está conectada a diversas dimensões interrelacionadas, como valor moral, econômico e estético (BECKERT; ASPERS, 2011). Valorizar algo significa estabelecer medida e comparação de acordo com uma escala e aqui, percebe-se uma questão: essa avaliação de acordo com diferentes escalas podem levar a conflitos sobre a atribuição de valor de um bem ou uma atividade?

Com isto, surge a incerteza dos mercados, nas situações as quais os atores não conseguem prever o resultado de uma decisão, por conseguinte estes se veem impulsionados a confiar em certos dispositivos que os auxiliam a tomar decisões (BECKERT; ASPERS, 2011).

Ao pensar sob esta ótica nos remetemos a analisar o papel do conhecimento na teoria econômica. Baseada na nova teoria de crescimento concebida por Romer, o conhecimento passou a ser considerado como elemento integrante na teoria econômica. Ao longo do tempo o conhecimento ganhou mais espaço, e hoje a sua importância é evidenciada desde o sistema educacional até a inovação, caracterizando a denominada “sociedade do conhecimento” (REINERT, 2013). Na

perspectiva da economia ainda se busca uma resposta na mensuração do valor do conhecimento, devido as suas particularidades.

Materiais e métodos

O problema que orienta o ensaio teórico é: como é feito o processo de valoração do conhecimento em seus diferentes âmbitos? Dada a dificuldade em realizar uma avaliação para o estabelecimento de valores quando se trata de conhecimento em seus diferentes âmbitos, justifica o presente ensaio promover uma discussão sob o framework teórico da SE. Para alcançar o objetivo geral, foram estabelecidos os objetivos específicos: Identificar trabalhos em SE que discutam o valor de bens no mercado; definir o conceito de valor de bens dentro da SE; analisar o valor do conhecimento sob a perspectiva da SE.

Resultados e Discussão

Toffler e Toffler (2012) definem algumas características específicas do conhecimento: não se desgasta nem diminui; considera-se um bem intangível de forma que não é possível tocá-lo mas sim manipulá-lo; é um fator relacional “pedaços” de conhecimentos obtém significado quando aplicados a outros; é um custo fixo apenas inicial, pois uma vez produzido, pode ser utilizado quantas vezes forem necessárias; pode ser compactado em símbolos ou abstrações, de modo que, podem ser traduzidos em números e símbolos; ainda serem classificados como explícitos ou implícitos, expressos ou não, ou seja, não se pode caracterizar um bem tangível com estas particularidades. Por conseguinte, o conhecimento ganha destaque de bem ou ativo com a perspectiva de ser transacionado, além de se mostrar relevante para a geração de riqueza, aumentando a sua necessidade de aquisição.

Assim sendo, o conhecimento é diferenciado dos demais fatores de produção, pois enquanto o valor econômico das demais funções tradicionais é alcançado de maneira mais simples, o valor do conhecimento é sinalizado como incerto, de maneira que seu potencial demonstra assimetrias para cada agente econômico (ARBIX, 2010).

Há uma teoria que permeia o âmbito da atribuição de valores simbólicos, assim, considera as peculiaridades dos mercados de produtos ou serviços singulares, exemplificados como filmes, vinhos finos, serviços, obras de arte, alguns serviços e também serviços educacionais (VAN ZANTEN, 2013). Segundo o autor, os produtos ou serviços denominados “singulares” são incomparáveis, no sentido de que não há como compará-los de maneira objetiva, ficando sujeitos a várias interpretações e permeados pela incerteza, já que não se pode avalia-lo antes de adquiri-lo. Este tipo de mercado necessita de dispositivos de julgamento que orientem os compradores no momento de escolher um livro, filme ou curso a ser comprado (BECKERT; ASPERS, 2011).

Estes dispositivos são como referências de ações coletivas ou individuais que auxiliam na redução da incerteza nos mercados (BECKERT; ASPERS, 2011). Deste modo consumidores conseguem avaliar a qualidade e decidir sobre potenciais valores que as singularidades apresentam. Em suma, para um produto ou serviço ser comercializado no mercado, os compradores necessitam atribuir valor para compra-lo com demais produtos ou serviços. Da mesma maneira os produtores devem saber avaliar o valor de seus produtos ou serviços a fim de posicioná-los no mercado.

Conclusões

É possível valorar produtos, pois as ações econômicas são parte das estruturas sociais, culturais e institucionais que concede aos atores atribuir valores aos produtos e serviços, através dos denominados valores simbólicos ou mesmo por determinados padrões. O conhecimento ao se expressar como ativo intangível tende a ter grande expressão na economia, de modo que devem-se criar mediadores entre o conhecimento novo e sua comercialização. A SE pode contribuir para incluir na análise dos mercados as relações e os significados a um bem.

Ademais, as conclusões concebidas neste trabalho, podem ser um início para o desenvolvimento de outros estudos. Um ponto interessante para estudos futuros é investigar como a valoração do conhecimento se dá em diferentes produtos e serviços atuais, bem como a sua relação com os processos empresariais e sua comercialização.

Agradecimentos

Agradeço o meu orientador e professor Maurício Reinert do Nascimento, o qual me guiou de maneira excepcional e compartilhou seu conhecimento. À Universidade Estadual de Maringá, instituição que me permitiu o aprofundar o meu aprendizado por meio da pesquisa.

Referências

ARBIX, G. Estratégias de inovação para o desenvolvimento. **Tempo Social**, v. 22, n. 2, p. 167-185, 2010.

BECKERT, J.; ASPERS, P. (Ed.). **The worth of goods: Valuation and pricing in the economy**. Oxford University Press, 2011.

BURKE, P. **Uma história social do conhecimento 1: de Gutenberg a Diderot**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2003.

REINERT, M. Valor do Conhecimento: uma abordagem sociológica do mercado. In: 37 Encontro Anual da ANPOCS, 2013, Águas de Lindóia. **Anais Eletrônicos...do 37º Encontro Anual da Anpocs, 2013**. Disponível em: <https://www.anpocs.com/index.php/papers-37-encontro/st/st09> Acesso em: 27 jan. 2019.



TOFFLER, A.; TOFFLER, H. **O futuro do capitalismo**: a economia do conhecimento e o significado da riqueza no século XXI. São Paulo: Saraiva, 2012.

VAN ZANTEN, A. A good match: Appraising worth and estimating quality in school choice. **Constructing Quality**: The Classification of Goods in Markets, p. 77-99, 2013.