

ANÁLISE.

ISSN: 1519-0846

Sobre a revista
Apresentação e editorial
Última edição
Edições anteriores
Normas
Chamada de trabalhos
Contato

Revista de Estudos
sobre as áreas de
Ciências Contábeis,
Ciências Econômicas e
Administração - Centro
Universitário Padre
Anchieta Jundiaí/SP

UNIANCHIETA

FICHA TÉCNICA

Revista Análise
ISSN 1519-0846
v.19, n. 1, jan./jun. 2025

Editora:
UNIANCHIETA

Prof. Me. João Antonio de Vasconcellos
Diretor Acadêmico

Prof. Ma. Márcia Adriana da Silveira
Coordenadora

Prof. Me. Paulo Daniel Vieira Acácio Silva
Coordenador da Revista Análise

Equipe Editorial

Editor/Coordenador

Prof. Me. Paulo Daniel Vieira Acácio Silva

Conselho Editorial Interno

Me. Alexandre Cacozi

Dr. Cristiano Monteiro Silva

Ma. Helena Torres Meirelles

Ma. Márcia Adriana da Silveira

Me. Paulo Daniel Vieira Acácio Silva

Conselho Editorial Externo (Consultores)

Me. Aduino Roberto Ribeiro (PUC-CAMPINAS)

Dr. Cândido Ferreira da Silva Filho (PUC-CAMPINAS)

Dr. Junior Ruiz Garcia (PUC-CAMPINAS)

Dr. Reinaldo Gomes da Silva (EEP-Piracicaba)

Dr. Cristiano França da Cunha (UNIMEP)

SUMÁRIO

Apresentação.....	05
A Complexidade da Precificação da Indústria para o Varejo	07
<i>Alexandre Cacozzi</i>	
Economia e Psicologia: Fetiche, Mercadoria e Decisão de Consumo	20
<i>Helena Torres Meirelles</i> <i>Paulo Daniel Vieira Acácio Silva</i>	
Breves Apontamentos sobre o Pensamento Furtadiano: Crescimento e Desenvolvimento Econômico	32
<i>Paulo Daniel Vieira Acácio Silva</i>	
Ensinar Macroeconomia com Consciência Histórica: Contribuições do Método de Paulo Freire para a Formação Crítica no Curso de Ciências Econômicas	44
<i>Paulo Daniel Vieira Acácio Silva</i>	
Resenha do livro: Miséria à Americana: Vivendo de Subempregos nos Estados Unidos.....	54
<i>Francisco Thainan Diniz Maia</i>	
Autores(as)	58

APRESENTAÇÃO

A *Revista Análise*, em seu volume 19, número 1, referente ao primeiro semestre de 2025, reafirma seu compromisso editorial com a difusão de produções acadêmicas críticas, interdisciplinares e socialmente relevantes. Nesta edição, são reunidos quatro artigos e uma resenha que, a partir de distintos campos do saber — economia, psicologia, educação e gestão —, refletem sobre os desafios contemporâneos do desenvolvimento, do consumo, da formação universitária e das condições de vida e trabalho no capitalismo avançado.

O número se inicia com o artigo **“A Complexidade da Precificação da Indústria para o Varejo”**, que trata dos desafios enfrentados pelas empresas industriais ao definirem seus preços de venda ao setor varejista. A partir de uma abordagem analítica e aplicada, o texto propõe um modelo de precificação que integra variáveis como canais de distribuição, custos fixos e variáveis, margem de contribuição e dinâmica concorrencial, oferecendo um referencial estratégico útil à gestão empresarial e à pesquisa em administração.

No segundo artigo, **“Economia e Psicologia: Fetiche, Mercadoria e Decisão de Consumo”**, desenvolve-se uma análise teórica densa da articulação entre a crítica marxista do fetiche da mercadoria e as contribuições da psicologia social e da psicanálise. O texto parte do conceito de valor em Marx para compreender como a mercadoria transcende sua função econômica, adquirindo dimensões simbólicas que influenciam diretamente as decisões de consumo. A investigação contribui para o avanço das abordagens interdisciplinares na análise do comportamento econômico.

O terceiro artigo, **“Breves Apontamentos sobre o Pensamento Furtadiano: Crescimento e Desenvolvimento Econômico”**, apresenta uma releitura crítica do legado de Celso Furtado, com destaque para a distinção entre crescimento e desenvolvimento e para a concepção de subdesenvolvimento como fenômeno estrutural. O texto revisita obras centrais como *Formação Econômica do Brasil* e *O Mito do Desenvolvimento Econômico*, reafirmando a atualidade do pensamento estruturalista diante da nova dependência tecnológica e financeira do Sul Global.

Na mesma linha de pensamento crítico e comprometido com a transformação social, o quarto artigo, **“Ensinar Macroeconomia com Consciência Histórica:**

Contribuições do Método de Paulo Freire para a Formação Crítica no Curso de Ciências Econômicas”, propõe uma abordagem pedagógica alternativa para o ensino da macroeconomia no ensino superior. Com base no método freiriano, o texto defende uma prática docente que articule teoria e vivência, diálogo e problematização, oferecendo caminhos para uma educação econômica emancipadora.

Encerrando a edição, a resenha **“Miséria à Americana: Vivendo de Subempregos nos Estados Unidos”**, da obra de Barbara Ehrenreich, apresenta uma leitura sensível e crítica da realidade trabalhista norte-americana, marcada pela precarização, baixos salários e insegurança estrutural. A resenha aproxima a denúncia empírica da autora às discussões teóricas sobre a nova morfologia do trabalho e as desigualdades sociais nas economias centrais.

Com esta edição, a *Revista Análise* reafirma seu papel como espaço de circulação de ideias plurais, ancoradas em rigor acadêmico e engajamento crítico com os desafios de nosso tempo. Convidamos leitores e leitoras à leitura reflexiva dos textos que seguem, certos de que encontrarão contribuições relevantes para o ensino, a pesquisa e a intervenção social.

Boa Leitura!

Revista Análise

A COMPLEXIDADE DA PRECIFICAÇÃO DA INDÚSTRIA PARA O VAREJO

Alexandre Cacozi

Resumo:

O presente artigo aborda os desafios enfrentados pelas indústrias ao estabelecer seus preços de venda para o varejo. A precificação é um processo complexo, composto por uma série de decisões interligadas que devem ser tomadas de forma estratégica para garantir a competitividade da empresa, cobrir seus custos e maximizar os lucros. A escolha dos canais de distribuição, a análise da concorrência, o entendimento da demanda de mercado, as políticas de preços, a abordagem de margem de contribuição e a consideração dos custos fixos e variáveis são fatores essenciais para o sucesso de qualquer estratégia de precificação. A seguir, será apresentada uma proposta detalhada de um modelo de precificação para a indústria, com o objetivo de facilitar a tomada de decisões mais eficazes e maximizar a rentabilidade.

Introdução

Conforme Nagle e Hogan (2007, p. 17) “a precificação é uma questão crucial para a administração porque representa a chave para destrancar as oportunidades de crescimento com lucratividade”.

A formação de preços nas indústrias representa um dos maiores desafios enfrentados pelos gestores, dada a complexidade do mercado e a grande quantidade de variáveis que afetam essa decisão. A competição acirrada, as tendências de consumo e as alterações nos custos de produção são fatores que precisam ser constantemente monitorados para que o preço do produto seja competitivo e ao mesmo tempo rentável.

A precificação, no entanto, não é uma decisão isolada, e exige uma abordagem sistêmica, envolvendo várias áreas da empresa, como suprimentos, produção, marketing, vendas e logística. Além disso, é necessário que as empresas adotem modelos que integrem tanto as necessidades internas de rentabilidade quanto as condições do mercado.

O principal objetivo deste artigo é analisar como as indústrias podem tomar decisões mais assertivas e fundamentadas em relação aos seus preços de venda, levando em consideração os diferentes fatores envolvidos. Para tanto, serão discutidos os principais métodos de decisão de preço, a importância dos canais de distribuição, políticas de preços e por fim, será apresentando um modelo de precificação da indústria para o varejo.

Decisão de Preço de Venda

A definição do preço de venda não é uma tarefa simples e exige uma análise profunda de diversos fatores. O preço de um produto deve considerar não apenas o custo de produção, despesas, impostos e lucro, mas também as condições do mercado, a concorrência, o comportamento do consumidor e a estratégia comercial da empresa. Para isso, as indústrias podem adotar diferentes métodos de precificação para determinar o valor adequado de seus produtos, dependendo de suas metas e dos contextos específicos em que estão inseridas. A seguir, serão apresentados dois métodos que podem ser

utilizados pelas indústrias para tomar decisões de preço: a precificação baseada nos custos e a precificação baseada no mercado.

Precificação Baseada nos Custos

Antigamente, as empresas fixavam os preços dos seus produtos tomando como base um custo total adicionado de certa margem que lhes possibilitasse cobrir as despesas e ainda proporcionar um determinado lucro. Era um tipo de formação de preços inflexível e totalmente intuitivo, que não levava em conta um método mais bem elaborado.

Portanto, a decisão de preço orientado pelos custos tem como objetivo a utilização do custo como principal variável para a formação de preço de venda, ou seja, buscam de alguma forma, adicionar algum valor aos custos adicionando uma margem padrão de lucro com base na gestão de valor.

Para estabelecer uma política de preço razoável, os custos sem dúvida são um dos fatores que devem ser levados em conta. Vender abaixo do custo poderá levar a organização à falência, portanto, para que a empresa possa sobreviver tem que vender a um preço que não somente cubra seus custos, todas as despesas de venda, distribuição e administração, todos os impostos como também um lucro capaz de remunerar o capital investido.

As vantagens de utilização ao emprego do método de definição de preços com base nos custos estão na sua simplicidade ajustando preços a custos, em que não é necessário preocupar-se com demanda de mercado, no qual busca obter um retorno por seus investimentos, sem tirar vantagens do mercado quando ocorrem elevações da demanda.

Algumas limitações do preço baseado nos custos

Os modelos de preço de venda orientados pelos custos apresentam diversas limitações em sua aplicabilidade, sendo algumas delas:

- 1 – Ignoram a relação preço-demanda, ou seja, não levam em consideração a curva de demanda para o produto que conduzirá a diferentes volumes de venda a cada um dos níveis de preço estabelecidos;
- 2 – Não leva em consideração os preços da concorrência;
- 3 – Valorizam em excesso a exatidão dos custos unitários nas empresas que têm diversos produtos, onde os custos indiretos e fixos são atribuídos aos produtos, de forma arbitrária, por meio de rateios;
- 4 – Utilizam valorizações de custos inadequadas, que não são relevantes para a decisão de preços, tais como custos históricos ou correntes;
- 5 – No método da taxa de retorno-alvo é necessário a identificação dos investimentos realizados em cada produto. Existem investimentos permanentes ou circulantes comuns à diversos produtos, e que portanto, necessitam de uma alocação ou distribuição através de rateios que muitas vezes são arbitrários e podem distorcer o real capital empregado na sua fabricação ou comercialização;
- 6 – Estes modelos ignoram o estágio em que se encontra o produto em seu ciclo de vida: ou seja introdução, crescimento, maturidade e declínio.

Nos dias atuais, é muito complicado a empresa exercitar um preço apenas olhando de dentro para fora, conforme a afirmação de Bruni e Famá (2002, p. 313) “além dos custos, o processo de formação de preços está ligado às condições do mercado, ao nível de atividade e à remuneração do capital investido”.

Decisão de Preço Baseada no Mercado

Podemos definir que, a estratégia de preços baseadas no mercado é a mistura de arte e ciência que integra todas as funções de uma empresa e fala diretamente com o consumidor por meio de propaganda, vendedores, representantes e de outras atividades.

O objetivo da estratégia de preços baseadas no mercado é criar e implementar planos que dê resultado. Mas, para isto é necessário ter um processo estruturado que tenha começo, meio e fim. E todo processo tem que ser consistente para que seus resultados sejam realizados.

Portanto, o plano pode ser constituído em 9 passos, sendo eles:

1. Análise do Mercado
2. Análise do Consumidor
3. Análise da Concorrência
4. Canais de Distribuição
5. Os Cinco Ps do Marketing
6. Concepção de Valor do Produto e Serviços
7. Mensuração e Previsão de Demanda
8. Avaliação Econômica e Financeira
9. Revisão

O método de decisão de preço baseado no mercado é amplamente utilizado por empresas que operam em mercados altamente competitivos. Segundo Santos (1995), este método envolve a análise da demanda do mercado e da competição, com foco no valor percebido pelo consumidor e nos preços praticados pelos concorrentes. Nesse método, as empresas buscam ajustar seus preços para se alinhar à realidade do mercado, estabelecendo uma relação de equilíbrio entre os preços dos concorrentes e as expectativas dos consumidores.

A vantagem dessa abordagem é que ela permite que a empresa se posicione adequadamente em relação aos concorrentes e atenda às expectativas do consumidor. No entanto, uma desvantagem desse método é que ele pode resultar em margens de lucro reduzidas, pois a empresa acaba “seguindo” os preços do mercado, o que pode limitar sua capacidade de definir preços mais altos para maximizar a rentabilidade.

Por exemplo, uma indústria alimentícia que produz produtos como massas ou condimentos pode perceber que seus concorrentes estão praticando preços mais baixos, o que a força a adotar preços similares ou de acordo com o index projetado (é comum as empresas estabelecerem um percentual de diferença entre os seus preços e os dos concorrentes) para manter a competitividade no mercado. No entanto, isso pode significar uma redução nas margens de lucro, caso os custos de produção sejam elevados.

O sistema de decisão de preço baseado no mercado considera não apenas a análise interna de custos e margens, mas também as condições externas, como a demanda do mercado, a concorrência e as expectativas dos consumidores. Esse modelo envolve o uso de informações de mercado para definir um preço que seja competitivo e, ao mesmo tempo, rentável para a empresa.

De acordo com Santos (1995), a empresa deve analisar o mix de vendas, considerando diferentes alternativas de quantidades, preços, prazos de recebimento e canais de distribuição. O objetivo é encontrar o ponto de equilíbrio entre os preços praticados pela concorrência e a necessidade de atingir os objetivos financeiros da empresa.

A precificação com base no mercado possui vantagens e desvantagens que precisam ser cuidadosamente avaliadas pelas empresas.

Vantagens:

1. **Análise Competitiva:** O método permite que a empresa se ajuste rapidamente às condições do mercado e da concorrência, mantendo-se competitiva.
2. **Maior Aderência às Expectativas dos Consumidores:** Ao alinhar os preços com o valor percebido pelo consumidor, a empresa pode aumentar suas vendas e a satisfação do cliente.
3. **Flexibilidade:** O método pode ser adaptado a diferentes estruturas organizacionais e tipos de produtos.

Desvantagens:

1. **Margens de Lucro Reduzidas:** O foco excessivo no mercado pode levar a margens de lucro mais baixas, caso a empresa siga rigidamente os preços do mercado.
2. **Risco de Guerra de Preços:** A estratégia de precificação competitiva pode desencadear uma guerra de preços, prejudicando a rentabilidade da empresa a longo prazo.
3. **Dependência de Condições Externas:** Empresas que dependem fortemente do mercado podem ter dificuldades em ajustar seus preços diante de mudanças nas condições econômicas ou no comportamento dos concorrentes.

Um fator chave para adotar o método de precificação baseado no mercado é definir corretamente uma estratégia de canais, que muitas vezes é negligenciada pela indústria.

Canais de Distribuição

Os canais de distribuição desempenham um papel essencial na definição do preço final de um produto. Eles representam os meios pelos quais o produto sai do fabricante e chega ao consumidor final, e a escolha dos canais adequados pode ter um impacto significativo tanto no custo de distribuição quanto na formação do preço do produto. Por isso, é crucial que a estratégia de distribuição seja cuidadosamente planejada, levando em conta as vantagens e desvantagens de cada canal.

A escolha do canal ideal depende de uma série de fatores, como o perfil do consumidor, os custos logísticos e a margem de lucro desejada. Por exemplo, quando uma empresa opta por vender seus produtos em grandes redes de varejo, como Carrefour ou Walmart, ela pode ser pressionada a reduzir suas margens de lucro devido ao poder de negociação

desses varejistas. Essa pressão pode impactar diretamente a formação de preços, exigindo um equilíbrio entre a competitividade do preço e a rentabilidade.

Além disso, é fundamental considerar os custos logísticos e de distribuição. Em alguns casos, pode ser necessário regionalizar a produção ou estabelecer distribuidores exclusivos, a fim de reduzir custos e melhorar a competitividade no mercado. A logística eficiente também tem o potencial de otimizar o preço final do produto e garantir uma distribuição mais ampla e eficaz.

Tipos de Canais de Distribuição

De acordo com Sousa e Rocha (2017, p. 35):

Os canais de distribuição, parte integrante do processo de comercialização, além de garantirem a disponibilidade dos produtos nos mercados consumidores, devem também agir para desenvolver ou criar novos mercados. Os intermediários, quando integrados aos canais de distribuição que criam mercado, conquistando novos clientes para os fornecedores, estão aumentando sua base de clientes e desenvolvendo sua empresa. Para se obter a máxima eficiência no processo de distribuição deve haver sintonia entre todos os intermediários – dependentes ou independentes dos fornecedores – que compõem o canal de distribuição, isto é, a estratégia previamente determinada para a distribuição deve ser adotada por todos os componentes do canal, pois somente dessa forma será possível cumprir a proposta de valor.

Existem diferentes tipos de canais de distribuição, conforme a figura 1, cada um com suas características específicas, que influenciam diretamente o preço final do produto. Os principais canais incluem:

- **Venda Direta:** Nesse modelo, a empresa vende diretamente ao consumidor final, seja através de lojas próprias ou de plataformas de e-commerce. Esse tipo de canal permite à empresa manter um maior controle sobre os preços e as margens de lucro, além de estabelecer um relacionamento mais próximo com o cliente.
- **Varejistas de Auto Serviços:** São lojas que vendem diretamente ao consumidor, como supermercados e lojas de conveniência. Esses canais atuam principalmente no varejo, oferecendo produtos em unidades ou pequenas quantidades, de acordo com a necessidade do consumidor. Devido a essa forma de venda, os preços são geralmente mais altos do que no atacado, e o volume de pontos de venda tende a ser elevado.
- **Varejistas de Auto Serviços Key Accounts:** São grandes redes de varejo, como Carrefour, GPA e Walmart. Esses clientes frequentemente exigem contratos agressivos de fornecimento e markups altos, para compensar os custos de suas lojas, o que pode impactar negativamente na margem de contribuição da empresa.
- **Atacadistas:** São intermediários que compram grandes quantidades de produtos e os revendem para varejistas ou outros distribuidores. O mercado atacadista é caracterizado pela venda em grandes volumes e por preços mais baixos, já que o lucro é gerado pelo alto volume de vendas. Atacadistas trabalham com margens menores (markups) e oferecem uma grande variedade de produtos.
- **Cash & Carry (Atacarejos):** Representa um modelo híbrido entre Atacado e Auto Serviço, em que o próprio consumidor escolhe, paga e leva o produto. Esse modelo atende tanto pessoas físicas quanto jurídicas, e oferece um mix de

produtos maior que o atacado. O diferencial desse canal é a competitividade dos preços, devido aos menores markups, e a presença de marcas exclusivas.

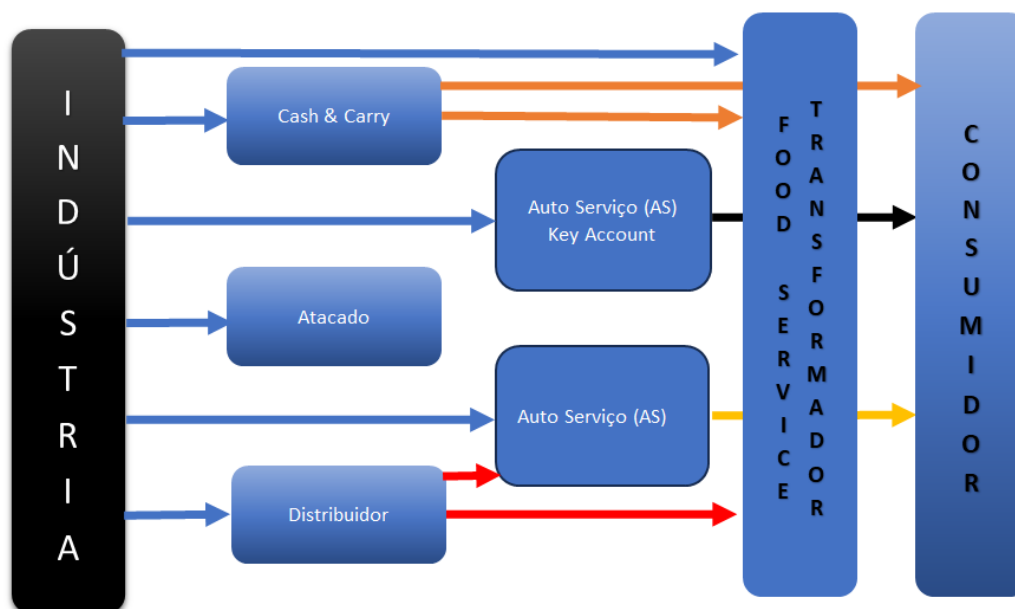
- **Distribuidor:** O distribuidor é um parceiro de negócios que ajuda a impulsionar as vendas, oferecendo um serviço de valor agregado. Ele pode atuar como operador logístico e representante de vendas, prestando serviços de distribuição com um foco regional ou em tipos específicos de produto. O distribuidor pode fornecer produtos para diferentes partes da cadeia de fornecimento, como atacadistas, varejistas ou até consumidores diretos. Além disso, ele se envolve em atividades promocionais para aumentar as vendas, o que o torna um representante valioso para a indústria.
- **Food Service:** Este canal é voltado para estabelecimentos que utilizam produtos como insumos para suas operações, como restaurantes, hotéis, bares, padarias, cafeterias e outros comércios de alimentação. O produto é geralmente adquirido em embalagens grandes para abastecer a cadeia de produção, mas também pode ser disponibilizado em embalagens de consumo individual para os consumidores finais. O canal de Food Service é importante para empresas que desejam se destacar em mercados específicos e atingir um público diferenciado.

Cada canal de distribuição tem características e custos distintos, o que, por sua vez, afeta diretamente o preço final do produto. Por exemplo, ao vender diretamente ao consumidor final, a empresa tem maior controle sobre o preço e a margem de lucro, podendo ajustá-los conforme a demanda e as necessidades do mercado. No entanto, ao optar por canais indiretos, como atacadistas ou distribuidores, o preço para o consumidor final tende a aumentar, pois o produto passa por intermediários, que também adicionam seu custo e margem ao preço final.

Figura 1: Canal de Distribuição

- Parte inferior do formulário
-

**Esquema conceitual de distribuição
entre os canais até os consumidores normais e finais**



Portanto, entender as nuances de cada canal de distribuição é essencial para a empresa tomar decisões estratégicas em relação à formação de preços e à rentabilidade do negócio. A escolha de canais deve sempre considerar o equilíbrio entre competitividade de preço, controle de margens e a otimização de custos logísticos, garantindo que a empresa consiga atender seus consumidores de forma eficiente e sustentável. Parte superior do formulário

3.2 A Importância da Estratégia de Distribuição

É essencial que a indústria tenha um entendimento aprofundado sobre o Markup aplicado aos canais de distribuição, pois essa compreensão é crucial para estabelecer preços competitivos tanto no ponto de venda quanto em relação aos concorrentes.

Conforme Parente (2014, p. 203), “na maioria dos setores varejistas, o nível de preços afeta direta e rapidamente a atratividade da loja entre os consumidores e, consequentemente, seu volume de vendas”.

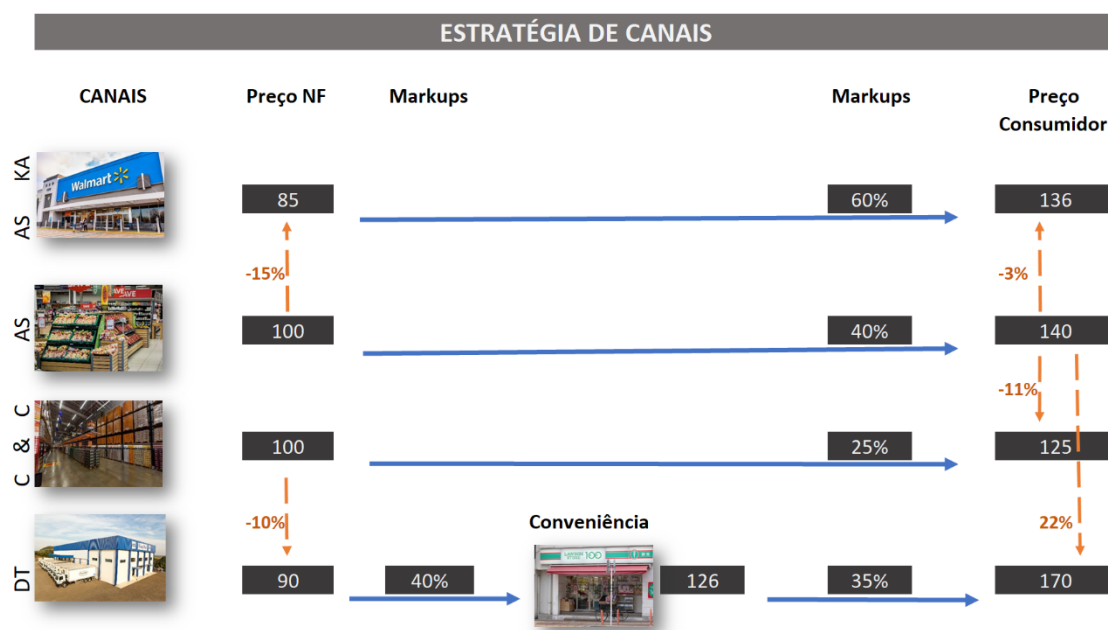
Por esse motivo, cada canal deve utilizar um markup diferente. O markup não se limita a ser uma simples ferramenta de precificação, mas uma estratégia que, quando bem executada, permite à indústria alcançar uma rentabilidade mais eficiente e controlada. Ao definir corretamente o markup, a indústria pode garantir que a maior parte de sua margem não seja perdida para o varejo, mas mantida dentro da própria operação, o que contribui para um preço final mais alinhado com o mercado e, consequentemente, impulsiona o aumento nas vendas.

Além disso, a boa gestão do markup desempenha um papel fundamental na manutenção do equilíbrio entre os diversos canais de distribuição, evitando a criação de situações de concorrência desleal ou conflitos internos. Um controle eficiente das margens garante que todos os canais de venda operem de forma equilibrada, sem que um

deles receba condições que possam prejudicar os outros, assegurando uma estratégia comercial coesa e harmoniosa.

Não são raros os casos em que a indústria, ao errar na definição do índice de preço entre seus canais, acaba criando uma competição interna indesejada. Isso ocorre quando a margem concedida a um canal é superior ao necessário, resultando em um preço final mais competitivo do que o da própria indústria. Um exemplo disso é observado em vendas no autosserviço, onde um determinado canal pode oferecer preços mais atraentes do que a própria empresa, colocando em risco o posicionamento da indústria no mercado. Se isso acontece, significa que a indústria está cobrando menos do que deveria do canal beneficiado, ao ponto de o mesmo se tornar um concorrente indireto, ou seja, a indústria está perdendo margem

Figura 2: Estratégia de Canais



Quando essa situação se concretiza, não se trata apenas de um erro de precificação, mas de uma perda significativa para a indústria. Ela não apenas perde uma oportunidade de lucro, mas também compromete sua margem, prejudicando sua sustentabilidade financeira e sua capacidade de competir de forma saudável no mercado. Por isso, a gestão do markup deve ser vista não apenas como uma estratégia de precificação, mas como uma parte fundamental do planejamento estratégico da indústria, sendo vital para sua rentabilidade, crescimento e relacionamento com os canais de distribuição.

Em um mercado cada vez mais competitivo, a capacidade da indústria de gerenciar adequadamente seus preços e margens é um dos fatores-chave para o sucesso a longo prazo. A transparência e a consistência no markup são essenciais para garantir que todos os canais operem de forma eficiente e alinhada aos objetivos da marca, minimizando o risco de conflitos e maximizando o potencial de vendas e lucros.

Políticas Comerciais e sua Influência na Rentabilidade da Indústria

As políticas comerciais desempenham um papel crucial na definição de preços e podem impactar significativamente a rentabilidade de uma indústria. Para que tais

políticas não prejudiquem a saúde financeira de uma empresa, é fundamental que sejam bem estruturadas e planejadas. Entre as principais estratégias adotadas pelas empresas, destacam-se os descontos comerciais em notas fiscais e duplicatas, bonificações em mercadorias e incentivos comerciais.

A definição do preço de um produto ou serviço é uma das decisões mais importantes dentro de uma empresa, pois, além de afetar diretamente as margens de lucro, os termos e condições associados a ele também podem influenciar o desempenho financeiro. Em muitas situações, as empresas concedem descontos para fechar negócios, mas esse processo deve ser cuidadosamente gerido. No entanto, uma prática comum entre os vendedores é oferecer descontos acima do necessário, muitas vezes devido ao desejo de fechar rapidamente a venda e garantir uma comissão. Essa tendência pode prejudicar a rentabilidade, pois, na busca pela facilidade, o vendedor concede mais do que o necessário, comprometendo o lucro da empresa.

Portanto, é essencial investir no treinamento contínuo das equipes de vendas, com ênfase na negociação, a fim de garantir que as concessões feitas ao cliente não sejam excessivas. A confiança na negociação possibilita não apenas preços mais altos, mas também a cobrança por acessórios ou serviços adicionais, que muitas vezes são oferecidos gratuitamente na tentativa de fechar o negócio.

Uma alternativa para melhorar a margem de lucro da indústria é o aumento dos preços, mas esse caminho pode ser desafiador devido à resistência do varejo e à alta competitividade do mercado. Outra opção é expandir para novos mercados, embora isso envolva custos adicionais e margens de lucro mais apertadas. No entanto, um caminho frequentemente subestimado pelas empresas é o ajuste nas políticas comerciais de descontos. Ao revisar essas políticas e evitar concessões excessivas, as empresas podem obter melhores resultados sem precisar recorrer a um aumento de preços.

A seguir, apresento quatro estratégias que podem ser adotadas para reduzir a concessão de descontos e, ao mesmo tempo, melhorar a rentabilidade:

1. Reduzir o desconto inicial: O desconto inicial não deve ultrapassar 5%, evitando concessões antecipadas que possam comprometer a margem de lucro.
2. Quebra de padrão nos descontos: Em vez de seguir um padrão de descontos fixos, como 5%, 5% e mais 5%, altere para um ritmo decrescente, como 4,7%, depois 3,1% e, em seguida, 2,4%. Isso ajuda a sinalizar ao comprador que o limite de desconto está se aproximando.
3. Utilizar números precisos: O uso de números exatos, como 4,7% ao invés de 5%, é mais convincente para os compradores, pois o cérebro humano tende a perceber números precisos como mais legítimos e razoáveis.
4. Garantir que os descontos sejam atribuídos a uma troca: Os descontos devem ser sempre concedidos em troca de algo. Essa troca pode ser uma compra em maior volume, um compromisso de fidelidade ou até mesmo o pagamento antecipado. O importante é garantir que o comprador não se sinta no direito de obter descontos sem oferecer algo em troca. Isso ajuda a preservar a margem de lucro e cria um ambiente de negociação mais justo e equilibrado, onde ambos os lados têm algo a ganhar.

Por fim, toda solicitação de descontos deve ser acompanhada de uma contrapartida clara, o que estabelece um limite para o comprador e assegura que a concessão seja vantajosa para ambas as partes."

Modelo de precificação da Indústria

Conforme Yanese (2018, p.104), "é fundamental entender o que é necessário para que as receitas sejam maiores que os custos e despesas, e ainda ter condições para recolher todos os impostos e ainda ter sobras para remunerar o capital investido e também para reinvesti-lo".

Um modelo de decisão de preço eficaz deve ser estruturado de forma a incorporar não apenas os conceitos da abordagem de mercado, mas também os da abordagem econômica e dos custos.

A fixação do preço de venda não deve ser responsabilidade exclusiva do setor de Custos, mesmo com todo o arsenal de informações disponíveis, nem do setor de Marketing, com toda a gama de dados do mercado e suas previsões. Assim, a estruturação conceitual e sistêmica da empresa deve se basear em conceitos como curva de demanda, elasticidade-preço da demanda, estrutura de mercado, custo de oportunidade e resultado econômico.

É importante destacar que, quando a empresa adota uma estratégia de aumentar sua participação de mercado por meio da redução de preço, ela precisa aumentar seu volume de vendas de maneira superior à redução do preço, para manter, no mínimo, a mesma rentabilidade. Tal estratégia não seria aconselhável para produtos de empresas que possuem uma demanda inelástica.

Dessa forma, a empresa se baseia no preço atribuído pelo mercado, na análise da concorrência e nas técnicas de mensuração e previsão de demanda. A partir disso, o mix de vendas é definido em diferentes alternativas de quantidades, preços, prazos de recebimento, canais de distribuição, políticas comerciais, ponto de vendas, entre outras variáveis.

O modelo apresentado na figura 3, considera duas tecnologias de pricing: compound pricing e target pricing. Para se trabalhar com essas duas tecnologias vem da constatação da nova realidade de mercado existente em condições altamente competitivas: o mercado dita o preço que está disposto a pagar por determinado bem/serviço para dado volume de transação. A Contribuição desejada é uma variável relevante para o Planejamento do Resultado, uma vez que será o ponto de análise desse modelo. O conceito da contribuição desejada é o valor requerido para que se mantenha em funcionamento a estrutura da empresa, visando a sua continuidade, bem como seja capaz de satisfazer as necessidades econômicas de seus proprietários.

As decisões de preços e análise de rentabilidade devem ser implementadas de acordo com uma visão sistêmica da empresa, ou seja, considerando os aspectos relevantes da empresa como um todo. Dessa forma o processo de tomada de decisões de preços não deve se desenvolver de forma isolada e independente, ao contrário, dever ser totalmente vinculado ao processo de planejamento operacional da empresa. Entende-se que em

última instância as decisões de preços devem estar totalmente sintonizadas e voltadas ao cumprimento dos objetivos estratégicos da organização.

Conforme se demonstra na Figura 3, as etapas que caracterizam o modelo são:

1. Projeção da demanda de mercado e do produto em que a empresa está operando. Cada preço ofertado resultará num nível diferente de quantidade demandada e, conseqüentemente, numa receita de vendas. De acordo com Berto e Beulke (2013, p. 53), "a demanda é uma das pedras angulares na fixação de preços, ou seja, o volume de um produto/mercadoria/serviço que os consumidores estão dispostos a comprar a um preço específico";
2. Projeção da participação da empresa no mercado, buscando estabelecer o índice de preços em relação aos concorrentes. O índice estará vinculado às estratégias de negócio estabelecidas pela empresa, sendo de custos ou diferenciação.
3. Projeção do mix, ou composto de produtos, analisando o seu impacto no resultado global;
4. Estabelecer as estratégias de canais, conforme comentado neste artigo;
5. Estabelecer as políticas e diretrizes de preços para cada canal, conforme comentado neste artigo;
6. Simular as quantidades e preços dos produtos para o atingimento da margem de contribuição-meta. Aqui vale o ensaio de vários cenários para a otimização do resultado da empresa;
7. Projeção da estrutura de custos e despesas da empresa. Esta fase é caracterizada pela identificação, acumulação e apropriação dos custos e despesas da empresa aos produtos objetos, incluindo se os impostos fixos ou variáveis que incidem sobre as atividades da empresa;
8. Apurar a necessidade de capital para fazer frente aos investimentos necessários para atender à demanda projetada. Os investimentos realizados pelos donos da empresa necessitam ser remunerados, no mínimo, pelo custo de oportunidade das quantias investidas mais os riscos no negócio.

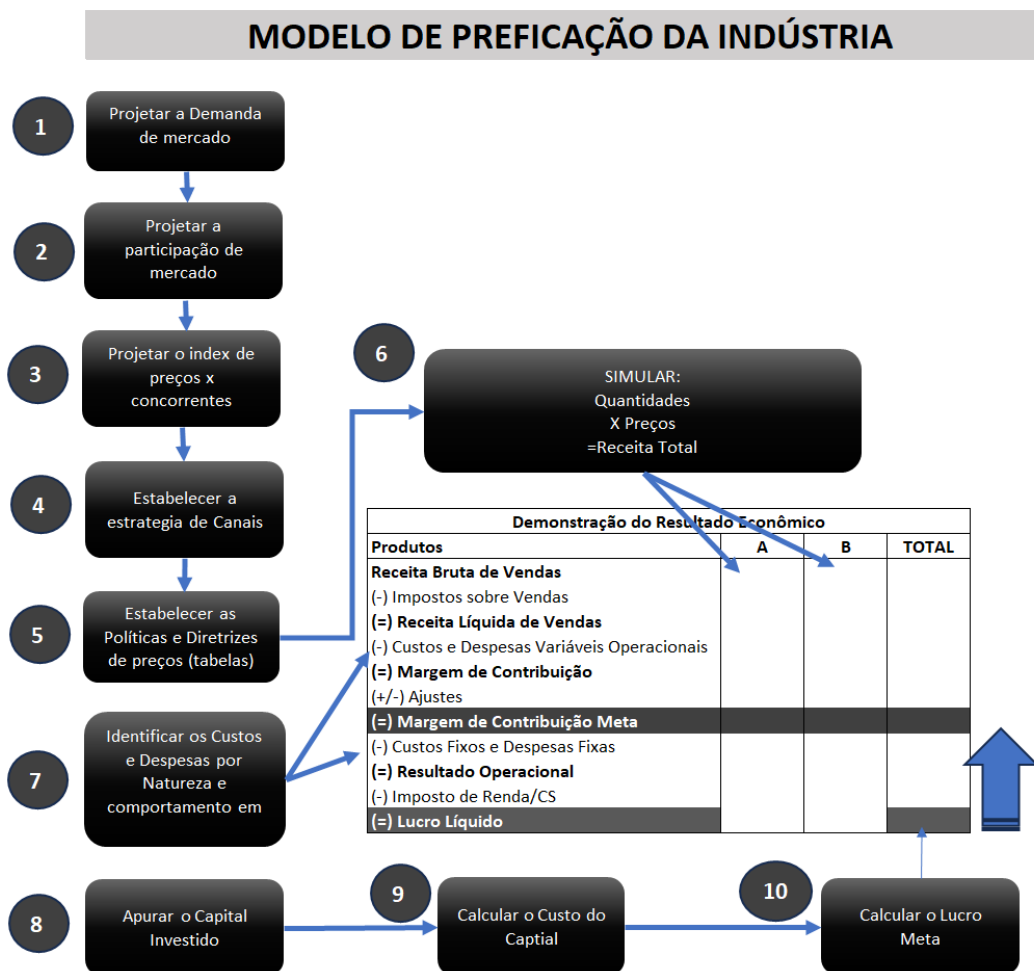
Bruni (2018, p. 179):

Em linhas gerais, todo e qualquer investimento deve possibilitar a auferição de rentabilidades que tenham o objetivo de remunerar dois aspectos básicos: o tempo sacrificado e o risco corrido. De modo simples, a recompensa pelo tempo sacrificado costuma ser associada a uma taxa livre de risco. No Brasil, exemplos de taxas consideradas como livres de risco são as taxas da caderneta de poupança ou a taxa decorrente das negociações com títulos públicos registrados no Sistema Especial de Liquidação e Custódia, mais conhecida como taxa Selic.

9. Calcular o custo de capital, o qual deve ser inferior ao Retorno Operacional do Investimento, para que possa gerar riqueza para os sócios.

10. Apuração do Lucro Econômico Líquido. Caso as simulações de volumes e preços dos produtos não sejam suficientes para atingir o lucro-meta, a empresa precisa ajustar as variáveis disponíveis para o atingimento da viabilidade do negócio.

Figura 3 Modelo de Precificação da Indústria



Tendo em vista que existem inúmeras combinações possíveis em termos de planejamento de volumes e preços dos produtos, o ponto focal da gestão de preços e rentabilidade é identificar as principais alternativas de ação à luz das diretrizes estratégicas da empresa, simular suas consequências em termos de resultado econômico e escolher as melhores opções para a otimização do resultado econômico global da empresa.

Discussão

A precificação nas indústrias é um processo complexo que demanda uma análise cuidadosa de múltiplos fatores, tanto internos quanto externos. Para adotar uma estratégia de precificação eficaz, é fundamental equilibrar a necessidade de cobrir os custos e assegurar a rentabilidade, sem comprometer a competitividade no mercado.

A análise da concorrência, a escolha estratégica dos canais de distribuição, as estratégias de precificações, negociações e o uso de modelos econômicos e de margem de contribuição são ferramentas essenciais para que as empresas tomem decisões de preços mais assertivas. Com uma abordagem bem planejada e focada, as indústrias podem

maximizar seus lucros, atender às expectativas dos consumidores e, simultaneamente, se manter competitivas em um mercado dinâmico e desafiador.

Referências bibliográficas

BERTO, Dálvio J.; BEULKE, Rolando. Precificação: sinergia do marketing e das finanças - 1ª edição. Rio de Janeiro: Saraiva, 2013.

BRUNI, Adriano L. Série Desvendando as Finanças - Administração Custos Preços Lucros, 6ª edição. Rio de Janeiro: Atlas, 2018.

BRUNI, Adriano Leal; FAMÁ, Rubens. Gestão de Custos e Formação de Preços: Com aplicações na calculadora HP 12C e Excel. São Paulo: Atlas, 2002.

DUBOIS, Alexy. Gestão de Custos e Formação de Preços - Conceitos, Modelos e Ferramentas. 4. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2019.

NAGLE, Thomas T.; HOGAN, John E. Estratégia e táticas de preço: Um guia para crescer com lucratividade. 4. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2007.

PARENTE, Juracy; BARKI, Edgard. Varejo no Brasil: Gestão e Estratégia. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2014.

SANTOS, Roberto Vatan dos. Modelos de decisão para gestão de preço de venda. 1995. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Controladoria) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo.

SOUSA, José Manuel Baptista Meireles de; ROCHA, Marcos Donizete A. Col. Marketing em tempos modernos - Canais de distribuição e geomarketing, 1ª edição.. Rio de Janeiro: Saraiva Uni, 2017.

YANASE, João. Custos e formação de preços, 1ª edição. São Paulo: Trevisan Editora, 2018.

Economia e Psicologia: Fetiche, Mercadoria e Decisão de Consumo

Helena Torres Meirelles

Paulo Daniel Vieira Acácio Silva

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão teórica e interdisciplinar entre economia e psicologia, tomando como objeto central a noção de fetiche da mercadoria na obra de Karl Marx e seus desdobramentos para a compreensão do comportamento do consumidor. Parte-se da hipótese de que o fetiche, entendido como deslocamento da consciência crítica em relação às condições de produção e à mediação simbólica dos objetos, exerce influência decisiva sobre a formação dos desejos, das expectativas e das escolhas de consumo. Com base em uma análise densa do conceito de mercadoria, valor e fetiche em Marx, bem como das contribuições da psicologia social e psicanálise, busca-se compreender como a mercadoria deixa de ser apenas objeto econômico para tornar-se também objeto de desejo.

Palavras-chave: fetiche, mercadoria, Marx, psicologia, comportamento do consumidor

Introdução

Este artigo propõe uma análise interdisciplinar entre a economia política crítica e a psicologia social com o objetivo de compreender como a lógica da mercadoria — tal como delineada por Karl Marx — estrutura não apenas a reprodução material do capital, mas também os modos de subjetivação nas sociedades contemporâneas. O ponto de partida é o conceito de fetichismo da mercadoria, formulado por Marx (2013), que revela a inversão característica do capitalismo: as relações sociais entre os indivíduos assumem a forma reificada de relações entre coisas. Esta forma-fetiche, ao ocultar a origem social do valor e do trabalho abstrato, naturaliza a mediação mercantil como se fosse inerente à própria existência dos objetos.

O artigo parte da hipótese de que o fetichismo, para além de uma categoria estritamente econômica, deve ser interpretado como uma forma de dominação simbólica e subjetiva, ancorada na produção social do desejo e na organização da vida cotidiana em torno do consumo.

A análise incorpora as contribuições de autores como Rubin (1980), Mészáros (2002) e Musto (2015), que aprofundam a crítica marxiana da forma-valor, bem como os aportes da psicanálise e da psicologia social, com destaque para Freud, Fromm e Bauman, os quais evidenciam o papel das estruturas inconscientes, afetivas e culturais na formação das decisões de consumo.

Desse modo, este estudo busca compreender o consumo não apenas como um ato econômico, mas como um fenômeno simbólico multifacetado, que atravessa identidades,

afetos e representações sociais. Ao integrar a crítica da economia política com a teoria psicanalítica e a psicologia social, pretende-se contribuir para a desnaturalização das práticas de consumo e para a construção de uma crítica radical às formas contemporâneas de alienação.

O significado marxista de mercadoria

Na perspectiva de Karl Marx, a mercadoria é a célula elementar da sociedade capitalista, não sendo apenas um objeto com utilidade, mas uma forma social que carrega em si uma rede complexa de relações sociais mediadas pelo trabalho. Conforme exposto em *O Capital*, a mercadoria apresenta uma dualidade fundamental: possui, ao mesmo tempo, valor de uso e valor de troca.

O valor de uso refere-se à utilidade concreta do objeto, à sua capacidade de satisfazer necessidades humanas específicas. Já o valor de troca expressa a proporção em que determinada mercadoria pode ser trocada por outra, sendo determinado pelo tempo de trabalho socialmente necessário à sua produção (MARX, 2013).

Essa distinção é crucial para a crítica marxista da economia política. O valor, na teoria de Marx, não é uma propriedade natural da mercadoria, mas uma expressão social do trabalho abstrato nela incorporado. Ao analisar a mercadoria como portadora de valor, Marx revela que, nas trocas mercantis, as relações sociais entre os produtores são encobertas por relações entre coisas. Segundo Belluzzo (2009), essa transformação do trabalho em valor é o mecanismo central da lógica do capital: aquilo que é social e histórico aparece como se fosse natural e objetivo.

Além disso, a mercadoria, ao carregar em si essa forma dual de valor, participa da reprodução ampliada do capital. Como destaca Braga (1999), o valor de troca é central na racionalidade capitalista, pois é ele quem permite a valorização do valor, ou seja, a transformação de dinheiro em mais dinheiro através da mercadoria. Já o valor de uso, embora imprescindível para a realização da troca, torna-se secundário do ponto de vista do capital, pois sua função passa a ser apenas a de veículo da valorização.

Mészáros (2002) aprofunda essa análise ao destacar que a mercadoria não é apenas um fenômeno econômico, mas a manifestação mais acabada da alienação social no capitalismo. O conteúdo social do trabalho desaparece por trás da forma mercadoria, transformando produtos humanos em entidades autônomas e fetichizadas. Essa alienação, portanto, não é acidental, mas constitutiva da forma mercadoria.

Marcelo Musto (2015), ao resgatar os manuscritos preparatórios de Marx, enfatiza que a crítica ao fetichismo da mercadoria não constitui um adendo periférico, mas sim o eixo central da denúncia marxiana sobre a inversão das relações sociais sob o capitalismo. O fetiche da mercadoria é expressão da alienação radical: as relações entre pessoas, fundamentadas no trabalho, aparecem como relações entre coisas, dotadas de vida própria.

Essa "mistificação objetiva" revela o caráter estruturante da forma mercadoria como mediação social dominante. Ao encobrir as relações de exploração e o caráter historicamente determinado da produção, a mercadoria impõe uma dominação impessoal,

onde os indivíduos se veem submetidos a estruturas que operam como forças naturais. Segundo Musto, essa naturalização das formas sociais implica um apagamento da agência histórica e da possibilidade de transformação.

Compreender o significado da mercadoria, portanto, equivale a decifrar os mecanismos pelos quais o capital assegura sua reprodução e legitima suas formas de poder simbólico e material. Trata-se de uma chave teórica essencial para a crítica da economia política e para a reconstrução de uma consciência histórica emancipada.

Portanto, a mercadoria é o ponto de partida e, ao mesmo tempo, o símbolo da sociabilidade capitalista. Ela condensa, de forma aparente e mistificada, as relações de trabalho, a lógica da acumulação e o apagamento da subjetividade do produtor. O estudo do valor — em suas dimensões de uso e troca — é a chave teórica para a desnaturalização da economia política dominante e a revelação das determinações sociais ocultas no processo de produção e circulação de bens.

Na obra de Karl Marx, particularmente em "O Capital", a mercadoria não é compreendida apenas como um objeto econômico. Ela representa, acima de tudo, uma forma histórica e social de organização das trocas. Segundo Marx, toda mercadoria possui um duplo caráter: valor de uso e valor de troca. O valor de uso refere-se à utilidade concreta que o bem possui, ou seja, à sua capacidade de satisfazer necessidades humanas.

O valor de troca, por sua vez, expressa a proporção em que uma mercadoria pode ser trocada por outra, sendo este valor determinado pelo tempo de trabalho socialmente necessário para sua produção.

[O valor da mercadoria, portanto, não reside em sua materialidade, mas no quantum de trabalho abstrato nela incorporado. Isso significa que a mercadoria, ao circular, carrega consigo relações sociais disfarçadas em relações entre coisas. A mercadoria é, assim, uma expressão condensada das relações de produção capitalistas, em que o trabalho humano aparece objetivado nos produtos, como se fosse uma propriedade natural dos objetos.

Fetiche sob a perspectiva psicológica

Na psicologia, especialmente na psicanálise freudiana, o fetiche é compreendido como um objeto que concentra um desejo deslocado, geralmente inconsciente. Freud observou que o fetiche funciona como um substituto simbólico para uma perda ou para uma castração simbólica, operando como mecanismo de defesa e como ponte para a satisfação imaginária de um desejo reprimido.

Assim, o objeto fetichizado adquire uma carga afetiva e simbólica que transcende sua função utilitária, deslocando o sujeito de uma relação direta com a realidade para uma relação mediada por significados inconscientes.

A psicologia social, por sua vez, amplia essa compreensão ao considerar o contexto cultural, histórico e as estruturas sociais que condicionam a formação dos desejos, das emoções e das condutas.

Erich Fromm (2002), ao analisar as formas de alienação na sociedade de consumo, argumenta que o desejo não emerge de maneira espontânea ou autêntica do indivíduo, mas é socialmente produzido e induzido, moldado pelas exigências do mercado e pela cultura da posse e do desempenho. Para Fromm, a sociedade capitalista transforma o ser em ter, convertendo a identidade em função do consumo e gerando um sentimento de vazio existencial que o indivíduo tenta preencher por meio da aquisição de bens.

Essa compreensão é corroborada por autores como David Riesman e Christopher Lasch, que evidenciaram a passagem de uma subjetividade centrada na produção para uma subjetividade moldada pela recepção, pela imagem e pelo consumo. Lasch (1983), por exemplo, aponta que a cultura do narcisismo contemporânea exacerba o culto à aparência e à validação externa, contribuindo para que os objetos de consumo adquiram status de extensão da personalidade.

Em um sentido semelhante, Pierre Bourdieu (1983) sustenta que os bens de consumo não são apenas utilitários, mas funcionam como marcadores simbólicos de distinção social, reforçando *habitus* e posições de classe.

Do ponto de vista das representações sociais, Serge Moscovici argumenta que o imaginário coletivo e os processos de comunicação moldam os significados atribuídos aos objetos e práticas sociais. Assim, o desejo é socialmente ancorado e reconstruído a partir de valores, normas e símbolos que circulam no tecido social. A mercadoria, nesse contexto, é um signo investido de significados sociais que vão além de sua função material.

Portanto, a psicologia social revela que o fetiche não se limita a um processo inconsciente individual, mas inscreve-se em um campo simbólico mais amplo, onde o desejo é estruturado socialmente e onde os objetos tornam-se suportes de identidades, aspirações e frustrações. O consumo fetichizado emerge, assim, como tentativa de estabilização subjetiva diante de um mundo fragmentado, mediado por imagens e voltado à reprodução de uma racionalidade econômica alienante.

Autores como Serge Moscovici e Henri Tajfel também destacaram que o comportamento individual é indissociável das representações sociais e da identidade coletiva. O fetiche, nessa ótica, pode ser compreendido como um fenômeno simbólico que reforça papéis sociais e constrói identidades por meio de objetos investidos de significados ideológicos.

O desejo por determinados bens não é apenas pessoal, mas coletivo, sendo continuamente moldado pelas normas sociais, pela publicidade e pela construção de um imaginário de distinção e pertencimento.

Segundo Zygmunt Bauman (2008), na modernidade líquida, os objetos de consumo passam a ocupar o lugar de relações estáveis, tornando-se substitutos emocionais em um mundo marcado pela incerteza, pelo esvaziamento dos vínculos afetivos e pela fragilidade das instituições sociais.

A lógica do consumo se infiltra em todas as esferas da vida cotidiana, transformando as relações humanas em relações mercantis, marcadas pela transitoriedade e pelo imediatismo. Nesse contexto, os objetos tornam-se âncoras simbólicas para indivíduos desprovidos de estabilidade identitária, funcionando como dispositivos de compensação afetiva frente à fluidez e à insegurança da existência contemporânea.

O fetichismo do consumo, portanto, não apenas mascara a origem social das mercadorias, como também opera como uma estratégia de anestesia subjetiva. O desejo é continuamente mobilizado pela promessa de completude e satisfação, mas essa promessa é sempre adiada, gerando um ciclo de consumo contínuo e insaciável.

A identidade, por sua vez, torna-se cada vez mais dependente da posse e da exibição de bens, constituindo-se como um projeto sempre em construção e vulnerável ao juízo alheio. Bauman argumenta que, na sociedade de consumidores, a obsolescência programada e simbólica não se limita aos produtos, mas alcança também os laços sociais, os projetos de vida e as próprias subjetividades, corroendo a possibilidade de vínculos duradouros e de reconhecimento recíproco.

Assim, o consumo fetichizado é tanto um reflexo da modernidade líquida quanto um mecanismo de sua reprodução: ao oferecer uma sensação ilusória de controle, pertencimento e identidade, os objetos mercantis tornam-se mediadores simbólicos de uma vida social fragmentada e mercantilizada.

Portanto, sob a perspectiva da psicologia social e da psicanálise, o fetiche revela a imbricação entre desejo, poder simbólico e produção social da subjetividade. Ele é mais do que um mecanismo psíquico isolado: é expressão de uma sociedade estruturada em torno da mercadoria como mediadora dos afetos, das identidades e das relações sociais.

Na psicologia, especialmente na psicanálise, o fetiche é compreendido como um objeto que concentra um desejo deslocado, geralmente inconsciente. Segundo Freud, o fetiche está relacionado à substituição simbólica de algo reprimido ou proibido, servindo como uma ponte entre o sujeito e a satisfação imaginária de um desejo. Nessa perspectiva, o objeto fetichizado adquire uma carga afetiva e simbólica que transcende sua função utilitária.

Autores da psicologia social, como Erich Fromm, apontam que a sociedade capitalista estimula a formação de desejos não por necessidades reais, mas por necessidades induzidas por meio da mediação simbólica da mercadoria. O consumo, nesse contexto, é orientado mais por processos psíquicos e sociais do que pela utilidade dos bens. O objeto do consumo passa a ser investido de significados emocionais, culturais e identitários.

O fetiche da mercadoria na visão marxista

O conceito de fetichismo da mercadoria, desenvolvido por Marx no primeiro volume de "O Capital", revela como, no modo de produção capitalista, as relações sociais entre os homens se apresentam sob a forma reificada de relações entre coisas. Essa inversão é mais do que uma ilusão ideológica: trata-se de uma expressão real das formas

sociais de mediação típicas do capitalismo. Para Marx, a mercadoria não apenas encobre a relação social de produção, mas constitui o próprio modo pelo qual essa relação se realiza e se reproduz (MARX, 2013).

Isaac Rubin (1980) aprofunda essa leitura ao destacar que o fetichismo da mercadoria está ligado à forma valor como expressão social específica do trabalho sob o capitalismo. Para Rubin, a teoria do valor de Marx não pode ser dissociada de sua crítica à forma social do trabalho, pois é essa forma que determina o caráter fetichista das relações econômicas.

O valor, enquanto cristalização do trabalho abstrato, aparece como atributo natural dos objetos, mascarando a mediação social que o sustenta. A mercadoria, assim, adquire uma existência aparentemente autônoma, como se sua valorização estivesse desvinculada do trabalho humano que a produziu.

Essa autonomização do valor em relação ao trabalho concreto dá origem a uma lógica invertida, em que os produtos comandam os produtores, e as categorias econômicas surgem como forças externas e inevitáveis.

Nesse sentido, Rubin enfatiza que o fetichismo não é uma ilusão subjetiva, mas um reflexo real das formas objetivas da sociabilidade capitalista, nas quais o trabalho assume uma forma alienada e os sujeitos se relacionam entre si por meio de coisas.

Marcelo Musto (2015), ao revisitar os manuscritos preparatórios de Marx, sustenta que o fetichismo da mercadoria deve ser compreendido como elemento constitutivo e não periférico da crítica da economia política. Para Musto, o fetichismo não é uma simples ilusão subjetiva, mas uma estrutura objetiva e sistêmica que emerge das próprias condições de produção e troca do capitalismo. As mercadorias, ao circularem, incorporam uma forma fetichizada justamente porque os processos econômicos capitalistas exigem esse mascaramento das relações sociais.

A forma mercadoria não apenas encobre, mas constitui as relações sociais de dominação, instaurando uma lógica na qual os sujeitos são subordinados às formas sociais que eles mesmos produzem, mas que escapam ao seu controle. O fetiche, nesse sentido, revela uma dinâmica em que a dominação se realiza não por meio da coerção direta, mas pela naturalização das formas sociais que regulam a vida cotidiana.

Musto destaca que esse processo de naturalização é um dos pilares da eficácia ideológica do capitalismo, pois desloca o conflito de classe e a exploração para o plano da aparência, transformando-os em relações entre coisas. Ao tratar o fetichismo como eixo estruturante da crítica marxiana, Musto contribui para desvelar o caráter político da crítica ao valor, ao trabalho abstrato e à autonomização das categorias econômicas.

Essa estrutura reificada da sociabilidade capitalista, segundo Marx, impede que os indivíduos reconheçam nas mercadorias o trabalho humano que lhes dá origem. A forma valor obscurece a totalidade das relações sociais de produção, apresentando-as como relações naturais entre objetos.

O mundo social torna-se um mundo de coisas com vontade própria, dotadas de "valor" intrínseco, instaurando um universo em que o ser humano é subordinado aos produtos de sua própria atividade (MESZÁROS, 2002).

Compreender o fetiche da mercadoria, portanto, é compreender a dinâmica central do capital. O fetiche não é um elemento periférico, mas constitutivo da racionalidade econômica burguesa. Ele explica como o capital consegue naturalizar sua lógica, ocultar sua historicidade e consolidar formas de dominação baseadas na abstração do trabalho e na autonomização das formas sociais.

Trata-se de uma chave teórica indispensável para a crítica da economia política e para o desvelamento das estruturas simbólicas que sustentam o consumo moderno. O conceito de fetichismo da mercadoria, desenvolvido por Marx no primeiro volume de "O Capital", revela como, no capitalismo, as relações sociais entre os homens assumem a forma fantasmagórica de relações entre coisas. O produto do trabalho passa a ser visto como dotado de valor próprio, desconectado de sua origem social. As mercadorias adquirem uma aparência autônoma, como se tivessem vida própria e valor intrínseco.

Esse fenômeno, segundo Marx, é decorrente da forma como a produção capitalista oculta as relações de exploração e alienação. O fetiche da mercadoria, portanto, não é apenas um erro de percepção, mas uma expressão real da forma social da produção. A mercadoria é fetichizada porque, ao mesmo tempo em que é produzida pelo trabalho humano, ela aparece como algo natural, autônomo, descolado da prática produtiva.

Relações entre fetiche, psicologia e marxismo

A relação entre as concepções marxista e psicológica de fetiche revela um campo fecundo de análise sobre os mecanismos de dominação simbólica e subjetiva no capitalismo contemporâneo. No pensamento marxista, o fetiche da mercadoria expressa a autonomização das relações sociais sob formas objetivas que ocultam sua gênese no trabalho humano.

Já na psicologia social, o fetiche pode ser compreendido como um dispositivo simbólico que estrutura o desejo, orientando-o para objetos investidos de valor afetivo e cultural, como demonstram as contribuições de Freud, Fromm e Bauman.

Essa convergência teórica ganha força ao se analisar o consumo como prática carregada de significados sociais, culturais e psicológicos. A mercadoria, como forma social, não apenas satisfaz necessidades materiais, mas atua como vetor de reconhecimento, pertencimento e construção identitária, integrando os processos de subjetivação nas sociedades contemporâneas.

Pierre Bourdieu (1983), ao discutir os habitus de classe, argumenta que os bens de consumo operam como marcadores simbólicos de distinção, sendo selecionados e apropriados segundo disposições incorporadas historicamente, que expressam e reproduzem posições de classe.

Jean Baudrillard (1970), por sua vez, propõe que o consumo deve ser compreendido como um sistema de signos em que os objetos não têm valor apenas por sua função, mas sobretudo por seu papel na construção de identidades e diferenciações simbólicas.

O fetiche, nessa perspectiva, atua como operador semiótico que transforma o objeto em signo de status e desejo, promovendo um deslocamento do valor de uso para o valor simbólico, reconfigurando a experiência subjetiva e social do consumo. Essa transformação é amplificada pelas estratégias de marketing e publicidade, que potencializam o poder simbólico da mercadoria e reforçam a centralidade do consumo como prática de autorrealização, prestígio e distinção, inserindo-o em uma lógica de performance social contínua.

Do ponto de vista psicanalítico, o fetiche também é revelador das tensões entre repressão e desejo. Freud compreende o fetiche como substituto simbólico do objeto reprimido, uma ponte entre o sujeito e sua satisfação psíquica. Ao ser investida de significados afetivos inconscientes, a mercadoria ocupa o lugar da falta, convertendo-se em mecanismo de apaziguamento da ansiedade e da frustração. Em sociedades moldadas pela lógica capitalista, esse processo é amplificado pela cultura do consumo, que estimula a produção incessante de desejos insaciáveis.

Marcelo Musto (2015), ao revisitar a crítica do fetichismo em Marx, argumenta que a mercadoria, ao ocultar sua origem social, constitui um instrumento eficaz de dominação, pois naturaliza as formas sociais de exploração. O fetiche da mercadoria não é apenas aparência ideológica, mas realidade objetiva de um sistema no qual os sujeitos são dominados pelas formas que eles próprios produzem. A partir dessa articulação, é possível compreender que o desejo de consumir não é autônomo, mas modelado por um sistema simbólico que estrutura as subjetividades em função da lógica da mercadoria.

Assim, a intersecção entre fetiche, psicologia e marxismo desvela um campo de forças em que os processos de subjetivação estão profundamente imbricados com as formas históricas de sociabilidade capitalista, marcadas por mediações objetivas e simbólicas que condicionam a forma como o sujeito se relaciona com os bens, com o outro e consigo mesmo.

Nesse cenário, o consumo deixa de ser um simples ato econômico e se torna uma expressão estruturante de um regime simbólico de dominação, no qual o desejo é capturado, canalizado e reproduzido por dispositivos ideológicos e materiais próprios da racionalidade capitalista.

A naturalização das formas sociais, característica do fetichismo, impede a percepção crítica das relações de exploração que sustentam a produção e a circulação de mercadorias. Compreender esse processo é fundamental não apenas para uma crítica radical à cultura do consumo, mas também para a elaboração de alternativas emancipatórias, capazes de resgatar a agência histórica e o protagonismo subjetivo dos indivíduos frente à dominação fetichizada.

A aproximação entre as concepções psicológica e marxista de fetiche permite compreender como a mercadoria se converte em objeto de desejo não apenas por sua

utilidade concreta, mas sobretudo por seu poder simbólico, resultado de um investimento afetivo, cultural e ideológico.

Nesse sentido, o valor simbólico da mercadoria supera seu valor de uso, tornando-se um mediador da identidade, do status e do reconhecimento social. A mercadoria fetichizada é, portanto, desejada não porque responde a uma necessidade objetiva, mas porque representa, dentro do imaginário social, promessas de completude, pertencimento e distinção.

A crítica ao fetichismo revela, assim, a necessidade de desmontar os mecanismos pelos quais a subjetividade é produzida como função da lógica mercantil, propondo uma reconfiguração das formas de desejo, consumo e sociabilidade com base em outras racionalidades — solidárias, emancipadoras e conscientes das determinações sociais que moldam as escolhas individuais.

Essa convergência pode ser observada na análise do consumo como prática cultural, simbólica e psicológica, onde o desejo se revela como um construto socialmente mediado e historicamente situado. A mercadoria torna-se, nesse processo, um "espelho simbólico" através do qual o sujeito busca não apenas suprir uma necessidade, mas inscrever-se em um sistema de significações que lhe oferece reconhecimento, status, pertencimento e distinção.

Bourdieu (1983) analisa como os bens operam enquanto marcadores de capital simbólico, sendo consumidos para afirmar posições dentro de um espaço social estruturado por habitus e práticas de distinção. Já Baudrillard (1970) argumenta que, na sociedade de consumo, os objetos perdem sua centralidade funcional para tornarem-se signos em um sistema semiótico autônomo, em que o consumo visa mais à manipulação de diferenças simbólicas do que à satisfação de necessidades reais.

A mercadoria, assim, não é apenas desejada por seu valor de uso, mas principalmente por seu valor simbólico e identitário, funcionando como instrumento de inscrição do sujeito em uma linguagem social estruturada pela lógica da mercadoria e pela performatividade do consumo.

Do ponto de vista freudiano, o fetiche revela a tensão fundamental entre repressão e desejo, funcionando como um substituto simbólico para um objeto ou desejo interditado pela estrutura psíquica e pelas normas sociais. Segundo Freud, o fetiche emerge como resposta psíquica à castração simbólica, operando como mecanismo de defesa e condensando afetos reprimidos em um objeto concreto.

Este objeto, assim investido de significado inconsciente, passa a ter um valor que excede sua função utilitária, tornando-se um elo entre o desejo reprimido e a possibilidade de satisfação imaginária.

Na sociedade capitalista, o fetiche da mercadoria ocupa esse mesmo lugar simbólico, conforme interpretações críticas da psicanálise social e da teoria marxista. A mercadoria torna-se simultaneamente promessa de realização subjetiva e instrumento de integração social sob os moldes do capital.

O objeto mercantil fetichizado opera como ponto de condensação entre desejo, identidade e reconhecimento, articulando-se a uma lógica de dominação simbólica em que o controle se dá menos pela coerção e mais pela produção de sentidos. Assim, como destaca Marcuse (1964), o fetichismo materializa a racionalidade repressiva do capitalismo avançado, na qual os impulsos libidinais são canalizados para objetos de consumo, criando um "prazer administrado" que reforça a ordem vigente. Dessa forma, o fetiche da mercadoria não apenas mascara as relações sociais de produção, como captura o desejo e o redireciona para a manutenção da estrutura de dominação existente.

Fetiche e a decisão de consumir

A articulação entre o conceito de fetiche e o ato de consumir revela que as escolhas de consumo estão menos associadas a uma racionalidade instrumental e mais a uma racionalidade simbólica, afetiva e historicamente determinada. A mercadoria, enquanto fetiche, intervém na formação do desejo, na construção da identidade e na experiência do prazer, operando como um elo entre a estrutura objetiva da economia e os processos subjetivos da psique.

Como salienta Marcelo Musto (2015), o fetichismo não se limita à esfera da ideologia, mas constitui uma forma objetiva de dominação que estrutura a vida cotidiana, atravessando as práticas mais ordinárias, inclusive o ato de consumir.

Do ponto de vista da psicologia econômica e social, o sujeito contemporâneo é constantemente interpelado por signos de consumo que prometem pertencimento, prestígio e satisfação. O consumo, nesses termos, deixa de ser apenas uma resposta a necessidades e passa a desempenhar uma função simbólica essencial na constituição do eu.

A mercadoria fetichizada é investida de significados que ocultam sua origem social e os processos de exploração que a sustentam, conforme já indicava Marx (2013) e aprofundado por Rubin (1980), ao afirmar que a forma-valor encobre o conteúdo real da produção capitalista: o trabalho humano abstrato.

Nesse sentido, o fetiche age como operador cultural que canaliza desejos para objetos marcados por promessas imaginárias de completude. A decisão de consumir, portanto, não se funda apenas em critérios de utilidade ou preço, mas se enraíza em um campo de representações sociais, aspirações identitárias e mediações simbólicas.

Zygmunt Bauman (2008) reforça essa perspectiva ao afirmar que, na modernidade líquida, os bens de consumo funcionam como substitutos de vínculos estáveis, preenchendo lacunas deixadas por relações humanas fragmentadas e inseguras. O consumo, assim, transforma-se em forma de comunicação e autoexpressão em um mundo em que os vínculos afetivos e institucionais tornaram-se precários.

Dessa forma, o fetiche opera como mediação fundamental entre sujeito e mercadoria, deslocando a atenção da origem e do processo produtivo para a aparência encantada dos objetos. Ele reforça a passividade crítica, pois transforma relações sociais em atributos naturais e desejáveis dos bens.

Compreender essa dinâmica é essencial para uma crítica radical da razão consumista e para o desenvolvimento de abordagens interdisciplinares entre economia, psicologia e teoria social. Ao revelar a imbricação entre lógica capitalista, desejo e subjetividade, o estudo do fetiche permite desnaturalizar o consumo e abrir caminhos para alternativas emancipatórias de produção e realização humana.

A articulação entre o conceito de fetiche e o ato de consumir revela que as escolhas de consumo estão menos associadas a uma racionalidade instrumental e mais a uma racionalidade simbólica e afetiva. A mercadoria, enquanto fetiche, intervém na formação do desejo, na construção da identidade e na experiência do prazer.

A psicologia econômica, ao investigar os fatores emocionais, cognitivos e sociais da tomada de decisão, corrobora a ideia de que o consumidor não é um agente plenamente racional, mas um sujeito atravessado por representares simbólicas. O fetiche, ao ocultar a origem social da mercadoria e ao investir o objeto de atributos encantados, reduz a consciência crítica e orienta o desejo para a aquisição de signos.

Assim, pode-se concluir que o fetiche é um dispositivo de mediação simbólica e subjetiva entre o sujeito e o sistema capitalista. Ele reconfigura a mercadoria como objeto de desejo e transforma o consumo em campo de construção da subjetividade. Entender essa dinâmica é essencial para uma crítica da razão consumista e para o desenvolvimento de abordagens mais integradas entre economia, psicologia e teoria social.

Considerações Finais

A análise realizada ao longo deste artigo permitiu demonstrar que o fetichismo da mercadoria não é um fenômeno periférico ou acessório, mas uma dimensão constitutiva da sociabilidade capitalista. Conforme Marx (2013), a forma mercadoria oculta as relações sociais de produção, apresentando os produtos do trabalho como entidades autônomas e dotadas de valor intrínseco. Esse processo de reificação é aprofundado, conforme argumentam Rubin (1980) e Musto (2015), pela autonomização das categorias econômicas, que escapam ao controle dos sujeitos e se impõem como forças naturais.

Ao articular esta crítica com os aportes da psicologia social e da psicanálise, evidencia-se que o fetiche opera não apenas no plano objetivo das trocas mercantis, mas também na constituição subjetiva dos desejos, das expectativas e das decisões individuais.

A mercadoria, transformada em signo, passa a funcionar como mediadora simbólica de reconhecimento, identidade e distinção social. Bauman (2008) aponta que, na modernidade líquida, os objetos de consumo assumem o lugar das relações estáveis, operando como substitutos emocionais e dispositivos de segurança afetiva em um mundo fragmentado.

O consumo, sob tais condições, revela-se como prática estruturada por dispositivos ideológicos que capturam o desejo e o redirecionam para objetos fetichizados. A decisão de consumir deixa de ser um ato puramente racional para se configurar como resposta simbólica a demandas afetivas, culturais e sociais. Ao mesmo tempo em que oferece uma promessa de completude, o consumo fetichizado contribui

para a reprodução da alienação, do individualismo e da passividade crítica diante das formas de dominação estrutural.

Conclui-se, portanto, que a crítica ao fetichismo da mercadoria deve ser atualizada e ampliada com os instrumentos da psicologia e da teoria social crítica, de modo a evidenciar a articulação entre lógica do capital, subjetividade e poder simbólico. Compreender o consumo como campo de disputa entre dominação e emancipação é passo fundamental para uma práxis transformadora, capaz de recuperar a historicidade das formas sociais e resgatar a potência criadora do sujeito diante da mercadoria encantada.

Referências bibliográficas

- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1970.
- BAUMAN, Zygmunt. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BELLUZZO, Luiz Gonzaga de Mello. *Ensaio sobre o capital: fetiche e mistificação*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 1983.
- BRAGA, José Carlos de Souza. *A economia política do capitalismo rentista: novo caráter da hegemonia*. São Paulo: Editora Unesp, 1999.
- FREUD, Sigmund. *O fetichismo* (1927). In: FREUD, S. *Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud*. v. XXI. Rio de Janeiro: Imago, 1996.
- FROMM, Erich. *Ter ou ser?*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- LASCH, Christopher. *A cultura do narcisismo: a vida americana numa era de esperanças em declínio*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.
- MARCUSE, Herbert. *O homem unidimensional: estudos sobre a ideologia da sociedade industrial avançada*. Rio de Janeiro: Zahar, 1964.
- MARX, Karl. *O capital: crítica da economia política*. Livro I. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2013.
- MESZÁROS, István. *Para além do capital*. São Paulo: Boitempo, 2002.
- MOSCOVICI, Serge. *Representações sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis: Vozes, 2003.
- MUSTO, Marcelo. *Os manuscritos econômico-filosóficos de Marx: crítica da economia política e alienação*. São Paulo: Boitempo, 2015.
- RUBIN, Isaak Ilitch. *Ensaio sobre a teoria do valor de Marx*. São Paulo: Boitempo, 1980.

BREVES APONTAMENTOS SOBRE O PENSAMENTO FURTADIANO: CRESCIMENTO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

Paulo Daniel Vieira Acácio Silva

Resumo

O presente artigo propõe uma releitura crítica do pensamento de Celso Furtado acerca das distinções entre crescimento e desenvolvimento econômico, com ênfase na caracterização estrutural do subdesenvolvimento como um fenômeno histórico e não transitório. A partir de uma análise teórico-conceitual de suas obras centrais, particularmente *Formação Econômica do Brasil* e *O Mito do Desenvolvimento Econômico*, o artigo busca compreender os fundamentos do subdesenvolvimento latino-americano e a crítica furtadiana à importação acrítica de modelos de crescimento oriundos do centro do sistema capitalista. Argumenta-se que o desenvolvimento, para Furtado, é um processo dependente da transformação estrutural das formas de produção e da capacidade de autodeterminação das sociedades periféricas. O artigo contribui para o debate contemporâneo sobre alternativas ao desenvolvimentismo convencional e reforça a atualidade do pensamento estruturalista frente à nova dependência tecnológica e financeira.

Palavras-chave: Celso Furtado; desenvolvimento econômico; crescimento; subdesenvolvimento; estruturalismo latino-americano.

Introdução

A distinção entre crescimento e desenvolvimento econômico ocupa lugar central na tradição crítica da teoria do desenvolvimento na América Latina. Entre seus principais formuladores, Celso Furtado se destaca por uma abordagem historicamente situada, que entende o subdesenvolvimento não como uma etapa anterior ao desenvolvimento, mas como uma estrutura própria e funcional dentro da economia mundial capitalista. Em oposição às visões lineares e universalistas do crescimento econômico, Furtado propõe uma teoria do subdesenvolvimento ancorada na heterogeneidade estrutural e na dependência tecnológica e comercial.

Este artigo tem como objetivo reconstituir criticamente o pensamento de Furtado sobre crescimento e desenvolvimento, enfatizando sua contribuição à compreensão do subdesenvolvimento como uma totalidade histórica e sua crítica aos modelos importados de modernização. A relevância de sua obra reside na atualidade de suas análises frente aos desafios contemporâneos das economias periféricas.

Referencial Teórico

O pensamento de Celso Furtado ocupa posição central na tradição estruturalista latino-americana e na crítica às teorias convencionais do crescimento econômico. A originalidade de sua contribuição reside na ruptura com a visão evolucionista e linear do desenvolvimento, dominante nos anos 1950 e 1960, e na construção de uma abordagem histórica, estrutural e política para compreender a persistência do subdesenvolvimento.

Em sua concepção, crescimento e desenvolvimento não são equivalentes: o crescimento pode ocorrer em contextos de manutenção da desigualdade, da dependência externa e da reprodução de estruturas regressivas, enquanto o desenvolvimento requer uma transformação qualitativa e autônoma das estruturas econômicas e sociais.

Crescimento, desenvolvimento e ruptura estrutural

Em sua obra clássica *Formação Econômica do Brasil* (1959), Furtado delinea uma interpretação do desenvolvimento como processo historicamente situado, resultado de escolhas políticas e estruturais, e não mera consequência da acumulação de capital ou do progresso técnico. Ao contrário da ortodoxia neoclássica, que associa desenvolvimento à elevação do produto per capita, Furtado propõe uma distinção essencial: crescimento econômico é expansão quantitativa; desenvolvimento econômico é mudança estrutural qualitativa.

Essa mudança envolve, sobretudo, a diversificação da estrutura produtiva, a superação da heterogeneidade estrutural — marcada pela coexistência de setores modernos e arcaicos —, e a ampliação da capacidade endógena de inovação e planejamento. O desenvolvimento, para Furtado, pressupõe a capacidade de uma sociedade formular e executar projetos de longo prazo, orientados por valores civilizatórios próprios, e não apenas pela lógica do mercado internacional.

O subdesenvolvimento como construção histórica

Uma das maiores contribuições de Furtado é a concepção do subdesenvolvimento como um fenômeno histórico e estrutural, e não como uma etapa inferior do progresso econômico. Em *Subdesenvolvimento e Estagnação na América Latina* (1966), ele rejeita a ideia de que todas as economias seguem uma mesma trajetória linear rumo ao desenvolvimento. Segundo ele, o subdesenvolvimento é resultado da forma específica de inserção das economias latino-americanas no sistema capitalista mundial, a partir da colonização e da especialização produtiva voltada à exportação de bens primários.

Essa inserção gerou estruturas econômicas profundamente assimétricas, caracterizadas por dependência tecnológica, vulnerabilidade externa, concentração de renda e exclusão social persistente. O subdesenvolvimento é, assim, funcional ao sistema global, pois garante a reprodução de um padrão de especialização que favorece os centros dinâmicos do capitalismo e restringe a autonomia das economias periféricas.

Furtado rejeita explicitamente a ideia de “atraso” como sinônimo de subdesenvolvimento: para ele, trata-se de uma forma específica de desenvolvimento capitalista dependente, que se consolida como estrutura, reproduz padrões de dominação e cria obstáculos internos à transformação.

Crítica à difusão dos modelos de crescimento do centro

Em *O Mito do Desenvolvimento Econômico* (1974), Furtado aprofunda sua crítica à importação acrítica dos modelos de crescimento oriundos dos países centrais. Ele denuncia a ilusão modernizadora que transforma o crescimento econômico em fetiche e despreza os fundamentos históricos, culturais e políticos das sociedades periféricas. Para Furtado, o desenvolvimento não pode ser reduzido à replicação do modo de vida das nações industrializadas, sob risco de aprofundar a dependência e desestruturar as bases socioculturais dos países subdesenvolvidos.

Ele argumenta que a difusão de padrões de consumo de massa incompatíveis com a base produtiva local gera tensões inflacionárias, desequilíbrios externos e crises fiscais. Mais que isso, produz uma colonização do imaginário, que impede a construção de projetos alternativos enraizados nas realidades e valores nacionais. O modelo de consumo importado, ao mesmo tempo que impulsiona setores modernos da economia, exclui amplas camadas da população e reforça a dualidade estrutural do subdesenvolvimento.

Planejamento, autonomia e criatividade histórica

Furtado destaca que o desenvolvimento requer, sobretudo, autonomia política e planejamento estratégico. Ele defende a centralidade do Estado como agente indutor da transformação estrutural, responsável por coordenar o investimento, direcionar a estrutura produtiva e formular políticas redistributivas. O mercado, em sua lógica espontânea, tende a reproduzir desigualdades e a reforçar a dependência — apenas o planejamento democrático pode romper esse ciclo.

Essa ênfase na ação política e na capacidade de autodeterminação aparece com força em *Criatividade e Dependência na Civilização Industrial* (1978), em que Furtado propõe uma nova concepção de desenvolvimento como expressão da criatividade coletiva de uma sociedade, e não apenas como acumulação material. Ele antecipa, nesse ponto, temas que ganhariam destaque no debate internacional anos depois, como desenvolvimento sustentável, diversidade cultural e qualidade de vida.

A atualidade de Celso Furtado frente ao novo contexto periférico

A partir da década de 2000, o pensamento furtadiano voltou a ganhar destaque em meio aos debates sobre desindustrialização precoce, reprimarização exportadora e dependência tecnológica no Sul Global. Autores como Bresser-Pereira, Roncaglia e

Bielschowsky retomam suas categorias para pensar os impasses do novo desenvolvimentismo e os limites da integração subordinada ao capitalismo financeiro globalizado.

A crítica de Furtado à modernização exógena e ao fetiche do crescimento permanece atual diante dos desafios contemporâneos: mudanças climáticas, digitalização desigual, financeirização da economia e fragilidade das democracias periféricas. Seu pensamento convida à construção de um novo projeto nacional-desenvolvimentista, baseado em soberania, inclusão e transformação estrutural.

Metodologia

Este artigo adota uma abordagem teórico-conceitual e qualitativa, centrada na análise textual e interpretativa de duas obras fundamentais de Celso Furtado: *Formação Econômica do Brasil* (1959) e *O Mito do Desenvolvimento Econômico* (1974). Trata-se de um estudo de natureza bibliográfica, de tipo exploratório-interpretativo, orientado pela tradição da hermenêutica crítica e ancorado em métodos da história do pensamento econômico, com ênfase no contexto latino-americano e nos paradigmas do estruturalismo cepalino.

Justificativa da seleção das obras

As duas obras selecionadas — *Formação Econômica do Brasil* e *O Mito do Desenvolvimento Econômico* — constituem marcos fundamentais na trajetória intelectual de Furtado e refletem dois momentos distintos, porém complementares, de sua elaboração teórica. A primeira insere-se no esforço de compreender a emergência histórica do subdesenvolvimento brasileiro, a partir da colonização e da especialização primário-exportadora. A segunda formula uma crítica madura à ideologia do progresso linear e ao transplante de modelos de crescimento das economias centrais para os países periféricos.

Ambas oferecem fundamentos para distinguir, de forma precisa e não simplificadora, os conceitos de crescimento econômico e desenvolvimento estrutural, bem como para discutir a historicidade e a dependência das formações econômicas periféricas. A seleção das duas obras foi, portanto, criteriosa e estratégica, buscando abarcar tanto a análise histórica de longa duração quanto a crítica política e epistemológica às ideias dominantes de desenvolvimento.

Procedimentos de análise

A análise seguiu os princípios da interpretação textual sistemática, com atenção especial aos seguintes eixos temáticos:

- (i) Definições conceituais centrais: crescimento, desenvolvimento, subdesenvolvimento, dependência, estrutura econômica, criatividade histórica;
- (ii) Conjuntura de produção das obras: contexto histórico, institucional e intelectual em que Furtado as escreveu;
- (iii) Coerência e evolução interna da argumentação: conexões entre os diagnósticos empíricos e a formulação teórica;
- (iv) Diálogos implícitos e explícitos com outras tradições teóricas: crítica ao evolucionismo schumpeteriano, ao liberalismo neoclássico e à modernização acrítica;
- (v) Implicações normativas e políticas do conceito de desenvolvimento.

O material textual das obras foi analisado com base em leituras integrais, reiteradas e segmentadas por temas, adotando um método dedutivo-interpretativo, que busca reconstruir as estruturas internas do raciocínio de Furtado, em diálogo com a crítica contemporânea e os paradigmas do pensamento latino-americano.

Fundamentação epistemológica

A análise fundamenta-se na hermenêutica crítica, entendida como um método que articula compreensão textual com análise ideológica, visando situar os conceitos no interior das estruturas de dominação e conflito histórico. Não se trata de uma leitura descritiva ou historicista, mas de uma abordagem que compreende os textos como produtos e intervenções em contextos de disputa de paradigmas.

Esse procedimento permite iluminar a dupla natureza da obra de Furtado: analítica e propositiva, ao mesmo tempo interpretando a história econômica do Brasil e projetando alternativas de desenvolvimento baseadas na transformação estrutural e na autonomia nacional.

A metodologia incorpora também aspectos da história do pensamento econômico, tal como formulada por autores como Mark Blaug e E. K. Hunt, priorizando a reconstrução da lógica interna dos argumentos e o exame de suas condições históricas de emergência.

Limitações e escopo da análise

Embora a obra de Furtado seja extensa e multifacetada, a presente análise restringe-se às duas obras mencionadas, o que implica uma delimitação temporal e temática. A proposta não é construir uma biografia intelectual completa nem realizar um levantamento exaustivo, mas extrair categorias analíticas centrais para pensar criticamente o binômio crescimento-desenvolvimento a partir da perspectiva estruturalista e latino-americana.

Reconhece-se, ainda, que as obras são atravessadas por inflexões contextuais — *Formação Econômica do Brasil* foi escrita em plena era desenvolvimentista (1959), enquanto *O Mito do Desenvolvimento* é um produto da desilusão com o modelo modernizador e do exílio político. Essa inflexão é parte integrante da análise e reforça a tese de que, para Furtado, o desenvolvimento não é uma questão técnica, mas um projeto político de transformação civilizatória.

Discussão: estrutura histórica e crítica ao mito do desenvolvimento

“Formação Econômica do Brasil”: subdesenvolvimento como herança histórica estruturante

Em *Formação Econômica do Brasil*, Celso Furtado realiza um dos mais influentes exercícios de reconstrução da história econômica brasileira a partir da lógica da dependência estrutural. Diferentemente das interpretações liberais da época, que atribuíam o atraso do Brasil à escassez de capital ou de educação, Furtado propõe uma leitura em que o subdesenvolvimento é o produto histórico da forma específica de inserção do país na economia-mundo capitalista desde o período colonial.

A estrutura econômica brasileira teria sido moldada, segundo o autor, pela lógica da especialização produtiva voltada para a exportação de bens primários, em um processo que articulou exploração do trabalho escravizado, concentração fundiária, dependência tecnológica e fragilidade institucional. Essa lógica gerou uma heterogeneidade estrutural persistente, com coexistência de setores modernos e arcaicos, alto grau de desigualdade social e baixa capacidade endógena de acumulação.

A obra é paradigmática por dois motivos centrais:

1. Primeiro, por oferecer uma teoria do subdesenvolvimento como estrutura, e não como etapa. Em vez de assumir que todos os países seguem uma trajetória semelhante, Furtado demonstra que o Brasil se desenvolveu de forma subordinada, com um padrão de crescimento funcional à reprodução da ordem internacional desigual.
2. Segundo, por articular essa leitura a um diagnóstico propositivo, baseado na ideia de que a industrialização — mediada pelo planejamento estatal — poderia representar uma ruptura com o modelo agroexportador dependente. Essa era, à época, a via concreta possível de transformação estrutural.

Em síntese, *Formação Econômica do Brasil* é uma obra de história econômica crítica, que combina categorias cepalinas (como “deterioração dos termos de troca” e “desenvolvimento desigual”) com uma reconstrução histórica que recusa o evolucionismo e antecipa os fundamentos da teoria da dependência.

“O Mito do Desenvolvimento”: crítica epistemológica à ideologia do crescimento

Em *O Mito do Desenvolvimento Econômico*, escrito já nos anos 1970, após o autor viver a experiência do exílio e do fracasso das promessas desenvolvimentistas dos anos 1950 e 60, Furtado se volta à crítica de fundo dos fundamentos epistemológicos, políticos e civilizatórios do paradigma do crescimento. É um livro mais filosófico, no qual o economista se aproxima da crítica cultural, questionando as promessas do progresso técnico e a universalização do modelo de consumo das economias centrais.

Aqui, Furtado explicita que o conceito de “desenvolvimento” foi transformado em um fetiche modernizador, associado linearmente ao crescimento do PIB, à acumulação de capital e à expansão dos mercados. O desenvolvimento, assim concebido, seria um processo neutro, técnico e automático. Para o autor, essa ideia constitui um mito ideológico, porque naturaliza uma experiência histórica específica — a dos países centrais — como norma universal, desconsiderando as condições sociais, políticas e culturais dos países periféricos.

A crítica de Furtado assume ao menos três níveis:

- Crítica econômica: o crescimento do produto não garante desenvolvimento humano, redução da desigualdade ou transformação estrutural. Pode haver crescimento com concentração de renda, dependência externa e destruição de culturas locais.
- Crítica política: o modelo importado de desenvolvimento bloqueia a autonomia das sociedades periféricas, pois impõe uma agenda que reproduz a lógica de consumo do centro e exclui projetos alternativos baseados na realidade histórica local.
- Crítica civilizatória: o “desenvolvimento” transforma-se em ideologia de consumo de massa, de urbanização desordenada, de destruição do meio ambiente e de homogeneização cultural. Ao perseguir padrões inalcançáveis de consumo, a sociedade periférica entra num processo de “modernização frustrada”, permanentemente insatisfeita e dependente.

Nessa obra, Furtado inverte a equação do discurso dominante: o subdesenvolvimento não é ausência de desenvolvimento, mas produto do tipo de desenvolvimento imposto. O que se apresenta como progresso, na verdade, pode significar aprofundamento da dependência, perda de diversidade cultural e destruição da criatividade histórica dos povos periféricos.

Unidade e inflexão entre as duas obras

Ao colocar *Formação Econômica do Brasil* e *O Mito do Desenvolvimento Econômico* em diálogo, percebe-se não uma ruptura, mas uma inflexão crítica. A primeira obra é marcada por um otimismo histórico moderado: acredita-se na possibilidade de a

industrialização e o planejamento econômico romperem o ciclo de dependência. A segunda expressa uma desilusão madura, não com a ideia de desenvolvimento em si, mas com a captura do conceito pelo ideário liberal e tecnocrático.

Essa inflexão reflete não apenas a trajetória pessoal do autor — que, entre as duas obras, viveu o exílio, o golpe de 1964 e o colapso do nacional-desenvolvimentismo —, mas também uma mudança mais ampla no pensamento crítico latino-americano, que nos anos 1970 já denunciava a limitação do modelo cepalino original. Furtado, no entanto, não abandona o projeto de transformação. Ele o redefine como um processo de emancipação histórica, cultural e institucional, fundado na criatividade e na autonomia.

Dessa forma, ambas as obras se articulam como partes de uma mesma crítica estruturante: o subdesenvolvimento é uma construção histórica resultante da forma específica de articulação das economias periféricas ao capitalismo global, e só pode ser superado mediante a ruptura com a dependência, com o fetichismo do consumo e com a lógica imitativa.

Atualidade do pensamento furtadiano

Num contexto de reprimarização produtiva, financeirização da economia, crise ambiental e estagnação prolongada nas economias periféricas, a crítica de Furtado ganha nova relevância. Ele nos fornece instrumentos conceituais para:

- Desconstruir o discurso do crescimento como sinônimo de bem-estar;
- Compreender o subdesenvolvimento como estrutura funcional e não patologia transitória;
- Recolocar a autonomia, a imaginação política e a soberania como elementos centrais do desenvolvimento.

Enquanto *Formação Econômica do Brasil* oferece a arqueologia das causas históricas do subdesenvolvimento brasileiro, *O Mito do Desenvolvimento* aponta seus desdobramentos ideológicos no plano da cultura e da política. Juntas, as duas obras reafirmam que não haverá desenvolvimento real sem ruptura com o padrão dependente e sem a revalorização do coletivo, do território, da cultura e do futuro.

Crescimento e desenvolvimento na visão furtadiana

A distinção entre crescimento econômico e desenvolvimento constitui um dos pilares do pensamento de Celso Furtado, tanto em sua produção analítica quanto em sua crítica político-institucional aos modelos predominantes de modernização nas economias periféricas. Para o autor, crescimento econômico designa, em termos estritos, a expansão quantitativa do produto nacional, isto é, o aumento do volume de bens e serviços gerados por determinada economia ao longo do tempo. Essa expansão, porém, não implica necessariamente desenvolvimento, que deve ser entendido como um processo qualitativo

de transformação estrutural das relações de produção, das instituições e da organização social.

Furtado sustenta que o crescimento pode ocorrer mesmo sob condições de reprodução do subdesenvolvimento, como se observa historicamente em economias latino-americanas que, a despeito de avanços na industrialização e no comércio, mantêm estruturas concentradoras de renda, dependência tecnológica e padrões de consumo dissociados da base produtiva interna.

Nessas circunstâncias, o aumento do PIB não se traduz em elevação do bem-estar coletivo nem em ampliação da autonomia nacional. Em vez disso, tende a acirrar os elementos regressivos do sistema econômico, sobretudo pela reprodução da heterogeneidade estrutural, isto é, da coexistência de setores modernos articulados ao mercado externo com amplos setores estagnados, informais e tecnologicamente defasados.

Essa formulação está presente, com grande clareza, em *Formação Econômica do Brasil*, onde Furtado identifica o subdesenvolvimento brasileiro como uma construção histórica e funcional ao capitalismo internacional, enraizada no padrão colonial-exportador e na ausência de mecanismos internos de difusão do progresso técnico. Ele argumenta que a história econômica do Brasil é marcada por ciclos de expansão baseados na demanda externa (açúcar, ouro, café), os quais geraram crescimento, mas não desenvolvimento, justamente por estarem associados à lógica da dependência, da escravidão e da monocultura. Nessas condições, o crescimento operava como mecanismo de reprodução da desigualdade e da subordinação externa, e não como fator de transformação endógena.

Já em *O Mito do Desenvolvimento Econômico*, o autor aprofunda essa distinção ao argumentar que o desenvolvimento, enquanto processo histórico autônomo, não pode ser importado nem induzido pela simples replicação dos padrões de crescimento dos países centrais. Para Furtado, o que se observa nas economias periféricas não é o fracasso do crescimento, mas o êxito de uma forma de desenvolvimento subordinado, que combina modernização aparente com regressão estrutural e mimetismo cultural. Ele denuncia que, ao transformar o crescimento em fetiche, as elites dirigentes dos países dependentes passam a adotar políticas econômicas voltadas para a manutenção da ordem vigente, ao invés de questioná-la e reorientá-la segundo interesses nacionais.

Nesse sentido, o desenvolvimento, para Furtado, exige mais do que políticas de incentivo à produção ou de atração de investimentos estrangeiros. Requer um projeto político nacional, baseado no planejamento estratégico e na mobilização de recursos internos, capaz de promover a diversificação produtiva, a ampliação da base técnica nacional e a construção de instituições voltadas à democratização do acesso à renda, ao consumo e ao poder. Trata-se de um processo intrinsecamente político, que envolve escolhas sobre os rumos da sociedade, suas prioridades civilizatórias e seus mecanismos de coesão social.

É importante notar que essa concepção furtadiana se distancia tanto das abordagens neoclássicas, que reduzem o desenvolvimento à eficiência alocativa e ao acúmulo de fatores, quanto das versões mais ingênuas do keynesianismo periférico, que viam no crescimento do investimento público o motor automático da superação do subdesenvolvimento.

Para Furtado, a questão central está na natureza do processo de transformação estrutural, e não na magnitude dos fluxos econômicos. É por isso que ele recusa o uso do termo “desenvolvimento” como sinônimo de crescimento e adverte que políticas que expandem o produto sem alterar a estrutura podem consolidar ainda mais o caráter periférico e dependente de uma economia.

Autores como Bresser-Pereira, Tavares e Bielschowsky reconhecem que essa distinção é crucial para entender os dilemas do desenvolvimento na América Latina e que sua atualidade se reafirma no contexto da financeirização e da desindustrialização precoce observadas desde os anos 1990. Eles apontam que a incorporação passiva aos fluxos globais de capital e ao comércio internacional pode gerar crescimento de curto prazo, mas tende a comprometer a capacidade de formular estratégias próprias de desenvolvimento de longo prazo, como alertava Furtado já nos anos 1970.

A perspectiva furtadiana, portanto, associa o desenvolvimento a uma lógica transformadora, criativa e autônoma, que requer o enfrentamento das estruturas de poder — tanto internas quanto internacionais — que reproduzem a desigualdade e a dependência. Para que haja desenvolvimento, é preciso romper com o padrão de crescimento exógeno, reorganizar as prioridades do Estado e construir um novo pacto político-institucional orientado pela soberania, pela equidade e pela valorização da cultura nacional.

Considerações Finais

A análise aqui desenvolvida confirma a centralidade e a atualidade do pensamento de Celso Furtado para a compreensão crítica do desenvolvimento nas economias periféricas. Ao propor uma distinção conceitual e política entre crescimento e desenvolvimento, Furtado desestabiliza as bases da teoria econômica convencional, ao mesmo tempo em que oferece uma estrutura analítica alternativa capaz de captar a complexidade histórica, institucional e geopolítica dos países subdesenvolvidos. Sua contribuição desloca o debate do plano técnico e quantitativo para o campo das escolhas políticas, civilizatórias e estruturais.

Em *Formação Econômica do Brasil*, Furtado constrói uma genealogia do subdesenvolvimento brasileiro como produto de uma inserção subordinada e funcional à lógica do capitalismo internacional. Sua leitura histórico-estrutural mostra que o subdesenvolvimento não é ausência de desenvolvimento, tampouco é transitório: trata-se de uma forma específica de articulação do capital que reproduz desigualdade, dependência tecnológica e exclusão social. A obra evidencia que, em economias periféricas como a brasileira, o crescimento pode coexistir — e frequentemente coexiste

— com a estagnação das estruturas sociais e com o aprofundamento das assimetrias produtivas.

Já em *O Mito do Desenvolvimento Econômico*, o autor radicaliza sua crítica ao denunciar a colonização ideológica promovida pela universalização dos modelos de crescimento dos países centrais. Nesse livro, Furtado desconstrói a ilusão modernizadora que transforma o crescimento do PIB em sinônimo de progresso social. Ao invés disso, propõe que o verdadeiro desenvolvimento só pode emergir de um projeto autônomo de transformação estrutural, fundado na soberania cultural, na capacidade de planejamento e na criatividade histórica das sociedades periféricas.

A coerência entre essas duas obras revela a evolução de uma crítica que vai da explicação histórica das origens do subdesenvolvimento à denúncia da falência dos modelos imitativos de desenvolvimento. Se *Formação Econômica* elabora os fundamentos da estrutura dependente, *O Mito do Desenvolvimento* questiona a naturalização dessa dependência como destino inelutável. Ambas operam como instrumentos teóricos e políticos de resistência, convidando à formulação de alternativas baseadas na ruptura com a lógica da imitação e na valorização de estratégias endógenas.

A partir dessa releitura, torna-se evidente que a contribuição de Celso Furtado não se restringe ao diagnóstico das causas do subdesenvolvimento latino-americano, mas oferece também as bases para repensar o próprio conceito de desenvolvimento. Em vez de aceitar a lógica do crescimento como objetivo último das políticas econômicas, Furtado propõe que o desenvolvimento seja concebido como projeto social de transformação estruturante, orientado por valores de equidade, sustentabilidade e autonomia.

Em um contexto marcado pela nova dependência tecnológica, pela financeirização da periferia e pela emergência de crises ambientais e democráticas, o pensamento de Furtado ressurgiu como ferramenta crítica indispensável. Ele nos alerta que não há desenvolvimento verdadeiro sem ruptura com os paradigmas que sustentam a ordem desigual. Recolocar a questão do desenvolvimento como processo político, histórico e civilizatório é, talvez, a mais urgente e potente lição deixada por sua obra.

Referências bibliográficas

BIELSCHOWSKY, Ricardo. *Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo*. Revista Econômica, Niterói, v. 10, n. 1, p. 7–30, 2008.

BLANCO, Mark. *Economic theory in retrospect*. 5. ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.

BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. Desenvolvimento e subdesenvolvimento. *Revista de Economia Política*, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 3–23, jan./mar. 2005.

FURTADO, Celso. *Formação econômica do Brasil*. 36. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2007.

FURTADO, Celso. *O mito do desenvolvimento econômico*. 6. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2012.

FURTADO, Celso. *Subdesenvolvimento e estagnação na América Latina*. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1966.

FURTADO, Celso. *Criatividade e dependência na civilização industrial*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

HUNT, E. K.; LAUTZENHEISER, Mark. *History of economic thought: a critical perspective*. 3. ed. Armonk: M. E. Sharpe, 2010.

RONCAGLIA, Alessandro. *The wealth of ideas: a history of economic thought*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

TAVARES, Maria da Conceição. Da substituição de importações ao capitalismo financeiro. *Estudos Econômicos*, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 71–123, 1972.

Ensinar Macroeconomia com Consciência Histórica: contribuições do método de Paulo Freire para a formação crítica no curso de Ciências Econômicas

Paulo Daniel Vieira Acácio Silva

Resumo

Este artigo propõe uma reflexão metodológica sobre o ensino da disciplina de Macroeconomia Básica no curso de Ciências Econômicas, com ênfase na aplicação de princípios do método de Paulo Freire. Partindo da premissa de que a educação econômica não deve restringir-se à transmissão técnica de modelos, argumenta-se que a práxis pedagógica deve conectar os fundamentos macroeconômicos à realidade concreta dos estudantes, valorizando a problematização crítica, o diálogo e a contextualização histórica. A proposta pedagógica apresentada considera a mediação entre teoria e vivência socioeconômica dos discentes, buscando formar sujeitos capazes de interpretar, intervir e transformar a realidade. O artigo contribui para o debate sobre inovação pedagógica e formação crítica no ensino superior em economia.

Palavras-chave: ensino de economia; macroeconomia; Paulo Freire; pedagogia crítica; educação problematizadora.

Introdução

O ensino de economia, notadamente das disciplinas teóricas como a macroeconomia, enfrenta desafios relacionados à sua excessiva abstração, à descontextualização e ao distanciamento entre os modelos ensinados e a realidade concreta vivida pelos estudantes.

Em muitos cursos de Ciências Econômicas, especialmente na fase intermediária da graduação, os conteúdos de macroeconomia básica são tratados como blocos neutros de conhecimento técnico, orientados à reprodução de modelos matemáticos e narrativas padronizadas sobre mercados, produto e política monetária, sem o devido enraizamento histórico ou problematização crítica.

Diante desse cenário, este artigo propõe uma abordagem alternativa: a aplicação de princípios do método de Paulo Freire na organização do ensino de Macroeconomia Básica para estudantes do 5º semestre do curso de Ciências Econômicas. Parte-se da concepção de que o conhecimento não é algo “dado” ou “depositado” (como na pedagogia bancária), mas construído no processo de diálogo entre educador e educandos, a partir da realidade vivida, das contradições percebidas e das perguntas mobilizadoras.

Referencial Teórico

O debate sobre o ensino de macroeconomia no ensino superior tem se intensificado nas últimas décadas, especialmente após as sucessivas crises econômicas

globais que evidenciaram os limites explicativos e normativos da teoria macroeconômica dominante. Nesse contexto, ganha centralidade a reflexão sobre como ensinar macroeconomia em cursos de Ciências Econômicas de forma crítica, dialógica e contextualizada.

Este artigo parte do pressuposto de que a pedagogia freiriana oferece uma base epistemológica e metodológica potente para repensar o ensino da disciplina, especialmente quando articulada a uma abordagem heterodoxa da macroeconomia.

Paulo Freire: conhecimento como prática de liberdade

A concepção de Paulo Freire sobre o conhecimento como prática de liberdade constitui um marco teórico fundamental para repensar os processos educativos no ensino superior, sobretudo em áreas historicamente marcadas pelo formalismo teórico e pela racionalidade técnica, como é o caso da economia. Ao rejeitar a ideia de educação como um ato de transferência de conteúdos — a chamada educação bancária — Freire propõe uma pedagogia que se constrói no diálogo, na problematização e na historicidade dos sujeitos.

Para o autor, o conhecimento é uma construção coletiva que emerge da relação dialógica entre educador e educando, ambos sujeitos históricos em permanente transformação. O ato de conhecer, em sua proposta, está enraizado na realidade concreta, nas contradições vividas e nas experiências acumuladas, sendo mediado pela linguagem, pela cultura e pela crítica.

O conteúdo ensinado não pode ser dissociado da existência dos sujeitos: só há aprendizagem significativa quando os conteúdos fazem sentido à luz das situações concretas em que os alunos estão inseridos.

Esse entendimento rompe com a lógica tradicional de ensino centrada na autoridade vertical do professor e na memorização dos conteúdos, e exige uma reconfiguração ética, política e metodológica do processo pedagógico. O papel do professor, para Freire, não é o de transmitir verdades absolutas, mas o de criar condições para que o estudante se aproprie criticamente da realidade e do conhecimento disponível sobre ela. Trata-se de uma pedagogia da autonomia, pautada na confiança mútua, na escuta ativa e na disposição para a coaprendizagem.

Nesse contexto, a sala de aula não é mero espaço de exposição de conteúdos, mas um espaço-tempo de leitura crítica do mundo. O conhecimento é sempre situado, nunca neutro, e deve ser orientado à emancipação e à transformação da realidade. Ao insistir que “ninguém educa ninguém, ninguém educa a si mesmo, os homens se educam entre si, mediatizados pelo mundo”, Freire reconfigura o papel da educação como processo coletivo de humanização.

A pedagogia freiriana também se estrutura em torno do conceito de temas geradores, que são questões emergentes da realidade dos educandos e funcionam como ponto de partida para o processo de ensino-aprendizagem. Esses temas não são apenas instrumentos didáticos, mas núcleos de problematização que permitem ligar os conteúdos

escolares às dimensões sociais, culturais e políticas do cotidiano. Eles funcionam como dispositivos epistemológicos que convocam o estudante à reflexão crítica e à ação transformadora.

A prática educativa, portanto, deve partir da escuta sensível da realidade do estudante, valorizando seus saberes prévios e suas inquietações. Como destacam Arroyo (2013) e Gadotti (1996), a pedagogia de Freire é, simultaneamente, epistemologia, ética e política, pois rompe com o tecnicismo reprodutivo e propõe a formação de sujeitos históricos capazes de intervir no mundo com consciência e responsabilidade social.

No contexto do ensino de economia, essa perspectiva implica reconhecer que os estudantes não são “folhas em branco”, mas sujeitos já imersos em experiências com o mundo econômico: trabalham, consomem, convivem com o desemprego, com a inflação e com as políticas públicas. A pedagogia freiriana permite valorizar essas experiências como portas de entrada para a construção do saber econômico, estabelecendo pontes entre o vivido e o conceitual, entre o empírico e o teórico.

Em suma, a proposta freiriana de conhecimento como prática de liberdade exige repensar o ensino da macroeconomia como um processo crítico, situado e dialógico, comprometido não com a reprodução de modelos, mas com a formação de sujeitos capazes de ler, interpretar e transformar a realidade em que vivem. Ensinar economia, nesse marco, deixa de ser um exercício de neutralidade técnica para tornar-se uma prática social e política orientada pela libertação e pela justiça.

O ensino de macroeconomia e o desafio da hegemonia neoclássica

O ensino de macroeconomia no ensino superior brasileiro tem sido fortemente influenciado pela hegemonia teórica da síntese neoclássica, posteriormente refinada nas versões monetarista e novo-clássica, sobretudo após os anos 1980.

Essa predominância não se manifesta apenas nos conteúdos ministrados, mas também na forma como os cursos são estruturados, nos manuais adotados e nas práticas pedagógicas dominantes, muitas vezes alicerçadas em uma abordagem tecnicista, descontextualizada e acrítica.

Essa hegemonia teórica é resultado de um processo histórico de consolidação institucional, particularmente nos países centrais, onde a ortodoxia passou a ditar os critérios de cientificidade, racionalidade e verdade na economia. Conforme argumenta Colander et al. (2004), os currículos de economia foram se tornando cada vez mais homogêneos e voltados para a formação de especialistas em modelagem matemática, afastando-se das dimensões histórica, filosófica e política da disciplina.

Esse processo deu origem ao que eles denominam “economia como engenharia”, uma disciplina preocupada mais com a coerência interna dos modelos do que com sua capacidade explicativa da realidade concreta (COLANDER et al., 2004).

No caso da macroeconomia, essa tendência se expressa na ênfase recorrente em modelos como IS-LM, oferta agregada/demanda agregada, curva de Phillips, equilíbrio

geral e regra de Taylor, frequentemente apresentados como instrumentos neutros e universais.

Esses modelos são ensinados, em grande parte, sem a devida explicitação de seus pressupostos ideológicos, como racionalidade perfeita, expectativas racionais, mercados autorregulados e neutralidade da política fiscal no longo prazo. Como apontam Dequech (2007) e Fine (2016), essa abordagem oculta a historicidade das teorias e silencia as disputas paradigmáticas que marcam a constituição da ciência econômica moderna.

Essa pedagogia despolitizada e ahistórica limita profundamente a capacidade crítica dos estudantes, que muitas vezes assimilam os modelos como verdades absolutas, perdendo de vista que a economia é uma ciência social, atravessada por conflitos distributivos, interesses de classe e escolhas políticas.

Em vez de formar economistas comprometidos com a análise dos problemas reais das sociedades contemporâneas, o ensino dominante tende a formar operadores técnicos da racionalidade econômica ortodoxa, como já advertia Silva (1998), ao discutir os limites do ensino puramente formalista da economia nas universidades brasileiras.

A hegemonia neoclássica também se reflete na literatura didática utilizada. Os manuais amplamente adotados, como os de Mankiw (2014) ou Blanchard e Johnson (2013), oferecem uma apresentação simplificada e muitas vezes ideológica da realidade macroeconômica, omitindo a existência de alternativas teóricas relevantes e construindo uma narrativa linear e funcionalista da economia de mercado. Essa hegemonia literária reforça o isolamento da macroeconomia convencional em relação a temas como desigualdade, poder político, estrutura produtiva, crise ambiental ou desenvolvimento periférico.

Autores como Bresser-Pereira (2009) e Serrano (2010) têm enfatizado que esse modelo de ensino contribui para o empobrecimento intelectual dos cursos de economia e para a reprodução acrítica de políticas públicas ineficazes ou socialmente regressivas. Para eles, a reconstrução do ensino da macroeconomia exige o reconhecimento da pluralidade teórica existente na disciplina, bem como a valorização de abordagens heterodoxas, como o keynesianismo pós-clássico, o estruturalismo latino-americano, a economia política crítica e a teoria da dependência.

Além disso, essa crítica à hegemonia neoclássica está alinhada a movimentos internacionais por uma reforma curricular na economia, como o movimento *Post-Autistic Economics* (hoje *Rethinking Economics*), surgido na França no início dos anos 2000, e o *CORE Project*, lançado em 2014. Ambos reivindicam um ensino mais plural, empírico e conectado às grandes questões sociais do século XXI, como desigualdade, crise financeira, sustentabilidade e instabilidade global.

Em síntese, o desafio da hegemonia neoclássica no ensino de macroeconomia não é apenas epistemológico, mas também político e pedagógico. Trata-se de uma hegemonia que opera tanto no nível do conteúdo quanto da forma, e que só pode ser superada por meio de uma pedagogia crítica, pluralista e engajada, como propõe Paulo Freire. Essa pedagogia deve ser capaz de romper com o tecnicismo dominante, recuperar o caráter

social e histórico da economia e formar economistas comprometidos com a transformação da realidade.

A macroeconomia heterodoxa como alternativa formativa

A macroeconomia heterodoxa, em suas múltiplas vertentes, representa não apenas uma crítica ao *mainstream* econômico, mas uma proposta formativa alternativa, com potencial para ampliar as capacidades analíticas dos estudantes e reconectar o ensino da economia às realidades históricas e sociais concretas.

Ela parte do reconhecimento de que a economia é uma ciência social, profundamente marcada por disputas teóricas, valores normativos e implicações políticas. Em contraste com a abordagem ortodoxa dominante — centrada no equilíbrio, na racionalidade otimizada e na neutralidade das políticas —, a macroeconomia heterodoxa enfatiza a instabilidade, a incerteza, a distribuição de renda, o papel do Estado e a estrutura produtiva como elementos centrais da análise.

Uma das principais contribuições da macroeconomia heterodoxa reside na tradição pós-keynesiana, que, seguindo os fundamentos de Keynes, rejeita a ideia de que os mercados tendem ao pleno emprego e defende que a demanda efetiva é o motor do crescimento econômico.

Autores como Kalecki, Robinson, Kaldor e, mais recentemente, Lavoie e Setterfield, apontam que as decisões de investimento são influenciadas por expectativas incertas, estrutura de mercado e instituições, e que o desemprego é uma característica sistêmica do capitalismo, não uma falha temporária (LAVOIE, 2014; SETTERFIELD, 2002).

Do ponto de vista pedagógico, essa abordagem oferece uma interpretação dinâmica e crítica dos ciclos econômicos, permitindo que os alunos compreendam fenômenos como recessões prolongadas, estagnação secular e crises de demanda.

Outra vertente essencial da heterodoxia macroeconômica é o estruturalismo latino-americano, cuja origem remonta à CEPAL e a autores como Prebisch, Furtado e Tavares. Essa tradição coloca no centro da análise as estruturas produtivas desiguais entre centro e periferia, a deterioração dos termos de troca, a dependência tecnológica e o papel estratégico do Estado no planejamento e no financiamento do desenvolvimento.

O ensino baseado nessa abordagem permite discutir a especificidade das economias periféricas, valorizando a formação histórica e os condicionantes estruturais do subdesenvolvimento (BIELSCHOWSKY, 2009; SICSÚ, 2003).

Além disso, a macroeconomia heterodoxa contemporânea incorpora os debates da economia feminista, da economia ecológica e da economia institucional, propondo uma visão mais ampla, plural e conectada aos dilemas do século XXI. Essas correntes buscam integrar ao núcleo analítico temas como cuidado e reprodução social, sustentabilidade ambiental, poder institucional e conflitos distributivos — elementos ausentes ou marginalizados nos currículos convencionais.

Sob o ponto de vista formativo, a adoção da macroeconomia heterodoxa no ensino superior implica a valorização da pluralidade teórica, da interdisciplinaridade e do pensamento crítico. Segundo Dequech (2007), a heterodoxia não constitui um corpo homogêneo de ideias, mas sim uma constelação de abordagens que compartilham o compromisso com a explicação realista e histórica dos fenômenos econômicos, bem como com a contestação das premissas individualistas e universalistas do mainstream.

A prática docente inspirada nessa perspectiva deve incentivar o confronto de paradigmas, a leitura de autores clássicos e contemporâneos em sua integralidade e a contextualização histórica dos modelos. Como destaca Lee (2009), a educação econômica plural é aquela que forma estudantes capazes de reconhecer que há múltiplas formas de fazer teoria econômica, e que a escolha de modelos, métodos e hipóteses não é neutra, mas carregada de pressupostos ideológicos e implicações políticas.

Essa orientação encontra ressonância nas diretrizes dos movimentos de reforma curricular em economia, como o *Rethinking Economics* e o *Post-Crash Economics*, que denunciam a natureza dogmática e descolada da realidade dos cursos convencionais, propondo uma pedagogia crítica, empírica e socialmente engajada. No Brasil, essa agenda se articula à valorização da história do pensamento econômico, da economia política e da análise institucional, como defendem Louçã (2011) e Bresser-Pereira (2009).

Portanto, a macroeconomia heterodoxa não deve ser vista apenas como uma alternativa teórica, mas como um projeto pedagógico contra-hegemônico, voltado à formação de economistas críticos, reflexivos e socialmente comprometidos. Trata-se de uma proposta que resgata o papel transformador da educação superior e que dialoga diretamente com os princípios freirianos de autonomia intelectual, consciência histórica e práxis transformadora.

Para além da técnica: economia como prática social e política

A superação da visão tecnicista da economia no ensino superior requer uma profunda reorientação epistemológica e pedagógica. Essa reorientação deve assumir que os modelos econômicos não são construções neutras, universais ou atemporais, mas sim artefatos intelectuais moldados por contextos históricos específicos, valores normativos e interesses sociais. O ensino da macroeconomia, nesse sentido, precisa ir além da transmissão mecânica de modelos formais e incorporar uma reflexão crítica sobre o papel social da ciência econômica, seus fundamentos teóricos e suas implicações políticas.

a) Historicidade dos modelos: economia como saber situado

Todo modelo econômico carrega consigo marcas do tempo e do lugar em que foi produzido. Compreender o modelo IS-LM, por exemplo, exige situá-lo no contexto do keynesianismo do pós-guerra, quando as economias capitalistas centrais buscavam institucionalizar o pleno emprego e a estabilidade macroeconômica por meio de políticas fiscais e monetárias ativas. Como observam Blanchard e Cohen (2002), o IS-LM tornou-se uma forma simplificada de sistematizar as ideias de Keynes, mas incorporando elementos da teoria neoclássica, como a neutralidade da moeda no longo prazo, o que

resultou numa síntese que, embora influente, distorceu aspectos centrais do pensamento keynesiano original.

A economia, como ciência social, evolui em meio a crises, disputas e rupturas. Modelos como a curva de Phillips, a regra de Taylor ou a hipótese das expectativas racionais não emergiram por acaso, mas em resposta a desafios concretos, como a estagflação dos anos 1970, a crise da dívida nos anos 1980 ou a ascensão do neoliberalismo nas décadas seguintes. Autores como Backhouse e Boianovsky (2013) mostram que as ideias econômicas são moldadas por debates públicos, por mudanças institucionais e por redes de poder que influenciam o que é aceito como “ciência legítima” em cada época.

Assim, ensinar modelos sem discutir sua gênese histórica equivale a perpetuar uma ilusão de universalidade que empobrece a formação do economista e encobre as condições sociais da produção do conhecimento. O ensino crítico deve, portanto, incorporar elementos da história do pensamento econômico, como defendem Hunt e Lautzenheiser (2010), permitindo ao estudante reconhecer que toda teoria é filha de seu tempo e que os modelos dominantes não são neutros, mas refletem determinadas visões de mundo.

b) Problemáticas reais como ponto de partida: teoria a serviço da compreensão social

O ensino da macroeconomia precisa reconectar-se aos problemas concretos das sociedades, especialmente em contextos periféricos como o brasileiro. Isso implica romper com a tendência de tratar os modelos como fins em si mesmos, abstraídos da realidade vivida, e utilizá-los como instrumentos para interpretar questões como desemprego estrutural, desigualdade de renda, instabilidade cambial, precarização do trabalho ou restrições externas ao crescimento. Como argumenta Silva (1998), a economia deve ser ensinada a partir das “questões substantivas” que afetam a vida das pessoas, e não como um exercício puramente formal de dedução lógica.

A tradição da economia política — resgatada por autores como Chang (2014) e Louçã (2011) — enfatiza que os fenômenos econômicos são inseparáveis de suas determinações sociais, culturais e políticas. Nesse sentido, o planejamento estatal, o papel do investimento público, os impactos distributivos das políticas macroeconômicas e os efeitos da financeirização devem ser discutidos não apenas como temas periféricos, mas como centrais à análise macroeconômica. O modelo se torna, assim, uma ferramenta de leitura crítica do mundo, e não uma simulação abstrata descolada do contexto.

Esse reposicionamento epistemológico é compatível com a proposta pedagógica de Paulo Freire (2001), que defende que o conhecimento deve partir da realidade concreta dos educandos, de seus saberes e experiências. No caso do ensino da economia, isso significa aproximar o conteúdo programático dos desafios vividos pelas sociedades latino-americanas, rompendo com o universalismo abstrato dos modelos padrão.

c) Pluralismo e debate: a economia como campo de disputas teóricas

A pluralidade teórica é condição fundamental para uma formação crítica e democrática em economia. Diferentes escolas de pensamento — como a neoclássica, a keynesiana, a marxista, a institucionalista, a estruturalista e a pós-keynesiana — oferecem interpretações divergentes sobre os mesmos fenômenos, com implicações normativas e políticas distintas. Ocultar essa diversidade ou reduzi-la a uma nota de rodapé compromete a formação intelectual dos estudantes e reforça uma falsa ideia de consenso científico.

Autores como Dow (2004) e Lawson (2003) destacam que o pluralismo teórico é um antídoto contra o dogmatismo e uma forma de promover a abertura epistemológica, o debate informado e a inovação metodológica. A convivência de paradigmas distintos permite aos estudantes desenvolver a habilidade de comparar pressupostos, identificar implicações e construir visões analíticas mais sofisticadas. Isso é particularmente importante em países periféricos, onde a aplicação acrítica de modelos importados frequentemente resulta em políticas incompatíveis com as estruturas econômicas locais.

No ensino de macroeconomia, o pluralismo deve ser materializado na seleção dos textos, na comparação de modelos e na valorização da controvérsia. Como afirma Dequech (2007), o reconhecimento da heterogeneidade metodológica e ontológica da economia é fundamental para evitar a naturalização das ideias dominantes e para estimular a reflexão crítica sobre os objetivos, os métodos e os limites da ciência econômica.

Considerações Finais

Repensar o ensino de macroeconomia no ensino superior exige romper com a lógica tecnicista, despolitizada e descontextualizada que ainda predomina em muitos cursos de Ciências Econômicas. Este artigo procurou demonstrar que a pedagogia freiriana, centrada na problematização, no diálogo e na historicidade do saber, oferece um caminho fértil para a construção de uma prática docente mais crítica, plural e socialmente comprometida.

Ao articular os fundamentos da pedagogia crítica com os aportes da macroeconomia heterodoxa, propôs-se uma alternativa formativa que não se limita à transmissão de modelos abstratos, mas que valoriza a relação dialética entre teoria e realidade vivida. O ensino de macroeconomia, nesse marco, torna-se um espaço de mediação entre os conteúdos conceituais e as experiências socioeconômicas dos estudantes, promovendo a leitura crítica do mundo e a formação de sujeitos intelectualmente autônomos e politicamente engajados.

A incorporação da historicidade dos modelos econômicos permite que os discentes compreendam as teorias como respostas situadas a conjunturas específicas, e não como verdades universais.

A valorização das problemáticas reais como ponto de partida, por sua vez, reconecta o saber econômico aos dilemas concretos da sociedade — como a desigualdade, o desemprego, a informalidade e a crise ambiental —, conferindo relevância e sentido ao processo educativo. Já a defesa do pluralismo teórico e metodológico contribui para

desnaturalizar a hegemonia neoclássica e estimular a reflexão crítica sobre os diferentes paradigmas em disputa na ciência econômica.

Ao longo deste trabalho, evidenciou-se que uma prática pedagógica inspirada em Paulo Freire não é neutra nem limitada à esfera didática, mas implica uma tomada de posição ética, política e epistemológica diante da função social da educação. Ensinar macroeconomia, nesse sentido, é também contribuir para a formação de uma consciência histórica, para o fortalecimento da cidadania crítica e para a construção de alternativas emancipadoras de desenvolvimento.

Portanto, a proposta aqui apresentada não constitui apenas uma metodologia de ensino, mas um projeto formativo mais amplo, voltado à construção de uma economia ensinada **com e para a transformação social**.

Ao reafirmar o compromisso com uma educação problematizadora, plural e enraizada na realidade latino-americana, o artigo busca provocar o debate e incentivar experiências pedagógicas que resistam à reprodução do saber dominante e contribuam para a emergência de uma nova economia — mais crítica, mais humana, mais justa.

Referências Bibliográficas

- ARROYO, Miguel. *Ofício de mestre: imagens e autoimagens*. 9. ed. Petrópolis: Vozes, 2013.
- BACKHOUSE, Roger E.; BOIANOVSKY, Mauro. *Transforming modern macroeconomics: exploring disequilibrium microfoundations, 1956–2003*. Cambridge: Cambridge University Press, 2013.
- BIELSCHOWSKY, Ricardo. *Pensamento econômico brasileiro: o ciclo ideológico do desenvolvimentismo*. 5. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2009.
- BLANCHARD, Olivier; COHEN, Daniel. *Doença do crescimento?*. São Paulo: Manole, 2002.
- BLANCHARD, Olivier; JOHNSON, David R. *Macroeconomia*. 6. ed. São Paulo: Pearson, 2013.
- BRESSER-PEREIRA, Luiz Carlos. *Macroeconomia estruturalista do desenvolvimento: uma proposta keynesiana para os países em desenvolvimento*. Revista de Economia Política, São Paulo, v. 29, n. 2, p. 134–146, abr./jun. 2009.
- CHANG, Ha-Joon. *Economia: modo de usar*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2014.
- COLANDER, David et al. The making of an economist, redux. *Journal of Economic Perspectives*, Nashville, v. 19, n. 1, p. 175–198, 2004.
- DEQUECH, David. Neoclassical, mainstream, orthodox, and heterodox economics. *Journal of Post Keynesian Economics*, Armonk, v. 30, n. 2, p. 279–302, 2007.

DOW, Sheila C. Structured pluralism. *Journal of Economic Methodology*, London, v. 11, n. 3, p. 275–290, 2004.

FINE, Ben. *Microeconomics: a critical companion*. London: Pluto Press, 2016.

FREIRE, Paulo. *Pedagogia da autonomia: saberes necessários à prática educativa*. 35. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

GADOTTI, Moacir. *Pedagogia da práxis*. São Paulo: Cortez, 1996.

HUNT, E. K.; LAUTZENHEISER, Mark. *History of economic thought: a critical perspective*. 3. ed. Armonk: M. E. Sharpe, 2010.

LAWSON, Tony. *Reorienting economics*. London: Routledge, 2003.

LAVOIE, Marc. *Post-Keynesian economics: new foundations*. Cheltenham: Edward Elgar, 2014.

LEE, Frederic S. *A history of heterodox economics: challenging the mainstream in the twentieth century*. London: Routledge, 2009.

LOUÇÃ, Francisco. *História do pensamento econômico: uma narrativa plural*. São Paulo: UNESP, 2011.

MANKIW, N. Gregory. *Princípios de economia*. 7. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014.

SERRANO, Franklin. A política fiscal e o "novo" consenso macroeconômico. In: PAULANI, Leda M. (org.). *Brasil: sociedade em movimento*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2010. p. 189–208.

SETTERFIELD, Mark. *The economics of demand-led growth: challenging the supply-side vision of the long run*. Cheltenham: Edward Elgar, 2002.

SICSÚ, João. Política econômica e desenvolvimento. In: PAULANI, Leda M. (org.). *Economia brasileira contemporânea*. São Paulo: Atlas, 2003. p. 235–268.

SILVA, Luiz Felipe de Alencastro e. A crise da economia como ciência e o ensino da economia. *Revista Econômica*, Niterói, v. 1, n. 1, p. 71–91, 1998.

Resenha do livro: Miséria à americana: Vivendo de subempregos nos Estados Unidos

Francisco Thainan Diniz Maia

EHRENREICH, Barbara. Miséria à americana: vivendo de subempregos nos Estados Unidos.; Tradução de Maria Beatriz de Meda, 1ª Edição, Rio de Janeiro, Record, 2004.

A obra foi fundamentada na curiosidade de Barbara Ehrenreich acerca das possibilidades de sobrevivência de uma parte da população norte-americana, aquela não mostrada em séries ou filmes e que dado esse processo cultural, não existe na maior potência econômica mundial: a classe pobre, que sobrevive com salários de US\$6,00 a US\$7,00 por hora através de empregos não especializados. Apesar de não presente no processo de difusão cultural, cerca de 30% dos trabalhadores americanos compõem essa faixa da pirâmide de rendimentos.

Diante desse “problema de pesquisa – termo utilizado pela autora – a jornalista se propõe a deixar seus títulos acadêmicos (Ph.D em biologia) e buscar empregos dessa natureza, em três estados norte-americanos entre os anos de 1998 e 2000. Suas diretrizes, seguidas para viver realmente essas condições de vida, são apresentadas logo na introdução do trabalho: (i) nenhuma habilidade da carreira de jornalista pode ser utilizada para conseguir uma melhor remuneração ou posto de trabalho; (ii) deve aceitar as propostas com maior remuneração; (iii) a acomodação deve ser condizente com o recebido no emprego, entretanto, segura e com garantia de privacidade. Nesses termos, a autora sai em busca de uma migração voluntária de classe social, na qual agora será servida pela desesperança de ser escrava do salário, ao menos, temporariamente.

Evidentemente, essa questão trazida por Ehrenreich não está no limbo histórico, durante o período, a sociedade norte-americana discutia a reforma social da Era Clinton, marcada pela retórica de que, um americano ao conseguir um emprego estava garantindo seu passaporte para uma vida melhor. Contrariada a esse tipo de argumento, a autora elabora o livro justamente para fornecer o ponto de vista de quem vive na pele a miséria americana.

A primeira experiência é retratada no primeiro capítulo, excluindo a introdução: nele Barbara buscará o desenvolvimento de sua nova vida na cidade de Key West no estado da Flórida. O primeiro desafio é conseguir um quarto para alugar e se instalar – aqui a autora utilizará uma parcela de renda reservada para esse primeiro movimento –. Com a perspectiva da remuneração citada anteriormente, a autora busca um quarto com cozinha por US\$500,00 por mês, que só consegue após inúmeras tentativas e a 50km de distância do centro.

Nessa primeira parte, tem-se o primeiro choque para um desconhecedor do funcionamento do mercado de trabalho para os não-qualificados: as perguntas realizadas durante as entrevistas para emprego. Diferentemente do emprego administrativo, as ocupações de menor remuneração exigem que o postulante a empregado forneça informações sobre sua honestidade, sobre a quantidade de crianças (filhos e filhas) e país, se compra ou comprou algum tipo de mercadoria de origem duvidosa e se já cometeu pequenos crimes ao longo de sua carreira. Passado o custoso processo de entrevistas, o

emprego conseguido por Barbara foi o de garçoneiro, que remunera US\$2,43 por hora acrescidos de gorjetas.

Durante sua experiência são fornecidos diversos relatos latentes sobre a vida dos empregados, uma análise particularmente interessante é feita sobre o gerente do lugar em que está ocupada: segundo o relato de Ehrenreich, a figura do gerente é utilizada para fiscalizar a preguiça e o roubo dos funcionários, sobre a desculpa do bom funcionamento do estabelecimento, o mesmo poderia limitar as idas ao banheiro, evitar que empregados ficassem sentados, mesmo que por curtos períodos de tempo e ocasionalmente exigir exames de urina para identificação de uso de drogas; sob o ponto de vista do trabalhador não habituado, a figura do gerente, exerce pela corporação, uma violência – no sentido antropológico – laborativa e em alguns momentos pessoal sobre o trabalhador.

Em termos de remuneração, esse primeiro emprego de Key West tem a média semanal de US\$5,47 por hora, o que impossibilita o pagamento do aluguel do quarto distante conseguido pela pesquisadora, ao desabafar sobre isso com os colegas do trabalho, verifica que praticamente todos dali dividem a residência, são casados ou possuem dois empregos. Diante disso, ela parte para uma busca de uma segunda ocupação, após conseguir, atua apenas por dois dias, o longo período gasto nas estradas somados ao tempo do primeiro emprego integral, impossibilita que essa rotina seja seguida.

A única alternativa foi mudar para o trailer em um estacionamento próximo dali por US\$550, 00, que apesar de mais caro, possibilita um segundo emprego de arrumadeira de hotel que remunera a US\$6,10 por hora. Segundo as estatísticas oficiais da época, isso era comum para os trabalhadores americanos, em 1996 por exemplo, quase 7% da força de trabalho total tinha dois empregos para poder subsistir, após assistir e aprender os ofícios de garçoneiro, sofrer as exigências físicas, observar a violência gerencial, casos de xenofobia e muita solidariedade entre os trabalhadores para conseguirem lidar com suas vidas financeiras, Barbara parte para um outro local, dessa vez, buscará a mesma experiência no Maine em Portland.

Segundo a autora, o local geográfico foi escolhido por ser um lugar relativamente sem imigrantes, com trabalhadores predominantemente anglo-saxões e com isso, bem distintos dos encontrados na Flórida. Através dessa característica é possível notar, que a autora busca considerar também os efeitos que a raça e etnia podem exercer sobre o mercado de trabalho. O leitor é notificado também, que os custos de vida entre os estados americanos diferem bastante.

Barbara não consegue o aluguel de um quarto com cozinha aos preços previstos de início, na verdade, após alguns dias vivendo em Portland e lendo as notícias da região, identifica uma crescente valorização dos imóveis na região do Maine, ficando ainda mais surpresa, quando identifica, conversando com alguns especialistas imobiliários, que os trabalhadores mais pobres não tem alternativa a não ser conseguir um dos escassos quartos oferecidos por programas sociais do governo (o que é inviável para os poucos meses que permanecerá ali), ou alternativamente, alugar algum quarto de hotel, que é o que a maioria dos trabalhadores não qualificados faz.

Os elevados custos da cidade forçam que a autora resida em dois hotéis ao longo de sua jornada até encontrar um quarto para alugar, e paralelamente, trabalhe em dois empregos. O primeiro deles é o de cuidadora de um asilo com o pagamento de US\$7,00 por hora, na segunda parte do dia atuaria como funcionária de uma empresa de limpeza por US\$6,65. Ainda assim, em um de seus primeiros finais de semana, devido ao atraso

de pagamentos da empresa de limpeza, Barbara precisou buscar alimentação em abrigos para moradores de rua e desempregados.

Observando principalmente as trabalhadoras de limpeza, notou que suas respectivas condições de vida eram precárias; seus almoços eram limitados a pequenos sanduíches, salgadinhos ou rosquinhas dadas gratuitamente pela empresa, uma vez na semana. Certa vez, ao esquecerem o cartão de pedágio, viu as funcionárias discutirem para juntar US\$0,50 para o pedágio. Grande parte dessas trabalhadoras (todas eram mulheres, exceto o gerente) fumavam, e quando tinham tempo para meio cigarro guardavam-no novamente na carteira.

Os serviços dessas trabalhadoras expõem alguns pontos tocantes a miséria americana. Por exemplo, quando estavam doentes trabalhavam mesmo assim, para não correrem o risco de descontos de horas que fariam falta para o orçamento familiar. Algumas desenvolvem alergias aos produtos de limpeza e nem se queixarem, aguentam os sintomas em busca do sustento.

Ao mesmo tempo em que os problemas físicos se desenvolvem ao longo da jornada, a autora nos traz as transformações mentais que o processo desse tipo de trabalho implica. As mulheres retratam o confronto interno da significância da existência, tentam sair dali algum dia, pelo simples fato de tentar serem “alguém” na vida capitalista. O resultado do trabalho exercido por elas é considerado invisível, todos os donos de residências faxinadas não sabem o rosto ou o valor por traz de um sanitário limpo, e até mesmo a classe trabalhadora tenta exercer um ar de superioridade frente a elas, um relato interessante são as próprias garçonetes com desdém dessas trabalhadoras da limpeza.

A empresa organizava o sistema de limpeza em etapas e por equipes, de maneira que o “corpo-mole” de uma faxineira resultasse em mais trabalho para outra, o que motivava a fiscalização por elas mesmas nas residências que atuavam, diversos problemas de saúde relacionados a má alimentação e posturas para realização das tarefas são explanados, acidentes de trabalho e casos de abuso de poder econômico, nos dando claras contradições do sonho americano.

Em um terceiro momento, Barbara Ehrenreich segue sua pesquisa em outro localidade. Agora a autora observará essa dinâmica no estado de Minnesota. Diferentemente dos dois primeiros casos, Barbara é forçada a residir por toda a sua jornada em hotéis (cujo padrão era bem baixo, até para a baixa renda) dada a crise de moradias populares também observada no Maine, entretanto, em Minnesota ela é bem mais forte.

Os pobres da região, em sua maioria, também moram nesses hotéis. Barbara, segue novamente o processo seletivo para bons empregos (i) formulários (ii) entrevista (iii) exame antidrogas, em um fluxo contínuo. Aqui, a autora explicita os gastos que o trabalhador tem para se recolocar no mercado de trabalho, segundo elas, alguns de seus colegas quando questionados sobre as escolhas dos empregos, apenas alegam que escolheram o primeiro em que foram convocados.

Aqui Barbara aponta, que a pobreza estabelece um fluxo em que as condições materiais não permitem que o trabalhador seja seletivo, e escolham propostas de remuneração não vantajosas. Segundo essas trabalhadoras, o próprio fluxo de contratação, efetuado por etapas em dias diferentes é um agravante que força esse tipo de escolha, o que sem dúvida é aproveitado pelas empresas. Nesse estado, Barbara descreve a vida de um trabalhador do Wal-Mart, as políticas antissindicalistas das empresas e o

pagamento de US\$7,00 por hora, bem abaixo dos US\$11,77 recomendados para a sobrevivência na região em que mora.

Mesmo dentro da rede multinacional a pesquisadora encontra os mesmos problemas que as empresas de limpeza e os postos de garçonete propiciaram, relatando abusos de poder através da vigilância de gerentes, mecanismos de competição e fiscalização entre os próprios trabalhadores fomentado por punições coletivas, diferenciações de funções fundamentadas na etnia, e por fim, abusos realizados pelos próprios clientes, enxergando no trabalho funções a serem exercidas, não propriamente uma pessoa.

Conforme os outros empregos, a remuneração era insuficiente para a subsistência pleno. O americano médio retratado na pesquisa está bem distante daqueles disseminados pelo fator cultural das séries, tendo que lidar com fome, extensas jornadas de trabalho, baixa remuneração, abusos de poder e jornadas muitas vezes triplas de trabalho. A partir desses aspectos, cabe a indagação: quem é realmente livre na famosa terra da liberdade retratada mundo a fora?

Considerações finais

O desenvolvimento da obra, nos mostra que cada emprego representa um mundo social fechado, com sua personalidade, hierarquia, costumes e padrões totalmente particulares. Uma imersão na vida da classe oculta norte-americana, mostra a incrível matemática e arranjos rotineiros que os trabalhadores têm que exercer para garantir a sobrevivência e alimentar sua família; entre os macetes, o aprendizado de poupar energia para que sobre alguma para ser utilizada para o trabalho seguinte.

Além das dificuldades no trabalho, há o testemunho para o leitor mais atento do processo de gentrificação em vento e poupa, empurrando trabalhadores de baixa remuneração para longe de seus postos de trabalho – a alta dos aluguéis é um fator latente disso -.

O sistema dito democrático e livre, torna pessoas escravas e com determinações muito limitadas para a escolha de seu posto de trabalho. Apesar do crescimento de produtividade dos anos 1980 e 1990, os salários seguem tendo perdas reais e quando pressionadas, as grandes corporações oferecem de tudo (cafés gratuitos, aumento de jornada e alguns poucos bônus em ações) exceto elevações salariais, que em teoria são mais difíceis de serem retiradas em uma depressão econômica.

O livro escrito por Barbara Ehrenreich é uma análise interessante dos fenômenos observados no mercado de trabalho de baixa remuneração na sociedade americana do fim da década de 1990, nos apresentando problemas observados até os dias hodiernos. Servindo como convincente resposta aos argumentos levantadas pela política social da Era Clinton, qual seja: Empregos de baixa qualificação não são suficientes para sustentar um trabalhador americano média; quiçá uma mãe solteira na principal potência capitalista.

Autores(as):

Alexandre Cacozzi, Mestre em Ciências Contábeis e Atuarias, Professor em Graduação e Pós Graduação na área Contábil e Financeira e Gerente Executivo de Controladoria e Administração Financeira.

Francisco Thainan Diniz Maia. Doutorando em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP) e professor de Economia Internacional na Faculdade de Tecnologia de Indaiatuba.

Helena Torres Meirelles Administradora de empresas, bacharela em Zootecnia pela UNESP, mestra em nutrição animal pela USP, pós-graduada em Administração financeira e controladoria e didática e prática pedagógica no ensino superior e bacharelada em psicologia pelo Centro Universitário Padre Anchieta (Unianchieta).

Paulo Daniel Vieira Acácio Silva Economista, Doutorando em teoria econômica pelo Instituto de Economia da Unicamp, Mestre em Economia Política PUC-SP e professor titular de ciências econômicas do Centro Universitário Padre Anchieta (Unianchieta).