



O CÁLCULO ECONÔMICO NO MERCADO DE TRABALHO: esboços para uma abordagem sociológica de redes.*

Lucas Rodrigues Azambuja

Estudante de Doutorado do Programa de Pós-Graduação de Sociologia da Universidade de São Paulo (USP). Bolsista do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).
azambuja81@gmail.com

Para se pensar uma abordagem sociológica do cálculo econômico é preciso compreender a contraposição entre Sociologia e Economia no debate sobre o valor heurístico da noção de **mercado de concorrência perfeita** e os pressupostos comportamentais que essa noção implica. Grosso modo, afirma-se que a teoria econômica ortodoxa estabelece que os mercados são dotados das seguintes propriedades: são espaços portadores de uma dinâmica própria, são livres da influência do contexto social e possuem agentes tomando decisões de maneira racional e motivados pelo interesse pessoal. Essas propriedades são possíveis dentro das condições presentes no chamado mercado de concorrência perfeita, quais sejam: 1) a existência de um número suficientemente grande de indivíduos e firmas de modo que nenhum deles possa sozinho manipular os resultados das transações no mercado; 2) produtos e serviços homogêneos para que nenhum consumidor ou demandante prefira outro vendedor ou ofertante por razões que não seja o preço; 3) indivíduos e firmas socialmente isolados (atomização) e independentes para que não haja conluio ou coerção; 4) indivíduos e firmas conscientes do seu interesse e com nível suficiente de informação para tomar decisões de maneira racional (BEAMISH & BIGGART, 2006, p. 244).

Inúmeros cientistas sociais e economistas heterodoxos afirmam que essas condições são exceções, não a regra, na realidade empírica dos mercados. Os economistas ortodoxos contra-argumentam argüindo que o modelo de mercado de concorrência perfeita importa por seu valor heurístico e não empírico, já que, se construíssemos uma teoria que retivesse todas as situações e condições observadas

* Este texto é baseado em nossa pesquisa doutoral intitulada “O cálculo econômico da firma no mercado de trabalho: um estudo no setor de tecnologias de informação”, que se integra à agenda do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia para Estudos da Metrópole.



empiricamente nos mercados, tal teoria seria inútil já que será tão complexa quanto à realidade que deveria descrever abstratamente. Nesse sentido, o modelo de mercado de concorrência perfeita ofereceria uma teoria parcimoniosa e elegante com capacidade preditiva satisfatória (BORJAS, 2010, p. 8).

Desde meados da década de 1930, na economia do trabalho esse debate sobre o valor heurístico da noção de mercado de concorrência perfeita é travado entre abordagens neoclássicas e abordagens institucionalistas (BOYER & SMITH, 2001). Os partidários dessas últimas defendem que, dada as especificidades do mercado de trabalho e da sua mercadoria, esse mercado não deveria ser interpretado através dos modelos de concorrência perfeita, mas a partir de uma análise indutiva e empírica tomando em conta particularidades históricas e contextuais. Por sua vez, os economistas neoclássicos do trabalho defendem a utilização de modelos teóricos dedutivos, a-históricos e centrados no nível dos comportamentos individuais de firmas e trabalhadores, vistos como agentes racionais e maximizadores em situação de concorrência perfeita¹ (BOYER & SMITH, 2001, p. 201).

Posto a discussão nesses termos, aparentemente estaríamos presos ao seguinte dilema: ao reconhecermos que em geral os mercados de trabalho apresentam características que fogem ao modelo de concorrência perfeita, somos levados a desacreditar as capacidades racionais e calculadoras dos agentes no mercado de trabalho. Por outro lado, reconhecer a capacidade explicativa e preditiva dos modelos teóricos que assumem que firmas e trabalhadores tomam decisões racionais, calculando como maximizar seus ganhos, implicaria em fechar os olhos para o fato de que os mercados de trabalho funcionam a partir de outras condições que não aquelas previstas no modelo de concorrência perfeita.

Portanto, ambas as perspectivas são incompletas. A sociológica se limita, na maior parte das vezes, em denunciar o caráter empiricamente fictício do cálculo maximizador e da noção de mercado de concorrência perfeita. A econômica doutrinariamente insistindo na utilidade heurística desses conceitos. As duas

¹ Grosso modo, dizer que um agente é maximizador é afirmar que frente a um conjunto de possíveis escolhas, o agente vai preferir aquela que, a seu juízo, lhe trará maior retorno, maior bem-estar. Assim, do ponto de vista teórico-metodológico, os conteúdos das escolhas não são tão relevantes quanto saber que as escolhas serão sempre consistentes com essa lógica de maximização de resultados.



perspectivas perdem de vista, então, a possibilidade de refletir a cerca do interessante problema teórico: quais condições empiricamente verificáveis que dotam os agentes econômicos de capacidade de cálculo maximizador? Implícita na pergunta formulada acima, a proposição de que uma perspectiva sociológica deva tomar a capacidade de cálculo maximizador como um objeto empírico de análise. Tal perspectiva deve desenvolver conceitos capazes de identificar empiricamente essa capacidade e de compreender as suas condições de possibilidade.

Talvez seja a firma o agente que melhor ilustra esse dilema e, portanto, seja o caso mais adequado para refletirmos a respeito da questão mencionada acima. Descrevê-la como um ator cuja *raison d'être* é gerar ganhos econômicos crescentes, torna difícil questionar que suas tomadas de decisões não sigam uma lógica de “cálculo maximizador²”. É, portanto, quase evidente que não faz nenhum sentido dizer, por exemplo, que uma firma irá contratar trabalhadores se isso não lhe trouxer ganhos. Entretanto, se reconhecermos que, na maior parte das vezes, os mercados de trabalho apresentam condições diferentes (ou até mesmo opostas) às do modelo de concorrência perfeita, como incorporar à explicação o reconhecimento de que as firmas exercem sua capacidade de cálculo maximizador?

O artigo, então, retoma os trabalhos da perspectiva de redes em sociologia econômica (especialmente Mark Granovetter) e a da performatividade de Michel Callon para esboçar alguns elementos teóricos para responder essas questões. Antes, contudo, examinaremos duas teorias econômicas ortodoxas sobre o comportamento da firma no mercado de trabalho, a saber, a teoria da produtividade marginal (TPM) e a *Personnel Economics*; e, após, analisaremos a perspectiva **econômica** de análise de redes. Ao revisarmos essas teorias da economia, nosso objetivo é melhor definir o significado e especificidade de uma abordagem sociológica do cálculo econômico.

A TPM está baseada numa concepção do mercado de trabalho como um mercado de concorrência perfeita. Disso decorre representá-lo como um espaço onde interagem dois tipos de agentes, que ali exercem a sua capacidade de cálculo

² Por “cálculo maximizador” queremos juntar numa mesma expressão duas capacidades dos agentes que a teoria econômica ortodoxa atribui, quais sejam: são motivados pelo interesse de aumentar seus ganhos e que fazem escolhas racionais de acordo com esse interesse.



maximizador, são eles, os trabalhadores e as firmas. No entanto, eles exercem essa capacidade a partir de interesses conflitantes, ou seja, os trabalhadores vão querer vender sua força de trabalho ao maior preço possível enquanto as firmas vão querer comprá-la ao menor custo. Sendo um mercado de concorrência perfeita, à medida que trabalhadores procuram emprego e firmas procuram trabalhadores, “[...] *these conflicting desires are ‘balanced out’ and the labor market reaches an equilibrium*” (BORJAS, 2010, p. 4)³.

Segundo a TPM é preciso considerar o trabalho como um dos insumos que compõem a sua função de produção; esta, por sua vez, pode ser entendida como a quantidade de empregados/horas e de capitais que a firma utiliza para produzir bens ou serviços. Essa abordagem do trabalho como um insumo implica na adoção de dois pressupostos. Primeiro, a decisão sobre o número de empregados/horas numa função de produção tomará sempre em conta a produtividade dos mesmos; assim, por exemplo, 10 trabalhadores contratados por oito horas deverão ser equivalentes em produtividade a 20 trabalhadores contratados por quatro horas. Visando a simplificação, considera-se essa proporcionalidade e, para TPM, apenas é considerado o número de trabalhadores contratados pela firma. Segundo, pressupõe-se que diferentes tipos de trabalhadores produzem um mesmo insumo para firma, chamado “trabalho”. Deste modo, considerando o trabalho como um insumo homogeneamente ofertado, o que importa para análise é apenas as decisões em termos da quantidade deste insumo que irá ser contratada.

Um dos conceitos mais importantes para se compreender a demanda da firma pelo insumo trabalho é o de **produtividade marginal do trabalho (PMT)**. A PMT é definida como o acréscimo de produtividade que uma firma consegue ao contratar mais um trabalhador, mantidos constantes os outros insumos da função de produção. A PMT, por sua vez, está submetida à **lei dos rendimentos decrescentes** (BORJAS, 2010, p. 91). Outro conceito muito importante para compreender a TPM é o de **firma perfeitamente competitiva**. Isso quer dizer que, a TPM pressupõe que a demanda desse

³ Essa perspectiva ainda reconhece o governo como um ator importante, pois impõe regulações que ajudam a definir “as regras do jogo” das transações que ali têm lugar e, assim, afetando o equilíbrio desse mercado. Sindicatos, segundo essa perspectiva, podem ser considerados como um ator relevante para análise desde que representem uma parcela significativa da força de trabalho.



tipo de firma tem um peso suficientemente pequeno no seu segmento econômico, de tal modo que ela não pode influenciar nos preços (BORJAS, 2010, p. 91).

Apoiando-se nos pressupostos antes indicados e nas condições que os conceitos acima mencionados estabelecem, a teoria da produtividade marginal afirma que o comportamento da firma no mercado de trabalho respeita e é compreensível nos termos da seguinte lógica: “[...] *a profit-maximizing firm is posited to stop hiring when the value of labor’s marginal product falls below the cost of hiring this extra labor*” (BOYER & SMITH, 2001, p. 206). O que chama atenção nessa proposição aparentemente simples é a quantidade de pressupostos e condições que se precisa levar em conta para que ela seja verdadeira. Em particular, dois deles se destacam: o da firma perfeitamente competitiva e o que prevê que o trabalhador oferece um insumo (ou mercadoria) homogêneo, o trabalho. Poderíamos citar uma série de casos empíricos nos quais a firma tem condições de influenciar os preços seja no mercado de produtos, seja no mercado de trabalho. Poderíamos elencar inúmeras razões que confirmam que a mercadoria trabalho é tudo menos um insumo homogeneamente ofertado pelos trabalhadores. Entretanto, nenhuma dessas ressalvas consegue desacreditar completamente a simples e poderosa proposição da teoria da produtividade marginal de que uma firma irá empregar trabalhadores na medida em que isso represente ganhos para ela.

Pode-se ainda contra-argumentar que a teoria da produtividade marginal e os pressupostos e conceitos ortodoxos que ela adota, apenas fornecem um modelo de explicação para um dos aspectos da demanda de trabalho das firmas, a saber, o da quantidade de força-de-trabalho a ser demandada ou dispensada. Outros aspectos relevantes estariam, assim, sendo deixados de lado, por exemplo, como explicar as escolhas que elas fazem sobre como remunerar os trabalhadores? (salário fixo ou remuneração por desempenho?). Frente a essas e outras questões, poder-se-ia argumentar que para compreender o modo como as firmas escolhem realizar a sua demanda de trabalho seria necessário afastar-se dos pressupostos que descrevem as suas escolhas em termos de um cálculo maximizador. Todavia, a chamada *Personnel Economics* (PE) tenta oferecer respostas a perguntas dessa natureza, mantendo-se fiel aos pressupostos ortodoxos da teoria econômica sobre o comportamento dos agentes.



A PE estuda diferentes práticas de gestão de recursos humanos das firmas (LAZEAR & SHAW, 2007, p. 91), mas revisaremos essa perspectiva através do modo como ela analisa uma dessas práticas que mais diretamente se refere ao comportamento da firma no mercado de trabalho, sistemas de remuneração⁴. Ao examinar as escolhas das firmas sobre formas de remunerar seus empregados, a PE o faz a partir de quatro pressupostos da teoria econômica ortodoxa:

First, personnel economics assumes that both the worker and the firm are rational maximizing agents, seeking utility and profits. Of course, the economic approach allows for constraints or imperfections, such as imperfect information and transaction costs, and permits an individual's utility to be influenced by a variety of factors such as personal identity, competition, and peer pressure. Second, personnel economists assume that labor markets and product markets must reach some price-quantity equilibrium [...]. Third, efficiency is a central concept of personnel economics. [...] Fourth, personnel economists emphasize the use of econometrics and experimental design to identify underlying causal relationships (LAZEAR & SHAW, 2007, p. 91-92).

Novamente chama a atenção a quantidade de condições e pressupostos que precisam ser assumidos para que as proposições acerca do comportamento da firma no mercado de trabalho sejam formuladas. É verdade que, como se lê na citação acima, os autores fazem uma ressalva com relação ao pressuposto de agentes que calculam como maximizar utilidade ou lucros. Porém, admitir a existência de todos aqueles elementos que interferem na capacidade de cálculo maximizador não diminui a força e a centralidade analítica deste pressuposto para PE:

Constrained maximization is the basic building block of all theories in personnel economics. [...] Even when evidence suggests that the theories are wrong, we do not drop the assumption of maximization. Instead, our approach is to think more carefully about the nature of the model set up, but not about the rationality of the individuals making choices (LAZEAR, 2000, p. F612).

Portanto, os autores da PE **não** abdicam do pressuposto teórico-metodológico do cálculo maximizador, mesmo reconhecendo que há elementos que interferem. A PE entende que as firmas escolhem um ou outro sistema de remuneração (por exemplo, entre pagar um salário ou uma remuneração por desempenho) em função de um cálculo

⁴ Sobre o modo como a PE compreende outras práticas de gestão de recursos humanos, ver Lazear (2000) e Lazear e Shaw (2007).



maximizador (maior eficiência ou produtividade) frente às características da oferta no mercado de trabalho. Contudo, a PE precisa assumir que o funcionamento do mercado de trabalho e o comportamento dos trabalhadores e firmas são aqueles previstos pelo modelo ortodoxo que, como afirmamos anteriormente, raramente corresponde à realidade empírica. Assim, defrontamo-nos novamente com o dilema entre, de um lado, assumir que as firmas realizam a capacidade de cálculo maximizador e, de outro, sublinhar que, empiricamente, os mercados de trabalho apresentam certas condições que tornariam inadequado compreender o comportamento das empresas a partir das noções de cálculo e maximização.

Em contrapartida, no seminal artigo de 1985, Mark Granovetter irá defender a tese que as transações de mercado são realizadas a partir das condições estruturadas pelas redes de relações sociais, não pelas condições previstas no modelo de concorrência perfeita. A perspectiva ortodoxa da economia – que Granovetter (1985) denomina de sub-socializada – só pode manter o pressuposto da atomização em função da forma como ela utiliza a noção de mercado de concorrência perfeita para resolver o problema hobbesiano da ordem, que é por ele definido nos seguintes termos: a realização de transações econômicas e sociais necessita de ordem promovida pela confiança entre indivíduos e pela ausência de maleficência; mas, se os indivíduos são atomizados, não há nada que os faça confiar uns nos outros e nem evitar que se engajem em condutas oportunistas. A resposta da teoria econômica ortodoxa para esse dilema, tal como compreende Granovetter, consiste em afirmar que:

[...] competitive markets that make force or fraud unavailing. Competition determines the terms of trade in a way that individual traders cannot manipulate. If traders encounter complex or difficult relationships, characterized by mistrust or malfeasance, they can simply move on to the legion of other traders [...]; social relations and their details thus become frictional matters (GRANOVETTER, 1985, p. 484).

Assim, para Mark Granovetter, os pressupostos da atomização e do mercado de concorrência perfeita são mutuamente complementares. Alternativamente, ele desenvolve a perspectiva do **enraizamento social** dos mercados e da ação econômica que “[...] stresses instead the role of concrete personal relations and structures (or ‘networks’) of such relations in generating trust and discouraging malfeasance”



(GRANOVETTER, 1985, p. 490). É, então, nas redes sociais que se encontram as bases para que as transações econômicas de mercado se desenrolem; assim, as escolhas dos agentes nos mercados e os resultados econômicos observados nesses dependem das estruturas sociais nas quais estão inseridos. A partir de Granovetter pensamos que as condições produzidas pelas redes sociais são elementos fundamentais para explicar a capacidade e o modo como os agentes econômicos exercem a capacidade de cálculo maximizador.

Todavia, alguém familiarizado quase exclusivamente com a literatura de sociologia econômica se surpreenderá ao constatar que existe uma tradição (inicialmente dispersa) de estudos na economia a respeito do papel das redes sociais de informação no processo de procura de emprego. A revisão bibliográfica feita por Ioannides e Loury (2004) deixa claro esse fato mostrando a existência de uma tradição de estudos em economia (que começa nos meados da década de 1970) a respeito da relação entre redes sociais e mercado de trabalho. Ainda mais surpreendente é que, utilizando conceitos e pressupostos ortodoxos, os economistas de análise de redes reconheceram um fato diretamente relacionado à crítica de Granovetter sobre a noção sub-socializada de ação econômica da teoria neoclássica, tornando essa crítica um tanto anacrônica frente ao desenvolvimento dos modelos teóricos econômicos de redes:

The rise of what might called “social economics” comes very much from the realization by economists that there are many economic interactions where the social context is not a second-order consideration, but is actually a primary driver of behaviors and outcomes (JACKSON, 2007, p. 19).

Economistas chegaram a essa conclusão sem abrir mão de postulados ortodoxos como o de equilíbrio, eficiência, recursos escassos e do uso de modelização matemática. Ademais, essa literatura econômica de análise de redes faz uso do postulado ortodoxo do agente racional (cálculo) maximizador para explicar algo que a sociologia pouco vem se debruçando: as razões do surgimento e término de redes sociais (IOANNIDES & LOURY, 2004, p. 1063; PODOLNY & RAUCH, 2007, p. 4-6). O que essa perspectiva econômica de análise de rede afirma é que uma rede só surge e é reproduzida se ela representa ganhos marginais em relação aos custos que os indivíduos assumem ao participarem dela (JACKSON, 2007, p. 20-21). Nesse ponto é que reside



uma diferença recente entre Sociologia e Economia: considerar as redes como produtoras das preferências, interesses e da racionalidade dos agentes (abordagem sociológica) ou se as redes são formadas de acordo com o cálculo maximizador de preferências e interesses dados (abordagem econômica). Se a economia toma esse elemento como um **pressuposto** para explicar a rede, pensamos que uma abordagem sociológica deva tomá-lo como **objeto** de investigação incorporando o seu pressuposto de enraizamento social da ação econômica. Desta maneira, o cálculo maximizador passa ser uma capacidade de agência explicável em função da rede na qual essa última está inserida.

Há poucas pesquisas em sociologia econômica sobre o papel das redes sociais no comportamento da firma no mercado de trabalho⁵. Ademais, um dos temas mais frequentes nessa literatura de redes é sobre algo que poderia ser considerado o lado "irracional" do comportamento da firma no mercado de trabalho, a saber, a discriminação no processo de contratação de empregados⁶. Podemos identificar na literatura dois modelos de explicação sobre discriminação no processo de contratação de trabalhadores por parte das firmas. O primeiro modelo explica a discriminação em função de efeitos homofílicos das redes sociais utilizadas pela firma para obter indicações na hora de recrutar, selecionar e/ou contratar trabalhadores (McDONALD, LIN & AO, 2009; PETERSEN, SAPORTA & SEIDEL, 2000; FERNANDEZ & SOSA, 2005; SEIDEL, POLZER & STEWART, 2000). Esses estudos evidenciam que as firmas preferem contratar candidatos que são recomendados por seus atuais funcionários ou por organizações e instituições (*headhunters*, agências de emprego, instituições de ensino, etc.) com as quais possuem relações de confiança. Considerando esse fato, as pesquisas demonstram que a maior parte dos recomendantes é inclinada a indicar pessoas (candidatos) de características demográficas iguais ou semelhantes. Deste modo, as redes sociais de recomendação tendem a ser homofílicas, fazendo com que as

⁵ Ioannides e Loury (2004, p. 1075) também identificam essa mesma escassez de estudos na tradição econômica de análise de redes.

⁶ A revisão e interpretação que segue sobre essa literatura de análise de redes no mercado de trabalho foi em grande parte influenciada pelas valiosas discussões com os participantes do Seminário Redes e Trabalho, coordenado por mim e a Profa. Dra. Nadya Guimarães no Centro de Estudos da Metrópole. Quero, então, expressar o meu agradecimento à Ana Carolina Andrada, Ivo Torres Costa, João Santoro, Jonas Bicev, Monise Picanço e à Priscila Vieira.



firmas contratem mais ou ofereçam propostas de emprego melhores aos candidatos de um dado grupo social que estrutura o caráter homofílico dessas redes. Esses estudos ainda demonstram que os vários grupos sociais têm redes com probabilidades diferentes de fornecer uma recomendação para uma vaga de trabalho.

O segundo modelo indica que muitos grupos sociais acabam formando uma espécie de nicho em determinado tipo de ocupação ou empresa (BARR, 2009; WALDINGER *apud* IOANNIDES & LOURY, 2004: 1066; GRANOVETTER & TILLY *apud* GRANOVETTER, 1994: 156). A firma, ao seu turno, acaba baseando sua estratégia de controle e treinamento da sua força de trabalho nessas redes, ou seja, ela apela aos laços de lealdade e solidariedade na rede desses grupos que se transformam em lealdade à firma em função desta privilegiar a contratação de membros desse grupo.

Podemos concluir que em ambos os modelos, o processo de discriminação não é explicado em função de aspectos irracionais do comportamento da firma no mercado de trabalho. Assim, podemos identificar um postulado central dessa perspectiva de redes em sociologia econômica: padrões de comportamento e capacidades de agência, como a discriminação, são explicáveis em termos de certa característica da estrutura social (definida em termos de redes de relações) na qual a ação está enraizada. Portanto, pensamos que esse postulado pode servir ao estudo da capacidade de cálculo maximizador.

Granovetter, no posfácio da segunda edição de *Getting a Job* (GAJ) revisa algumas pesquisas que examinaram a influência das redes sociais na ação das firmas no mercado de trabalho (1994, p. 155-57). Podemos extrair dessa revisão um importante elemento para análise: o uso de redes sociais no mercado de trabalho, por parte das firmas, está relacionado à maneira como essa concebe o perfil de trabalhador e a política de recursos humanos necessárias para colocar em curso suas estratégias no mercado de produtos. A rede passa a ser uma espécie de “correia de transmissão” produtora do elo entre o comportamento da firma no mercado de trabalho e a realização de suas estratégias no mercado de produtos. O cálculo maximizador consiste, então, na escolha dos meios de recrutamento, seleção e oferta capazes de atenderem ao interesse da firma definido em termos dos diferentes aspectos que compõem a sua política de recursos humanos. As redes sociais estruturam, então, condições e recursos que moldam a



capacidade de cálculo da firma em cada uma dessas etapas (recrutamento, seleção e oferta) que conformam o “caminho” a ser percorrido para maximizar o interesse em termos de necessidades de recursos humanos.

O estudo de Fernandez, Castilla e Moore (2000) oferece um modelo de análise mais detalhado sobre o modo como as redes sociais afetam a capacidade de cálculo maximizador da firma no mercado de trabalho em termos dessas escolhas. Os autores identificam quatro mecanismos por meio dos quais as redes através de programas de contratação por recomendação de funcionários, oferecem recursos e condições para as etapas de recrutamento e seleção do processo de demanda da firma no mercado de trabalho⁷: 1) mecanismo de **ampliação do conjunto de candidatos** à vaga de emprego. A firma, por meio desse mecanismo, maximiza sua capacidade de recrutamento para um grupo de candidatos que ela não teria acesso sem o recurso da rede dos empregados, cuja mobilização ocorre em função de programas de referências; 2) o de tendência que **redes de referências sejam homofílicas**. Empregados são mais propensos a referirem pessoas parecidas com eles, e, uma vez que esses empregados recomendantes já passaram pelo processo de seleção da firma, é provável que essa tendência faça com que os candidatos com referência sejam mais adequados do que aqueles sem recomendação; 3) de **proteção da reputação**, ou seja, se os recomendantes percebem que sua reputação na firma depende da qualidade das pessoas que recomendam, a tendência será que esses funcionários irão se esforçar para indicar bons candidatos. Todos esses três mecanismos produzem condições e recursos para que a firma obtenha um melhor grupo de candidatos e, deste modo, maximize sua capacidade de cálculo na etapa de recrutamento de candidatos (FERNANDEZ, CASTILLA & MOORE, 2000, p. 1291-92); 4) mecanismo de **vantagens informacionais** através das redes de referência. O empregado recomendante passaria à firma informações sobre qualidades do candidato difíceis de serem medidas através de veículos formais de informação como o currículo. Ademais, o recomendante pode passar ao candidato informações que façam com que esse tenha maior nível de conhecimento sobre a firma e a vaga ocupacional e, assim, aumentando a

⁷ Os autores ainda identificam um quinto mecanismo, o de produção de **vantagens no processo social de adaptação e treinamento** do candidato contratado. Todavia, como esse mecanismo se refere a processos no interior da firma e não no seu comportamento no mercado de trabalho, decidimos não abordá-lo.



probabilidade da firma obter candidatos mais bem preparados e adequados ao cargo. O quarto mecanismo, portanto, maximiza a capacidade de cálculo da firma na etapa de seleção de candidatos, isto é, as redes de recomendação aumentam o nível e a qualidade das informações que a firma vai utilizar para selecionar o conjunto de candidatos que foram recrutados para preencher a(s) vaga(s) de emprego (FERNANDEZ, CASTILLA & MOORE, 2000, p. 1292-96).

A pesquisa de Seidel, Polzer e Stewart (2000) oferece evidências sobre a influência da rede na etapa da oferta, isto é, mais do que a decisão da firma contratar ou não certo candidato é o tipo e condições de contrato que a firma está disposta a ofertar para esse candidato. Estudando o caso de uma empresa *high-tech* norte-americana, esses autores encontram uma série de evidências mostrando que, por um lado, minorias raciais obtêm menor sucesso na negociação de salários iniciais, mas, por outro, esses efeitos discriminatórios são drasticamente reduzidos quando se controla pela existência ou não de laços sociais entre candidatos e a firma. Esse laço social, promovido por uma rede que liga candidato e empresa, aumenta significativamente o sucesso da negociação salarial. Contudo, as minorias raciais (basicamente, definidas como não-brancos) têm menor probabilidade de ter esse tipo de laço na sua rede (SEIDEL, POLZER & STEWART, 2000)⁸. Portanto, esse estudo aponta para o fato que redes produzem certas condições e recursos que permitem à firma aceitar pagar salários iniciais mais altos para os candidatos que possuem laços sociais com a empresa.

Por fim, a perspectiva da performatividade de sociologia econômica, especialmente na figura de Michel Callon, procura justamente compreender as condições necessárias para que os agentes econômicos sejam dotados de capacidade de cálculo maximizador. Entendemos que essa perspectiva mais a de redes sociais constituem as bases para uma análise sociológica dessa capacidade de agência.

O principal objetivo quando autores ligados à perspectiva da performatividade estudam os mercados⁹ é demonstrar o papel da rede de relações **entre** agentes humanos, conhecimentos, instrumentos e tecnologias na estruturação e funcionamento destes

⁸ Petersen, Saporta & Seidel (2000) encontram evidências que corroboram com essa mesma idéia a respeito das diferenças de sucesso nas negociações salariais entre raças.

⁹ Até onde podemos verificar na nossa pesquisa bibliográfica, o mercado de trabalho não é alvo de atenção dos autores da performatividade.



espaços sociais. Assim, a própria economia como ciência é um agente na rede que performa e modela a vida econômica, isto é, a economia, de certa maneira, cria o próprio fenômeno que ela descreve (CALLON, 1998, p. 1-2; HARDIE & MacKENZIE, 2007). Desse modo, podemos dizer que essa perspectiva amplia o conceito de redes sociais para o de **redes sociotécnicas** que são compostas por relações entre **agentes não-humanos** e humanos. Essa perspectiva situa-se na chamada **teoria do ator-rede** que toma como pressuposto a total indeterminação das capacidades de agência dos atores. É a rede na qual o agente (humano e não-humano) está inserido que o dota de certa capacidade de agência. Além disso, nessa perspectiva, a rede fornece referência ontológica ao agente, ou seja, não é possível estabelecer a identidade do agente desencarnada da rede.

Nesse sentido, a ação ou a capacidade de agência não é exercida individualmente pelo agente, mas pelo o que Callon chama de **coletivos híbridos**, isto é, coletivos compostos de dispositivos materiais e técnicos, conhecimentos e seres humanos (CALLON, 2004, 2008; HARDIE & MacKENZIE, 2007). Em suma, é a rede sociotécnica (formada por coletivos híbridos) que estrutura certo espaço de ação e, ao fazê-lo, dota os atores sociais de certas capacidades de agência. Esse processo no qual a rede dota o agente humano e não-humano de certa capacidade de agência é denominado de **agenciamento**¹⁰ (CALLON, 2008; DOGANOVA & RENAULT, 2008; MUNIESA, MILLO & CALLON, 2007). Os agentes, para essa perspectiva, não possuem ontologias fixas e nem lógicas de ação pré-determinadas. Isso permite que Callon (1998: 22; 2004: 92) afirme categoricamente que o *homo economicus* **não** é uma ficção teórica, mas que existe no contexto de uma dada configuração de rede sociotécnica que dota os agentes de capacidade de cálculo maximizador¹¹. Assim, seria possível compreender a capacidade de cálculo maximizador de uma firma no mercado de trabalho como um produto de agenciamento(s) de uma dada configuração de rede sociotécnica e seus componentes humanos e não-humanos (instrumentos, teorias, especialistas, procedimentos técnicos, etc.).

¹⁰ Adaptação do original em francês *agencement*.

¹¹ O que chamamos aqui de capacidade de cálculo maximizador, Callon denomina de capacidade de *calculative agency*.



Nesta perspectiva, os agentes não-humanos que produzem agenciamentos de cálculo maximizador são chamados de **dispositivos de mercado**¹² (MUNIESA, MILLO & CALLON, 2007) ou de **dispositivos ou ferramentas de cálculo**¹³ (CALLON & MUNIESA, 2005, p. 1242; CALLON, 1998, p. 23-32). Esses agentes não-humanos nada mais são que configurações materiais e discursivas que influenciam tanto na formação de um mercado quanto nas modalidades de cálculo que os agentes nele performam. Assim, esses dispositivos têm capacidade de agência e são agenciamentos, ou seja, eles agem moldando uma rede de relações e direcionam a lógica de ação dos agentes. No caso do mercado de trabalho, podemos cogitar a título de exemplo que os dispositivos podem ser testes psicológicos e técnicas de análise de perfil, programas de contratações por recomendação, conhecimentos advindos de profissionais de gestão e psicologia, técnicas de entrevistas e construção de currículos, concepções de qualificações e habilidades, anúncios nas mídias digitais e impressas, etc. Enfim, quais são os dispositivos e como influenciam na capacidade de agência de cálculo maximizador da firma são perguntas empíricas.

Callon ainda fornece-nos uma definição de cálculo econômico que não se limita à habilidade de fazer operações matemáticas, quantitativas. Nessa perspectiva, afirmar que um agente calcula é dizer que ele é capaz dos seguintes procedimentos mentais: 1) listar possíveis cenários sobre a realidade (sendo cada cenário composto por uma lista de atores e produtos e uma distribuição dos últimos entre os primeiros); 2) hierarquizar esses possíveis cenários (o que dá conteúdo e um objeto para as preferências do agente); 3) identificar e descrever as ações necessárias para produção de cada um dos cenários possíveis (CALLON, 1998, 2004; CALLON & MUNIESA, 2005). Por um lado, essa definição de cálculo econômico, por ser abstrata, permite-nos compreender que existem variações discretas nas maneiras como os agentes ou os coletivos híbridos performam essas capacidade. Não é **apenas** por considerações numéricas que é possível realizar esses procedimentos necessários ao cálculo da maximização de um interesse. Por outro lado, no caso que nos interessa, o mercado de trabalho, quais são as formas concretas desses procedimentos do cálculo maximizador? Para responder essa pergunta, pensamos

¹² No original, *market devices*.

¹³ No original, *calculative devices* ou *accounting tools*.



ser interessante retomar aquilo que chamamos no item anterior de “três etapas que conformam o processo de demanda da firma no mercado de trabalho” – recrutamento, seleção e oferta – e estabelecer uma analogia com os três procedimentos mentais da definição calloniana de cálculo econômico. Recrutar consiste exatamente em definir um cenário do mercado de trabalho da firma. É saber quais são os trabalhadores e o que eles ofertam. Ao fazer isso, a firma está definindo quais são os cenários possíveis de realização de sua demanda. Já selecionar trata justamente de hierarquizar esses conjuntos de trabalhadores e o que eles são capazes de ofertar em termos de força de trabalho *vis-à-vis* ao interesse da firma como demandante. E a oferta é justamente quando a firma estabelece o curso de ação ou o conjunto de procedimentos necessários para produção de um dos cenários possíveis em termos da contratação de trabalhadores. Na oferta, a firma precisa estabelecer o salário, se oferece ou não benefícios, o regime de jornada, modalidade de contrato (temporário ou indeterminado), etc.; tudo isso para produzir o cenário desejável, isto é, a contratação de um conjunto de trabalhadores selecionados.

Através da perspectiva de análise de redes sociais de sociologia econômica e da performatividade é possível a construção de um modelo de análise sobre a capacidade de cálculo maximizador da firma. Através dos estudos de redes, cuja referência é Mark Granovetter, foi possível verificar que o uso das redes como recurso para firma realizar sua demanda no mercado de trabalho, depende do modo como ela define seu interesse em termos de política de recursos humanos, que, por sua vez, compõem sua estratégia no mercado de produtos. Além disso, essa abordagem permite compreender que as redes organizam certos condicionantes que modelam o cálculo maximizador, por exemplo, elas determinam o nível e a qualidade das informações disponíveis. Através da perspectiva da performatividade foi possível, então, melhor esclarecer o vínculo entre redes e capacidade de cálculo maximizador. As redes, segundo essa perspectiva, são responsáveis por processos (agenciamentos, para usar a terminologia calloniana) que tornam o cálculo possível. A capacidade de cálculo maximizador irá, então, variar de acordo com as condições produzidas pelas características das redes sociotécnicas, especialmente, a infra-estrutura formada pelas ferramentas de cálculo. Por fim, a partir de Callon é possível formular uma concepção de cálculo empiricamente



operacionalizável, ou seja, que permite ao pesquisador identificar em processos empíricos – recrutamento, seleção e oferta – a manifestação dessa capacidade. Desse modo, pensamos ter em mãos um modelo de análise capaz de identificar e compreender as modalidades de cálculo maximizador e de explicar as condições de possibilidade do exercício desse último por parte das firmas.

Referências Bibliográficas

- BARR, Travis. With Friends like These: Endogenous Labor Market Segregation with Homogeneous, Nonprejudiced Agents. *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 68, No. 3, 2009.
- BEAMISH, Thomas D. & BIGGART, Nicole W. Economic Worlds of Work: Uniting Economic Sociology with the Sociology of Work. In: KORZYNSKI, Marek; HUDSON, Randy; EDWARDS, Paul (Eds.). *Social Theory and Work*. Oxford: Oxford University Press, 2006. p. 233-71.
- BORJAS, George J. *Labor Economics*. New York: McGraw-Hill Irwin, 2010.
- BOYER, George R. & SMITH, Robert S. The Development of the Neoclassical Tradition in Labor Economics. *Industrial and Labor Relations Review*, Vol. 54, No. 2, p. 199-223, 2001.
- CALLON, Michel. Introduction: the embeddedness of economic markets in economics. In: CALLON, Michel (Ed.). *The Laws of the Markets*. Oxford: Blackwell Publishers, 1998. p. 1-57.
- CALLON, Michel. Actor-network theory – the market test. In: LAW, John & HASSARD, John (Eds.). *Actor-Network Theory and After*. Oxford: Blackwell, 2004. p. 181-95.
- CALLON, Michel. Entrevista com Michel Callon: Dos estudos de laboratório aos estudos de coletivos heterogêneos, passando pelos gerenciamentos econômicos. *Sociologias*, No. 19, jan/jun, p. 302-321, 2008.
- CALLON, Michel & MUNIESA, Fabian. Economic Markets as Calculative Collective Devices. *Organization Studies*, Vol. 26, No. 8, p. 1229-1250, 2005.
- DOGANOVA, Liliana & RENAULT, Marie. What do business models do? Narratives, calculation and market exploration. *CSI Working Papers Series*, Nº 012. Paris: École des Mines de Paris, 2008.
- FERNANDEZ, Roberto M.; CASTILLA, Emilio J. & MOORE, Paul. Social Capital at Work: Networks and employment at a Phone Center. *American Journal of Sociology*, Vol. 105, No. 5, p. 1288-1356, 2000.
- FERNANDEZ, Roberto M. & SOSA, M Lourdes. Gendering the Job: networks and recruitment at a Call Center. *American Journal of Sociology*, Vol. 111, No. 3, p. 859-904, 2005.
- GRANOVETTER, Mark. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, Vol. 91, No. 3, p. 481-510, 1985.
- GRANOVETTER, Mark. *Getting a Job: a study of contacts and careers*. 2ª Ed. Chicago: Chicago University Press, 1994.
- HARDIE, Iain & MacKENZIE, Donald. Assembling an economic actor: the *agencement* of a Hedge Fund. *The Sociological Review*, Vol. 55, No. 1, p. 57-80, 2007.
- IOANNIDES, Yannis M. & LOURY, Linda Datcher. Job Information Networks, Neighborhood Effects, and Inequality. *Journal of Economic Literature*, Vol. XLII, December, p. 1056-1093, 2004.
- JACKSON, Matthew O. Literature Review: The study of social networks in economics. In: RAUCH, James E. (Ed.). *The Missing Links: Formation and decay of economic networks*. New York: Russell Sage Foundation, 2007. p. 19-43.



LAZEAR, Edward P. The Future of Personnel Economics. *The Economic Journal*, Vol. 110, November, p. F611-F639, 2000.

LAZEAR, Edward P. & SHAW, Kathryn L. Personnel Economics: The Economist's View of Human Resources. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 21, No. 4, p. 91-114, 2007.

McDONALD, Steve; LIN, Nan & AO, Dan. Networks Opportunity: gender, race, and job leads. *Social Problems*, Vol. 56, No. 3, p. 385-402, 2009.

MUNIESA, Fabian; MILLO, Yuval & CALLON, Michel. An introduction to market devices. *The Sociological Review*, Vol. 55, Special Issue 2, p. 1-12, 2007.

PETERSEN, Trond; SAPORTA, Ishak; SEIDEL, Marc-David L. Offering a Job: Meritocracy and Social Networks. *American Journal of Sociology*, Vol.106, No. 3, p.763-816, 2000.

PODOLNY, Joel M. & RAUCH, James E. Introduction: On the formation and decay of interdisciplinary boundaries. In: RAUCH, James E. (Ed.). *The Missing Links: Formation and decay of economic networks*. New York: Russell Sage Foundation, 2007. p. 1-15.

SEIDEL, Marc-David L.; POLZER, Jeffrey T. & STEWART, Katherine J. Friends in High Places: The effects of social networks on discrimination in salary negotiations. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 45, No. 1, p. 1-24, 2000.