

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

**LISIANE MATTIELO BEVILACQUA**  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ (UEM)

**MAURÍCIO REINERT**  
UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ (UEM)

Agradecimento à órgão de fomento:  
Universidade Estadual de Maringá

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

## INTRODUÇÃO

Aplicação de ideias, métodos, conceitos sociológicos aos fenômenos da economia é a definição para sociologia econômica (SE), uma vez que estuda tanto o setor econômico na sociedade tal como a maneira pela qual estes fenômenos têm influência sob a mesma. Ainda é possível salientar o estudo da influência exercida pela sociedade nos fenômenos econômicos (SWEDBERG, 1997).

Desde o princípio a SE se contrapõe à economia clássica e neoclássica, incentivando a busca por modos alternativos para explicar o Mercado e seu funcionamento (REINERT, 2013). Dentro desta perspectiva, mercados são definidos como arenas de interação social, as quais as fronteiras são delineadas pelas semelhanças cognitivas dos atores e suas percepções. Os mercados fornecem uma estrutura social e ordem institucional para troca voluntária de direitos, produtos ou serviços (BECKERT & ASPERS, 2011).

Para que um mercado exista é necessário que haja concorrência, desta maneira, os atores não devem apenas desejar bens oferecidos e ter o poder de compra necessário, mas precisam avaliar suas qualidades e compará-los em termos de seu valor (BECKERT & ASPERS, 2011). A atribuição de valor a um produto ou serviço está conectada a diversas dimensões inter-relacionadas, como valor moral, econômico e estético (BECKERT & ASPERS, 2011). Valorizar algo significa estabelecer medida e comparação de acordo com uma escala (STARK, 2009) e aqui, percebe-se uma questão central em que essas avaliações de acordo com diferentes escalas podem levar a conflitos sobre a atribuição de valor de um bem ou uma atividade.

Nesta questão, as teorias clássica e neoclássica não são capazes de explicar alguns dos aspectos relacionados ao surgimento de preferências e a atribuição de valor em determinados mercados (BECKERT, 2007, 2009). Com isto, surge a incerteza dos mercados, nas situações as quais os atores não conseguem prever o resultado de uma decisão, por conseguinte os atores se veem impulsionados a confiar em certos dispositivos que os auxiliam a tomar decisões (BECKERT, 1996; BECKERT & ASPERS, 2011). Pela perspectiva sociológica, para minimizar a incerteza, os atores perscrutam à dispositivos sociais, institucionais, normativos, culturais e cognitivos. A análise sociológica permite estudar diferentes valores, que estão aquém do valor econômico, geralmente expresso em preços (KJELLBERG & MALLARD, 2013).

Ao pensar sob esta ótica nos remetemos a analisar o papel do conhecimento na teoria econômica. Baseada na nova teoria de crescimento concebida por Romer et al., (1987), o conhecimento passou a ser considerado como elemento integrante na teoria econômica. De acordo com Machado, (2001) ao longo do tempo o conhecimento ganhou mais espaço, e hoje a sua importância é evidenciada desde o sistema educacional até a inovação, caracterizando a denominada ‘‘sociedade do conhecimento’’ (REINERT, 2013; SAGIORO, 2004).

Evidencia-se com mais estudos acerca do conhecimento, a existência da dificuldade de se transacionar o mesmo no mercado, decorrente da sua difícil precificação (BETTINI, 2005). Porém, hodiernamente, o conhecimento acaba sendo mais transacionado no mercado, a exemplo, o mercado das inovações, (REINERT, 2013). Ademais o sistema educacional, que tende a crescer seja pelo ensino básico, médio ou superior, corroborando com a relação que se dá entre sistema econômico e sistema educacional.

Na perspectiva da economia ainda se busca uma resposta na mensuração do valor do conhecimento, devido as particularidades deste. Alguns autores o defendem como um bem semelhante a mercadoria, enquanto que outros o tratam como intangível. Neste estudo, analisamos a partir de teorias econômicas e sociológicas como se dá o funcionamento dos mercados no processo de valoração do conhecimento.

## PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETIVO

O problema que orienta o ensaio teórico é: como é feito o processo de valoração do conhecimento em seus diferentes âmbitos?

O capital cultural, o qual abrange o conceito de conhecimento, transforma-se em capital econômico por meio de qualificação educacional (REINERT, 2013). Pode-se ainda afirmar que o conhecimento é um recurso econômico valioso para a competitividade das nações, bem como das empresas e que o uso deste como fonte de vantagem competitiva sempre existiu (BETTINI, 2005).

A partir destas concepções e da dificuldade em realizar uma avaliação para o estabelecimento de valores quando se trata de conhecimento, justifica o presente ensaio promover uma discussão sob o *framework* teórico da Sociologia Econômica. Desta maneira construímos um panorama sobre o assunto, fornecendo base para estudos futuros, que busquem o aprimoramento dos conceitos analisados.

Com isso, nosso principal objetivo foi analisar o valor do conhecimento sob a perspectiva da sociologia econômica. Para alcançar o objetivo geral do presente estudo, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: Identificar trabalhos em sociologia econômica que discutam o valor de bens no mercado; definir o conceito de valor dos bens dentro da sociologia econômica; analisar o valor do conhecimento sob a perspectiva da Sociologia Econômica.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### I. Mercado

Ao entendimento da economia, a ideia de mercado é essencial, geralmente associada a um mecanismo que se dá pela formação de preços, provindos dos conceitos de oferta e demanda aplicados por meio de formulações matemáticas. Esta compreensão associa seus atores com a busca pela maximização de seus ganhos, de modo que não há nenhuma influência, ou seja, nenhuma externalidade que não seja a econômica atuando. Na perspectiva neoclássica, os mercados ditos como perfeitos, constituem a máxima eficiência na organização social (CANDIDO, 2015).

A concepção econômica de mercado da literatura clássica considera este como uma estrutura definida e imobilizada em que o seu foco consiste nas transações econômicas que nele acontecem. Desta maneira, o conceito de mercado vincula-se às relações sociais que surgem da troca denominada efetiva, ou seja, para os economistas clássicos, o mercado é um espaço físico onde ocorrem as trocas de bens entre vendedores e compradores (SWEDBERG, 2003). Os “produtos” têm seus preços estabelecidos considerando a quantidade de trabalho necessário para a produção dos bens, excluindo outras dimensões do mercado, a exemplo de regras para efetivar as trocas ou mesmo aspectos de contextos sociais (SWEDBERG, 2003).

De acordo com Swedberg (2004), o conceito de mercado na visão neoclássica é abstrato, desprovido de qualquer conteúdo sociológico e político. Diante disto e de sua importância retomamos as referências de início da sociologia econômica (SE), que coincidem com as referências de início da sociologia, fundadas por Marx, Weber e Durkheim, em que o ponto de convergência dos autores se dá na relação entre economia, cultura e estrutura social (SERVA, 2006).

A SE caracteriza três importantes objetivos a partir de Smelser e Swedberg (2005) o primeiro, busca o entendimento das relações sociais, culturais e políticas que condizem com os processos econômicos, o segundo analisa o diálogo entre economia e sociedade e por fim, as mudanças que ocorrem no ambiente institucional e cultural que compõem o contexto social da economia.

As três abordagens se baseiam em uma visão dos mercados como arenas sociais onde firmas, seus fornecedores, clientes, trabalhadores e o governo interagem, assim como as três abordagens enfatizam o quanto as conexões desses atores afetam seu comportamento (FLIGSTEIN & DAUTER, 2013).

A partir desta perspectiva sociológica, podemos afirmar que os mercados se constituem como arenas de interação social, as quais suas fronteiras são definidas por semelhanças cognitivas dos atores e suas percepções. Os mercados permitem a existência de uma estrutura social e certa ordem institucional para troca voluntária de produtos, direitos ou serviços. Ainda permitem a seus atores avaliar e comparar as ofertas e preços, bem como exercer a competição uns com os outros (ASPERS, 2009, BECKERT & ASPERS, 2011). Os mercados têm seu funcionamento de forma plena a partir do momento que seus atores efetivamente concretizam suas trocas.

As relações provindas das trocas têm seu funcionamento de acordo com entendimentos locais e regras, bem como convenções formais e informais que norteiam a sua interação e facilitam o comércio. Esses mercados dependem de ações governamentais, leis e entendimentos culturais mais amplos nos quais se baseia a atividade mercantil. Dentro desta perspectiva a sociologia dos mercados sugere que seus atores desenvolvam estruturas sociais para mediar os problemas provenientes das relações de troca, produção e a competição (FLIGSTEIN & DAUTER, 2013).

Estas são questões relacionadas à incerteza dos mercados, as quais são essenciais para compreender o seu funcionamento e a sua dinâmica. Segundo Aspens (2009), Beckert (2007) em análise a esta perspectiva é possível identificar três problemas de coordenação para que se estabeleça a ordem nos mercados, sendo estes: o valor do que se é negociado, a organização da concorrência e a colaboração entre os atores do mercado. Como parte deste estudo, vamos nos ater ao problema de valor e ao processo de valoração do conhecimento.

### Problema de valor

Nos atendo às trocas propriamente ditas, entramos em uma problemática ao falar do valor e preço de bens. Marx (2018), estabelece a venda da força de trabalho como mercadoria, de modo que este valor produzido depende das relações do mesmo com o mercado. De acordo com Smith (2008) o trabalho permite que se tenha valor nas coisas, sendo este a sua medida real. Nenhum dos dois autores aborda uma distinção entre valor e preço, embora para Smith, existe uma diferenciação entre preço nominal e preço real, de modo que o primeiro é estabelecido pelo seu valor expresso em dinheiro e o segundo o seu valor em ‘trabalho’.

A atribuição de valor a um produto ou serviço está conectada a diversas dimensões inter-relacionadas, como valor moral, econômico e estético (BECKERT & ASPERS, 2011). Valorizar algo significa estabelecer medida e comparação de acordo com uma escala. O valor é um conceito de cobertura, abrangendo todas as diferentes escalas através das quais o valor de um objeto, serviço ou evento pode ser avaliado (STARK, 2009). A questão principal surge quando essas avaliações de acordo com diferentes escalas podem levar a conflitos sobre a atribuição de valor de um bem ou uma atividade.

É possível distinguir diferentes dimensões de valor conforme a avaliação dos atores. De acordo com Beckert e Aspers (2011), existem três distinções possíveis. A primeira é a distinção entre valor de uso e valor de investimento. O valor de uso diz respeito ao uso do bem para a satisfação de uma necessidade específica, ao passo que o valor de investimento decorre da expectativa de um retorno monetário a partir do bem. (BECKERT, ASPERS, 2011).

Em sequência, a distinção entre o valor individual e valor relacional: valor individualista está ligado à satisfação do desejo de um comprador, independentemente de quaisquer efeitos de interação social associados com a compra. Em contrapartida, o valor relacional é baseado no que as outras pessoas pensam, ou poderão pensar sobre o comprador do bem em razão do que foi comprado (BECKERT, ASPERS, 2011).

A última distinção refere-se a valor funcional e simbólico. O valor funcional refere-se ao bem comprado por causa de suas características funcionais do mundo físico. Por outro lado, valor simbólico refere-se ao significado do bem para o seu proprietário e para o ambiente social no qual o proprietário está inserido ((BECKERT, ASPERS, 2011).

Esta diversidade de valores é alinhada em um valor singular, como resultado de avaliação dos diferentes significados. Porém, não se pode dizer que a avaliação seja um processo de compilação de diferentes valores em uma única medida econômica como forma de atribuição de preço a algum objeto ou serviço (KJELLBERG & MALLARD, 2013). Em contrapartida, as avaliações remetem a preços no final do processo, por isso manifesta-se a necessidade de investigar os aspectos de valor que não podem ser retratados facilmente em preços. Isso se justifica pelo modo como os atores entendem um produto e seu valor, se este é mais ou menos valioso, o que contribui para o aumento ou diminuição do desejo de compra, e em consequência gera influência na demanda e intenção de se pagar um preço por ele (PIZZO, 2017).

## II. Conhecimento

### Conceito

O termo conhecimento para filosofia refere-se a compreensão de um objeto (fato, realidade ou propriedade) por um indivíduo (FILIPPIN, 2012). De acordo com Plotkin (1997) é o entendimento de um objeto pelo sujeito, ou seja, qualquer instância de um sujeito que estabeleça relação com o mundo.

Desde os primeiros filósofos é possível relacionar a busca do saber com o conhecimento (CHAUI, 1995). A humanidade tende a todo momento encontrar respostas para solucionar problemas, inclusive para questões relacionadas com a sociedade, de forma que o desenvolvimento de conhecimentos auxilie neste processo e no relacionamento em sociedade (CARVALHO & KANISKI, 2000). Em busca de novas interpretações, experimentações e senso comum, o homem busca compreender a sua realidade. Sendo assim, para Burke (2003) o conhecimento advém do senso comum, filosofia e do mito.

Ao longo da história, com a revolução científica no século XVII, esta visão é substituída por algo concreto e racional. Portanto, para Burke (2003), a matemática fornece suporte para um novo ideal de conhecimento.

A rápida e recente expansão de estudos sobre o conhecimento e sua história, permitiu o crescimento de novos conceitos para o mesmo. Deste modo faz-se importante citar a diferença que Burke (2003) faz entre informação e conhecimento. O primeiro, refere-se ao que está “cru”, específico e prático, e o segundo, é denotado como o que foi processado e sistematizado pelo pensamento. Assim, uma informação transforma-se em conhecimento a partir da ligação entre informações, em que o sujeito avalia e entende o seu significado no interior de um contexto específico (TUOMI,1999).

Ainda a informação pode ser entendida como um elemento interligado de subjetividade e relevância, DRUCKER 1999; DAVENPORT; PRUSAK, 1998) de modo que pela razão, experiências, crenças e meio cognitivo do indivíduo se transfaz em conhecimento.

Ademais ao decorrer da história o conhecimento pode ser dividido em tácito e explícito, entre outros conceitos a qual não abordaremos (BURKE, 2003). O tácito está relacionado com o conhecimento subjetivo, sistema de ideias, experiência e habilidades inerentes de um indivíduo, difícil de ser formalizado, enquanto que o explícito é fácil de ser formalizado e organizado em bases de dados e publicações em geral (SILVA, 2004). Ambos se unem para Burke, (2016) no momento em que por meio da textualização surgem livros de “como fazer”, a exemplo disso, os experimentos científicos que provinham de tentativas e erros. Este novo conhecimento, denomina-se híbrido ou traduzido.

## Registro

O principal meio de registro do conhecimento no período medieval se dava pela escrita. As denominadas bibliotecas armazenavam diversos conhecimentos provindos de diferentes autores e regiões. Um exemplo bem-sucedido na antiguidade, é a biblioteca de Alexandria com acervo das mais variadas coleções representava a liberdade de expressão, assim como a memória social daquele tempo (DA ROCHA WEITZEL, 2002).

Na época da Idade Média, a produção bibliográfica se mantinha sob o monopólio de reprodução do conhecimento da Igreja Cristã em que esta selecionava o que deveria ou não ser disseminado (BURKE, 2003). Isto certamente influenciou o legado do conhecimento que coube à posteridade.

A partir do Renascimento o processo de seleção foi tratado de modo mais sistemático, na denominada explosão bibliográfica (FIGUEIREDO, 1982). Esta, relaciona-se com a invenção da imprensa de Gutenberg, em 1448, período marcado pelo crescimento do conhecimento técnico-científico livre da intervenção da Igreja (DA ROCHA WEITZEL, 2002, BURKE, 2003).

Isto permitiu ao longo dos séculos aumento exponencial de publicações no planeta. A importância da imprensa permitiu a quebra da influência da Igreja sobre o conhecimento bem como a ruptura do monopólio da informação. Ademais, como resultante criou-se a possibilidade de acesso as descobertas científicas e tratados filosóficos, com as publicações de caráter científico (DA ROCHA WEITZEL, 2002).

Na atualidade, percebemos um novo modelo de “biblioteca” ou registro, com a legitimação da internet, notadamente nos documentos eletrônicos (DA ROCHA WEITZEL,

2002). O uso de tecnologias da informação nos dá acesso aos mais variados tipos de conhecimento, mais do que nunca com acesso universal.

Com isso, ressalta-se a importância da criação da escrita e imprensa: a primeira permitiu a preservação dos registros do conhecimento, o que facilitou a expansão cultural que vivemos hoje, a segunda propiciou o acesso a esse conhecimento, em uma tendência de democratização e universalização da cultura geral e científica (CARVALHO, 2000).

### Disseminação e acesso

As Universidades medievais eram consolidadas como transmissoras de saberes, mas não se caracterizavam, nesse período como lugares de desenvolvimento de novas ideias (BURKE, 2003). Com a discussão dos movimentos culturais do Renascimento, Revolução Científica e iluminismo, há um período de inovação intelectual, deixando para trás a tradição clássica. Desta maneira, conhecimentos alternativos além dos transmitidos pelas Universidades tomaram força e as incorporaram (BURKE, 2003).

No movimento do iluminismo, institutos de pesquisa surgem, bem como a própria ideia de pesquisa. Como a alfabetização era crescente e havia já a divulgação da imprensa, cresciam os locais de encontro de intelectuais e as discussões, nesse nível, ocorriam então, também fora das universidades (BURKE, 2003). As sedes tradicionais do conhecimento, como os mosteiros, as universidades e hospitais se uniram a novos lugares: laboratórios, galerias de arte, livrarias, bibliotecas, anfiteatros de anatomia, os escritórios e o cafés (BURKE, 2003).

De acordo com Burke (2003), estes locais de sociabilidade culta e troca de informações e ideia, além de serem locais de cultura, tornaram-se sedes de conhecimento que se multiplicavam e se especializavam nas grandes cidades da época como Veneza, Roma, Paris, Amsterdã e Londres. A história do conhecimento nos primórdios do mundo moderno é às vezes vista em simples termo da difusão da informação e, em particular, da informação científica, da Europa para as outras partes do mundo. De acordo com o autor, esse modelo é passível de crítica por deixar de levar em conta os fluxos de conhecimento da periferia para o centro, ou seja, os europeus reconhecem a existência de um mundo para além da Europa, motivado por interesses religiosos, econômicos e políticos.

As cidades europeias passam a ser fontes de informações, de modo que, quanto maior a cidade, maior a necessidade de guias, na forma de pessoas ou livros. Então, como consequência dessa demanda da sociedade por informações, há uma proliferação dos serviços de informação nas primeiras cidades modernas sob a forma de catálogos, guias e livros de endereços. Passa-se do conhecimento centralizado à necessidade de seu compartilhamento e de distribuição, o que aumenta a necessidade de traduções e as reproduções de documentos e livros (BURKE, 2003).

Partindo desse pressuposto, é possível ressaltar a importância dos meios em que o conhecimento é difundido: oral, exposto, escrito, impresso e eletrônico (BURKE, 2012). Oral faz-se presente predominantemente por meio de palestras nas universidades, discussões nos espaços de cafés, seminários e mesas redondas; as exposições estão diretamente ligadas aos museus, zoológicos e galerias de arte, em que a difusão do conhecimento é realizada com a exposição de artefatos, objetos, reconstrução e criação de diversas culturas e período.

A escrita se destaca pelos seus diferentes métodos ao longo do tempo. A disseminação do conhecimento ocorre pelo intermédio de cartas, com o objetivo de informar novas

descobertas como as escritas por Charles Darwin, Alexander Von Humboldt ou envio de mensagens curtas, que mais tarde deram origem às agências postais (BURKE, 2012). No âmbito acadêmico a carta desempenhava o mesmo papel de transmissão de conhecimento com maior alcance, datado seu início nos séculos XVI e XVII. Neste período, muitos estudiosos utilizavam as correspondências escritas, as cartas, para se manterem próximos uns dos outros. Esta prática possibilitou que a correspondência à distância se tornasse mantenedora do campo científico, intensificado pelos serviços postais estatais no final do século XVII (BROCKLISS, 2013).

Desta maneira, as cartas constituíram, no começo do século XVIII, o principal meio de comunicação entre os estudiosos que se destinavam à construção do conhecimento científico (GOODMAN, 1996). Esta ação concebeu uma comunidade virtual, denominada “República das Letras” (GOODMAN, 1996; ALMÁSI, 2009). No mesmo século, as academias tornaram-se referência como forma institucional da “República das Letras” (GOODMAN, 1996).

Não obstante a abrangência das cartas como forma de divulgação da ciência produzida no século XVIII, outro tipo de divulgação ganha espaço: as publicações impressas (BURKE, 2011). Com esse tipo de publicação, considera-se de importância destacar o surgimento de uma profissão, a qual denomina-se editores (MCCLELLAN, 2003). Os textos científicos para serem publicados de maneira comercial, necessitavam de ter relação com temas em alta e com perspectiva de bom lucro, a exemplo, da botânica, eletricidade entre outros.

No mesmo período, publicações de periódicos passaram pela padronização de critérios para a atividade científica, o que concedeu às instituições e pessoas que estavam à frente da organização do que seria publicado, certo controle sobre tal atividade (BROCKLISS, 2013).

As academias publicavam trabalhos de autores reconhecidos e não reconhecidos na comunidade acadêmica. Evidencia-se que o reconhecimento oficial que as academias e sociedades conquistavam permitia o recebimento de recursos provindos do governo para publicação de trabalhos (JARDIM, 2017).

Ainda a respeito da escrita de maneira geral, salienta-se a sua importância tanto para governos, quanto empresas. O primeiro vinculado a relatórios, dossiês, censos, leis e documentos tanto de bem público como privado que auxiliam na tomada de decisões e administração geral de governos. Nas empresas, a criação de documentos, manuais, relatórios permitiram a organização da mesma bem como a administração mais “racional” e baseada em dados (BURKE, 2012).

Outro meio de divulgação do conhecimento no mundo contemporâneo se deve a percepção do valor da informação. Em meio a um sistema capitalista, surgiram e desenvolveram-se tecnologias digitais, bem como os denominados sistemas de comunicação (DA SILVA, 2002).

Isto nos remete diretamente a informática, eletrônica, lançamento de satélites e telefonia. A sociedade concentra-se em redes, oriunda de um processo que tornou virtual o trabalho, relações de governo, cultura e economia (ALCÂNTARA, 2018).

No espaço da internet situam-se registro de documentos, publicações de artigos científicos, e-comerces de modo geral, transações bancárias, entre outros conhecimentos que permitem a interação dos mais variados públicos (ALCÂNTARA, 2018). Este ambiente também é caracterizado pela organização de movimentos, dentre eles políticos e a disponibilização de informações de interesse público (BURKE, 2012). Isto permite, assim como os meios de comunicação impressos a criação de espaços para discussões (BURKE, 2012).

O âmbito virtual também comporta o conhecimento humano, como: pesquisas, diferentes livros e diversos conteúdos que caracterizam um local de importância para o denominado capital cultural, em que há uma dissipação dos saberes (BOURDIEU, 1979), considerando toda a influência de indivíduos e instituições na consolidação dos processos, disseminação de saberes e subjetivações inerentes ao ciberespaço.

### III. Sociedade do conhecimento

Antecedente a Revolução Científica ocorrida no século XVII, não se encontrava evidências que o conhecimento pudesse ofertar benefícios econômicos analisado a uma perspectiva da vida em sociedade. De acordo com Machado (2001), não havia uma atenção voltada para produção e armazenamento do conhecimento em um sentido econômico sequer a sua transação no mercado. Ao longo do tempo o conhecimento e as suas relações ganharam mais espaço, hodiernamente estamos vivenciando a denominada “sociedade do conhecimento” (BURKE, 2003, 2016). Para o autor, este discurso possibilita outras denominações provindas de senso comum como: “sociedade da informação” ou “era da informação”, e o termo próprio “sociedade do conhecimento”.

A partir da OECD (1996) o conhecimento é identificado como gerador de produção e crescimento econômico que nos remete ao termo “economia baseada em conhecimento” (EBC), refletindo a importância do mesmo tanto para sociedade quanto economia, definindo hoje a denominada sociedade do conhecimento (SHIGUNOV NETO e TEIXEIRA, 2006). A expressão sociedade do conhecimento” é empregada com frequência na literatura em textos que discutem o campo de trabalho, área educacional e a ciência (FERRETI, 2008).

Ao se discutir o campo de trabalho encontramos a adoção de novas tecnologias de base física e da organização, que permeiam os processos de produção e as relações de trabalho (FERRETI, 2008). No setor educacional cabe a educação em seu aspecto geral, e a escolar, adequadas as demandas da sociedade e principalmente atreladas ao processo de inovação (FERRETI, 2008). Por fim, o conhecimento ligado a ciência se deve ao intenso processo de disseminação da informação do advento da tecnologia e o processo de valorização da ciência, por meio de canais de mídia, criação de produtos cuja origem é atribuída aos avanços científicos (FERRETI, 2008).

### IV. Economia do conhecimento

No período industrial nos deparamos com investimentos de capital orientados para investimentos em bens tangíveis, como por exemplo, na agricultura, mineração e construção, em que equipamentos eram imprescindíveis nas empresas para produção de bens materiais (CORRÊA, et al., 2017).

Num contexto pós-guerra em que se acirrou a competitividade de agentes econômicos, o diferencial estava na transformação de informações em conhecimento. Isto gerou uma atenção que antes era voltada a produção de bens materiais, para um aumento na prestação de serviços e conseqüentemente nesta relação houve um aumento da importância dos denominados bens intangíveis do sistema econômico, especificamente nas formas de educação e conhecimento provindo da pesquisa e desenvolvimento (DINIZ, 2005; LEMOS, 2009). Estes investimentos em ativos intangíveis detêm destaque significativo no valor de mercado das empresas (MEDRADO, et al., 2016).

Neste caminho, de acordo com Hayek (1945), o conhecimento expressa grande importância na teoria econômica, em conformidade Paul Romer (1986) destaca a sua importância com a nova teoria de crescimento em que o conhecimento passa a ser considerado elemento explícito na economia. Embora alguns autores iniciavam discussões a respeito da influência do conhecimento sobre a produtividade no trabalho, este era visto como externo à teoria econômica. Ainda Schumpeter (2011) reforça a importância do conhecimento ao discutir o papel do empreendedor.

Segundo a OCDE a importância do conhecimento se dá pela investigação da nova teoria do crescimento de Romer e a sua conexão com a economia clássica. Em contrapartida considera a corrente Neoschumpeteriana com ênfase na inovação, bem como destaca-se a economia de aprendizado de Bengt-Ake Lundvall (LENHARI, 2005). Os campos que melhor representam a EBC destacam-se indústrias de tecnologia, conhecimento no setor de educação, de seguros, consultoria em empresas entre outros (OECD, 2000).

Em nossa sociedade atual, é possível de se observar que o conhecimento se manifestou como essencial no desenvolvimento das nações, se consolidando como um mecanismo de ampla importância na economia, a ser explicado para Arbix, (2010) como ponto central tanto no desenvolvimento político quanto social em nosso planeta.

Dada a importância do conhecimento para economia, daremos enfoque ao mercado de inovações e sistema educacional. O primeiro ponto é o mercado das inovações, onde, pesquisas e patentes demonstram valor econômico. A definição de inovação mais utilizada de acordo com Dosi (1988) é descrita como a descoberta, experimentação, desenvolvimento e utilização de novos produtos e técnicas organizacionais. Este processo se dá pela interação de várias fontes de informações, ideias e tipos de conhecimento resultado de grandes investimentos em pesquisa e desenvolvimento (LEMOS, 2009).

O outro ponto refere-se ao sistema educacional, que tange o ensino básico, médio e superior. Nesse âmbito, para Bourdieu (2009) o conhecimento encontra-se no conceito de capital cultural que por meio da qualificação educacional pode vir a se transformar em capital econômico.

## DISCUSSÃO

### I. Problema de valor do conhecimento

Dentro da perspectiva da economia ainda não se encontrou um tratamento adequado ao valor do conhecimento, devido as peculiaridades que este apresenta. Há autores que defendem o conhecimento como um bem, de forma a ser tratado como mercadoria. A exemplo, o conhecimento tácito quando decodificado, contempla atributos que o torna similar a bens tangíveis, tornando-o próximo de uma mercadoria, o que facilita a sua comercialização (COWAN e FORAY, 1998). Com isso, ele adquire características específicas em que permite a sua reprodução, armazenagem, transação e reprodução (COWAN e FORAY, 1998; LEMOS, 2009).

Lundvall (2016) argumenta que o conhecimento é entendido como um bem atuando no processo produtivo como competência (input) e como inovação (output). Ainda, em certas condições, pode ser uma propriedade privada, de modo que, permite a sua produção e reprodução como um produto tangível, assim, vendido no mercado como uma commodity.

Ao analisar o conhecimento como ativo no âmbito econômico, a maioria dos autores afirma que não é possível considerá-lo equivalente a uma mercadoria utilizada em processos produtivos ou industriais, de forma que este possui características diferenciadas das que compõe a mesma. Enquanto a economia discute a obsolescência, do desgaste provindo do uso bem como a necessidade de reposições, o conhecimento não se caracteriza por um bem que é consumido conforme o uso, ou seja, quanto mais se usa, mais novo ele pode ficar (MACHADO, 2001). Da mesma maneira, é complicado tratar do “acúmulo” de conhecimento, pois a regulação de preços e controles de estoques é realizada pela “lei da oferta e procura” de modo que, não é possível considerar este acúmulo ou estoque como um bem finito (MISUNAGA, 2013). Ainda, diferentemente da mercadoria, o conhecimento como um “bem” permite ao seu possuidor doá-lo, vendê-lo ou trocá-lo sem necessariamente perder a sua posse (MACHADO, 2001; MISUNAGA, 2013).

Toffler e Toffler (2012) definem algumas características específicas do conhecimento: não se desgasta nem diminui; considera-se um bem intangível de forma que não é possível tocá-lo mas sim manipulá-lo; é um fator relacional: “pedaços” de conhecimentos obtém significado quando aplicados a outros; é um custo fixo apenas inicial, pois uma vez produzido, pode ser utilizado quantas vezes forem necessárias; pode ser compactado em símbolos ou abstrações, de modo que, podem ser traduzidos em números e símbolos; ainda serem classificados como explícitos ou implícitos, expressos ou não, ou seja, não se pode caracterizar um bem tangível com estas particularidades (POSSAS, 1997). Por conseguinte, o conhecimento ganha destaque de bem ou ativo com a perspectiva de ser transacionado, além de se mostrar relevante para a geração de riqueza, aumentando a sua necessidade de aquisição (BURKE, 2003).

Assim sendo, o conhecimento é diferenciado dos demais fatores de produção, pois enquanto o valor econômico das demais funções tradicionais é alcançado de maneira mais simples, o valor do conhecimento é sinalizado como incerto, de maneira que seu potencial demonstra assimetrias para cada agente econômico (ARBIX, 2010). A sua importância permite compreender que diferentes grupos sociais atribuem significado ao conhecimento relacionado com o seu contexto econômico, histórico e social (BURKE, 2012).

## II. Valor do conhecimento sob a perspectiva da SE

Segundo Beckert e Aspers (2011), são várias as dimensões inter-relacionadas do valor. Na vida em sociedade, apresentam-se diferentes formas de atribuir valor, a exemplo, valor moral, valor estético e valor econômico. Cada forma de valor utiliza-se de uma escala, ou seja, uma atividade pode ser mais ou menos ética, um objeto mais ou menos caro, ou mais ou menos bonito. Cada forma de valor tem uma escala utilizada para avaliar as coisas que o valor cobre. Levando a diferentes formas de avaliar os eventos sociais, pessoas, organizações ou objetos.

É possível distinguir diferentes formas em que os bens podem se tornar economicamente valiosos para o comprador. Três dessas distinções são especialmente esclarecedoras para as fontes de valor: a primeira refere-se entre a diferença de valor de uso e valor de investimento (BECKERT & ASPERS, 2011). O valor de uso deriva da satisfação decorrente de seu uso, a exemplo o conhecimento o âmbito educacional a compra de um curso, por exemplo, de confeitaria com o objetivo de aprimorar habilidades na produção de um bolo em uma ocasião especial. Este se tornaria valor de investimento se, o comprador utilizar o curso com a perspectiva de obter lucro, ou seja, com os novos conhecimentos adquiridos ele inicia a

produção de bolos para comercialização. Desta forma, o lucro é baseado em seu valor de investimento.

A distinção entre valor de uso e valor de investimento é analítica, devido a sobreposição destas dimensões, comprar um “conhecimento” provindo de uma inovação tecnológica é baseado em seu valor de uso no momento em que fornece atendimento as expectativas do comprador, mas também é um investimento se o mesmo especula que a detenção dessa inovação vai representar o aumento de valor da mesma.

A segunda fonte de valor se dá entre o valor individualista e relacional. O primeiro relaciona-se com a satisfação do desejo de um comprador, independente do efeito da compra na interação social, já o relacional tem enfoque no que as pessoas poderão pensar sobre o comprador deste bem, decorrente do que foi comprado (BECKERT & ASPERS, 2011). Por exemplo, para o comprador a aquisição de um curso superior tem seu valor individual, ao passo que seria relacional se a escolha de compra for associada a determinada faculdade, bem conceituada aos critérios de resultados que ela pode oferecer ao profissional em vista de outra não tão bem conceituada. Da mesma maneira, também é uma separação analítica, pois dependendo do significado a compra pode ter valor individualista e relacional ao mesmo tempo (BECKERT & ASPERS, 2011; PIZZO, 2017). Como exemplo, o desejo de iniciar um curso de medicina é um interesse individualista, mas impacta o “status” do comprador, se este for o curso da faculdade “x” referência em qualidade, ou seja, gera um status em relação ao meio social em que o comprador se encontra.

Há ainda, a diferenciação entre valor funcional em que evidenciam-se as características físicas do bem comprado e o valor simbólico, ou seja, o significado do bem para o proprietário e o meio social em que está inserido (BECKERT & ASPERS, 2011). Novamente, há uma distinção analítica, de modo que, os dois valores estão presentes no mesmo objeto, a exemplo: uma inovação em um automóvel, continua a ter função de transporte, mas simbolicamente o status de ter aquele recurso inovativo representa valor ao seu proprietário.

Ainda ao pensar sobre o processo de atribuição de valor, é possível analisar que há uma grande dificuldade em determinar custos de produção do conhecimento, do mesmo modo que não se pode medir seu valor pelo tempo gasto em sua criação ou o nível de investimento no mesmo (GORZ, 2005). Em um contexto social não há a capacidade de dizer onde sua criação se inicia e termina exatamente, pode ser por um serviço extra ou até mesmo durante uma atividade de lazer, da mesma maneira que seu objetivo pode ser investimento ou conhecimento utilizado na melhoria de processos. O conhecimento é tido como intercambiável, isso o atribui um valor único e incomparável (GORZ, 2005).

Outrossim, Karpik (2010), demonstra uma teoria que permeia o âmbito da atribuição de valores simbólicos, assim, considera as peculiaridades dos mercados de produtos ou serviços singulares, exemplificados como filmes, vinhos finos, serviços, obras de arte, alguns serviços e também serviços educacionais (VAN ZANTEN, 2013). Segundo o autor, os produtos ou serviços denominados “singulares” são incomparáveis, no sentido de que não há como compará-los de maneira objetiva, ficando sujeitos a várias interpretações e permeados pela incerteza, já que não se pode avaliá-lo antes de adquiri-lo. Este tipo de mercado necessita de dispositivos de julgamento que orientem os compradores no momento de escolher um livro, filme ou curso a ser comprado. (BECKERT & ASPERS, 2011; KARPIK, 2010).

Estes dispositivos de Julgamento, idealizados por Karpik (2010), são como referências de ações coletivas ou individuais que auxiliam na redução da incerteza nos mercados (BECKERT & ASPERS, 2011). Deste modo consumidores conseguem avaliar a qualidade e decidir sobre potenciais valores que as singularidades apresentam. O primeiro dispositivo é a rede, a qual os consumidores confiam em opiniões da sua rede de relacionamentos, quanto à qualidade, confiabilidade de um serviço ou produto. Ao pensar no âmbito educacional, mais especificamente em um curso, a escolha em fazê-lo ou não pode ser influenciada por ex-alunos da instituição, análises de familiares ou amigos e até mesmo sites e redes sociais que exibem recomendações.

O segundo dispositivo, os cicerones ou guias estão relacionados a opiniões e avaliações provindas de profissionais da área, por exemplo, guias de restaurantes, viagens entre outros, em que os critérios de avaliação são bem definidos (KARPIK, 2010). A exemplo da educação há algumas referências que podem ser utilizadas, como, guia do estudante, melhores universidades, revistas especializadas, como a Exame entre outras. O próximo dispositivo refere-se a confluências, para Karpik (2010), estas são as técnicas adotadas por empresas com objetivo de atrair clientes, com a exposição de produtos ou serviços em seu espaço de venda. Para o setor educacional, seriam os sites de instituições e exposição física de cursos em locais movimentados. Seguindo, temos o *ranking* como outro dispositivo, ao elencar melhores cursos, serviços, nas mais diversas áreas, também com recomendações de especialistas. Desta maneira, diferentemente dos cicerones, *ranking* exhibe uma ordem no mercado do que se é oferecido, pois compara apenas uma esfera de qualidade para que o consumidor possa concluir sua avaliação. (BECKERT & ASPERS, 2011).

Por fim, as determinações indicam origem, certificações e marcas, vigorando como sinal de qualidade analisadas por um terceiro (KARPIK, 2010). No âmbito educacional é presente a identificação de selos, ou certificações alcançadas, como por exemplo, a avaliação do MEC.

Em suma, para um produto ou serviço ser comercializado no mercado, os compradores necessitam atribuir valor para compra-lo com demais produtos ou serviços. Da mesma maneira os produtores devem saber avaliar o valor de seus produtos ou serviços a fim de posicioná-los no mercado. A forma como o valor é influenciado e determinado por meio de mecanismos sociais revela um processo complexo e ao mesmo tempo incerto, o que faz com que a avaliação de valor como uma das principais questões da sociologia de mercados (BECKERT & ASPERS, 2011). A exemplo, mesmo com dispositivos de julgamento, é possível que estes sejam subjetivos, ao analisarmos o mesmo curso, porém em turmas diferentes, a transmissão do conhecimento pode ter sido a mesma, contudo as turmas são diferentes de modo que a percepção dos alunos que as compuseram são distintas, da mesma maneira no comportamento geral das duas salas, outros fatores que mesmo colocando sob avaliações mais precisas de especialistas, ainda são subjetivas de certo modo.

Mesmo diante da incerteza dos mercados é possível de se valorizar os produtos, porque as ações econômicas são parte das estruturas sociais, culturais e institucionais que concede aos atores atribuir valores aos produtos e serviços, através de valores simbólicos ou determinados padrões.

## CONCLUSÃO

Ao considerar a relevância do conhecimento ao passar dos séculos, este deve dar origem a alguma forma de rendimento para quem o cria e ou possui, de modo que garanta a sua criação

(POSSAS, 1997). Aqui encontram-se questões centrais: problemas na valoração e comercialização do conhecimento. Dentre as principais dificuldades elencamos: a impossibilidade de sua transmissão de forma plena, o que inviabiliza a sua “entrega” pura e simples ao comprador; o conhecimento não pode ser caracterizado por um bem que é consumido de acordo com o seu uso; o conhecimento entendido como um “bem” permite a quem tem sua posse, doá-lo, vendê-lo ou trocá-lo sem necessariamente perder a sua posse (MACHADO, 2001; MISUNAGA, 2013).

Em nosso contexto como sociedade atribuímos valor de inúmeras maneiras, a exemplo do valor estético, moral e econômico. O valor se dá pela avaliação provinda de uma escala única inerente a cada tipo de valor, levando a diferenciadas maneiras de se avaliar eventos sociais, objetos, organizações, bem como o conhecimento. Estas escalas relacionam-se por exemplo, a valor de uso e investimento, individualista e relacional entre diversos outros.

Estas mesmas diversificações em atribuir valores geram incertezas no mercado. Mesmo diante destas, é possível de se valorizar os produtos, porque as ações econômicas são parte das estruturas sociais, culturais e institucionais que concede aos atores atribuir valores aos produtos e serviços, através dos denominados valores simbólicos ou mesmo por determinados padrões. O conhecimento ao se expressar como ativo intangível tende a ter grande expressão na economia, de modo que devem-se criar mediadores entre o conhecimento novo e sua comercialização (ARBIX, 2010). Desta forma, a sociologia econômica possui as ferramentas necessárias para incluir na análise dos mercados as relações, os significados e a legitimidade a um bem.

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

## BIBLIOGRAFIA

ALCÂNTARA, C. M. et al. **O jovem e as mídias: conhecimento e cibercidadania**. Revista Educação e Cultura Contemporânea, v. 16, n. 42, p. 122-145, 2018.

ALMÁSI, G. **The uses of humanism: Johannes Sambucus (1531-1584), Andreas Dudith (1533-1589), and the republic of letters in East Central Europe**. Brill, v. 185, 2009.

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

BECKERT, J., & ASPERS, P. **The Worth of Goods: Valuation and Pricing in the Economy**. **Horizon**. Oxford University Press, 2011.

BETTINI, R. F. A. J.. **Tecendo algumas considerações em torno dos conceitos de conhecimento e gestão educacional**. In: Arilda Ines Miranda Ribeiro; Ana Maria da Costa Santos Menin. (Org.). Formação do Gestor Educacional: necessidades da ação coletiva e democrática. São Paulo: Arte e Ciência, 2005.

BOURDIEU, P. **Lestrosiétatdu capital cutural**. In: Actes de larecherche em sciencessociales. n. 30, p. 3-6, nov., Paris: 1979.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. 6ª edição. São Paulo, 2009.

BROCKLISS, L. Starting-out, Getting-on and Becoming Famous in the Eighteenth-Century Republic of Letters Background. In: HOLENSTEIN; STEINKE; STUBER (Org.) **Scholars in Action: the practice of knowledge and the figure of the Savant in the 18th Century**. Ed. Brill, p. 71-100, 2013.

BURKE, P. **Uma história social do conhecimento: de Gutemberg a Diderot**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BURKE P. **A República das Letras Europeia, 1500-2000**. Estudos Avançados, v. 25 n. 72, p. 277-288, 2011.

BURKE, P. **Uma história social do conhecimento 2: da Enciclopédia à Wikipédia**. Zahar, 2012.

CANDIDO, S. E. A.; TOYAMA, M. C. **Os Mercados como Campos de Ação Estratégica**. Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015.

CARVALHO; I. C. L.; KANISKI, A. L. **A sociedade do conhecimento e o acesso à informação: para que e para quem**. Ciência da informação, v. 29, n. 3, p. 33-39, 2000.

CORRÊA, F.; RIBEIRO, J. S. A. N.; PINHEIRO, M. M. K. **Aspectos da Economia da Informação: Arquétipo Conceitual Econômico e Social**. Informação & Informação (Online), v. 22, p. 185-214, 2017.

CHAUI, M. **Convite à filosofia**. Ática, 1995.

DA ROCHA WEITZEL, S. **O desenvolvimento de coleções e a organização do conhecimento: suas origens e desafios**. Perspectivas em ciência da informação, v. 7, n. 1, 2002.

DA SILVA, E. L.; MENEZES, E. Muszkat; BISSANI, M. **A internet como canal de comunicação científica**. Informação & Sociedade, v. 12, n. 1, 2002.

DAVENPORT, T. H; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. 11. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DINIZ, C. C.; GONÇALVES, E. **Economia do conhecimento e desenvolvimento regional no Brasil**. Economia e território, v. 3, p. 131, 2005.

DRUCKER, T. F. **Sociedade pós-capitalista**. Rio de Janeiro. 1999.

FERRARI, T. **Fabrilização da cidade e ideologia da circulação**. Terceira Margem, 2005.

FERRETTI, C. J. **Sociedade do conhecimento e educação profissional de nível técnico no Brasil**. Cadernos de pesquisa, v. 38, n. 135, p. 637-656, 2008.

FIGUEIREDO, N. M. Seleção de livros. In: MACHADO, Ubaldino Santos (Ed.). Estudos avançados em Biblioteconomia e Ciência da Informação. Brasília: ABDF, 1982. v. 1, p. 1-48

FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. **A sociologia dos mercados**. Caderno CRH, v. 25, n. 66, 2013.

GOODMAN, D. **The republic of letters: A cultural history of the French enlightenment**. Cornell University Press, 1996.

GRANOVETTER, M. **Economic action and social structure: The problem of embeddedness**. American journal of sociology, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

GORZ, A. **Imaterial (o)-Conhecimento, Valor**. Annablume, 2005.

- HAYEK, F.A. **The use of knowledge in society**. The American Economic Review, v.35, n.4, 1945.
- JARDIM, W. T.; GUERRA, A. **República das Letras, Academias e Sociedades Científicas no século XVIII: a garrafa de Leiden e a ciência no ensino**. Caderno Brasileiro de Ensino de Física, v. 34, n. 3, p. 774-797, 2017.
- KARPIK, L. **Valuing the Unique: the economics of singularities**. New Jersey: Princeton University Press, 2010.
- LENHARI, L. C. **Existe uma economia baseada no conhecimento?: uma análise do papel do conhecimento na economia**. 2005. 127 p. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Geociências, Campinas, SP. Disponível em: <<http://www.repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/286655>>. Acesso em: 4 jan. 2019
- LEMONS, C. **Inovação na era do conhecimento**. Parcerias estratégicas, v. 5, n. 8, p. 157-180, 2009.
- LUNDEVALL, B. A.. From the economics of knowledge to the learning economy. **The Learning Economy and the Economics of Hope**, p. 133, 2016.
- MACHADO, N. J. **A universidade e a organização do conhecimento: a rede, o tácito, a dívida**. Estudos avançados, v. 15, n. 42, 2001.
- MARX, K. **Capital volume 1**. Lulu.com, 2018.
- MEDRADO, F. et al. Relação entre o nível de intangibilidade dos ativos e o valor de mercado das empresas. **Revista de Contabilidade e Organizações**, n. 28, p. 32-44, 2016.
- MCCLELLAN III, J. **Scientific institutions and the organization of science**. The Cambridge History of Science, v. 4, p. 87-106, 2003.
- MISUNAGA, H. Y. **Conhecimento em Administração: uma teoria substantiva a sobre o significado e a importância atribuída ao conhecimento por alunos de Administração**. 2013. 102 f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade Estadual de Maringá, Maringá, 2012. Disponível em [http://www.vastoti.com.br/www.ppa.uem.br/images/013.\\_Haroldo\\_Yutaka\\_Misunaga.pdf](http://www.vastoti.com.br/www.ppa.uem.br/images/013._Haroldo_Yutaka_Misunaga.pdf) Acesso em 07 jan. 2019.
- OECD. **The knowledge-based economy**. Paris, 1996.
- OECD. **Science, technology and industry outlook**. Paris: OECD, 2000.
- PIZZO, J. C. M. **O VALOR DO CONHECIMENTO: Um Estudo Sobre Como As Ies Valoram Os Cursos Presenciais De Pós-Graduação Lato Sensu Das Áreas De Gestão Empresarial E Contabilidade**. 2017. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis)-Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Estadual de Maringá, Maringá.
- POSSAS, S. **Conhecimento e Atividade Econômica**. *Economia e Sociedade* no. 8, Campinas: UNICAMP. IE, 1997.
- PLOTKIN, H. C. **Darwin machines and the nature of knowledge**. Harvard University Press, 1997.
- REINERT, M.. **Valor do Conhecimento: uma abordagem sociológica do mercado**. In: 37 Encontro Anual da ANPOCS, 2013, Águas de Lindóia. Anais do 37º Encontro Anual da Anpocs, 2013.

- ROMER, P. M. **"Increasing Returns and Long-Run Growth,"** Journal of Political Economy, 94, 1002-1037, 1986.
- SERVA, M.; ANDION, C. **Teoria das organizações e a nova sociologia econômica: um diálogo interdisciplinar.** Revista de Administração de Empresas, v. 46, n. 2, p. 10-21, 2006.
- SILVA, S. L. da. **Gestão do conhecimento: uma revisão crítica orientada pela abordagem da criação do conhecimento.** Ciência da Informação, v. 33, n. 2, 2004.
- SHIGUNOV NETO, A.; TEIXEIRA, A. A. **Sociedade do conhecimento e ciência administrativa: reflexões iniciais sobre a gestão do conhecimento e suas implicações 86 organizacionais.** Perspect. ciênc. inf., Belo Horizonte, v. 11, n. 2, Ago. 2006
- SCHUMPETER, J. A. **Capitalism, socialism and democracy.** Routledge, 2010.
- SMELSER, Neil J.; SWEDBERG, R. **Introducing economic sociology.** The handbook of economic sociology, v. 2, p. 3-50, 2005.
- SMITH, A. **Riqueza das Nações.** São Paulo: Hemus, 2008.
- STARK, D. **The Sense of Dissonance: Accounts of Worth in Economic Life.** Princeton, NJ: Princeton University Press, 2009.
- SWEDBERG, R. **New Economic Sociology: What Has Been Accomplished, What Is Ahead?** Acta Sociologica, v.40, n. 2, 161–182, 1997.
- SWEDBERG, R. **Principles of economic sociology.** Princeton University Press, 2003.
- SWEDBERG, R. **Sociologia Econômica: hoje e ontem.** Tempo Social, v. 16, n. 2, 2004.
- SCHUMPETER, J. **The Theory of Economic Development.** In.: BECKER, M.; KNUDSEN, T.; SWEDBERG, R. **The Entrepreneur: classic texts by Joseph A. Schumpeter.** Stanford, CA: Stanford University Press, 2011.
- TOFFLER, A.; TOFFLER, H. **O futuro do capitalismo.** A Economia do Conhecimento e o significado da riqueza no século XXI. São Paulo, Saraiva, p.446-447, 2012.
- TUOMI, I. **Data is more than knowledge: implications of the reversed knowledge hierarchy for knowledge management and organization memory.** Journal of Management Information Systems, v. 16, n. 3, p. 103- 117, Winter 1999.
- VAN ZANTEN, A. **A good match: Appraising Worth and Estimating Quality in School Choice.** In *Constructing Quality. The Classification of Goods in Markets*, v. 364, p. 77–99, 2013.