



DEPARTAMENTO.....: FSJ – FUNDAMENTOS SOCIAIS E JURÍDICOS DA ADMINISTRAÇÃO
CURSO: CMCD - MESTRADO E DOUTORADO EM ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS
DISCIPLINA.....: TEORIA SOCIAL E CAPITALISMO: FUNDAMENTOS PARA UM ESTUDO DAS ORGANIZAÇÕES

PROFESSORES.....: ISLEIDE ARRUDA FONTENELLE

PERÍODO.....:

SEMESTRE/ANO: 1º/2019

.....

2º.BIMESTRE

PROGRAMA

OBJETIVOS DA DISCIPLINA

A disciplina se inicia com a localização histórica do capitalismo – tanto na história das ideias (a história do pensamento econômico pautada por Albert O. Hirschman), quanto na história da Modernidade. O capitalismo surge e se molda a partir do cruzamento dessas histórias. A partir disso, a disciplina apresentará a lógica de funcionamento do capitalismo a partir da obra de Marx, “O Capital”, em seus fundamentos. Na medida em que esta obra dialoga criticamente com a Economia Política Clássica, veremos, igualmente, quais os pontos de aproximação e distanciamento da obra marxista com autores desse campo, assim como, com a dialética hegeliana e os socialistas utópicos. Os objetivos fundamentais da disciplina são: mostrar as bases epistemológicas, teóricas e metodológicas na produção d’o Capital; bem como, apresentar ao aluno de Estudos Organizacionais de que modo o capitalismo informa e forma um modo específico de produção e, conseqüentemente, de organização. Assim, a disciplina também indicará de que maneira essa discussão foi absorvida pelo campo dos Estudos Organizacionais. Nesse primeiro módulo, nossa meta é centrar em fundamentos históricos e teóricos. Os desdobramentos contemporâneos da teoria social e das transformações do capitalismo deverão ser objeto de uma disciplina posterior.

CONTEÚDO RESUMIDO

- O que é o capitalismo? o capitalismo na história das paixões e no nascimento da modernidade;
- Fundamentos epistemológicos, teóricos e metodológicos na obra “O Capital” (a ontologia realista; a crítica à Economia política e aos socialistas utópicos; o pensamento dialético);
- Os fundamentos teóricos do Capital (Livro I): o fetichismo da mercadoria, a lógica de produção de valor;
- O debate no campo dos estudos organizacionais

METODOLOGIA

Aulas expositivas com debates de textos.

Ambos os formatos (exposição + debate) pressupõem a leitura prévia dos textos pelo aluno, e isso será objeto de avaliação.

CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO

Avaliação parcial: 50%

Avaliação final: 50% (trabalho)

BIBLIOGRAFIA

Básica



Adler, Paul S (2009) Marx and organization studies today. In: Adler, Paul S (ed.) *The Oxford handbook of sociology and organization studies: Classical foundations*. New York: Oxford University Press, pp. 62-91.

Berman, Marshal (1986). Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade. São Paulo: Companhia das Letras

Harvey, David (2013). *Para entender o capital, Livro I*. São Paulo: Boitempo.

Harvey, David (2014). *Para entender o capital, Livros I e II*. São Paulo: Boitempo.

Hirschman, Albert O. (2002). As paixões e os interesses: argumentos políticos a favor do capitalismo antes do seu triunfo. Rio de Janeiro: Editora Record.

Marx, Karl (2013). *O Capital – Livro I*. São Paulo: Boitempo.

Complementar

Abílio, Ludmila Costhek (2011) *O make up do trabalho: uma empresa e um milhão de revendedoras de cosméticos*. PhD Thesis, Universidade Estadual de Campinas – SP, Brazil.

Allen, Frederick Lewis (1997 [1931]) *Only yesterday: An informal history of the 1920's*. New York: John Wiley & Sons.

Arvidsson, Adam (2010) Speaking out: The ethical economy: new forms of value in the information society? *Organization*, 17: 637-644.

Bihl, Alain (1998). *Da grande noite à alternativa: o movimento operário europeu em crise*, W. Brant (trans). São Paulo:Boitempo.

Böhm, Steffen and Batta, Aanka (2010) Just doing it: enjoying commodity fetishism with Lacan. *Organization* 17(3): 345-361.

Bruns, Axel (2008) *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage*. New York: Peter Lang.

De Oliveira, Francisco (2003) *Crítica à razão dualista: O ornitorrinco*. São Paulo: Boitempo.

Dufour, Dany-Robert (2013). A cidade perversa: liberalismo e pornografia. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Fontenelle (2015). Organizations as producers of consumers. *Organization*, Vol. 22(5) 644–660.

Gorz, A (2005[2003]) *O Imaterial: Conhecimento, Valor e Capital*. São Paulo: Anna Blume.

Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity* (Vol. 14). Oxford: Blackwell.



-
- Harvey, David (2010a) *A companion to Marx's capital*. London: New York: Verso.
- Harvey, David (2010b) *The enigma of capital: and the crises of capitalism*. London: Profile.
- Hassard J and Kelemen M (2002) Production and consumption in organizational knowledge: The case of the paradigms debate. *Organization* 9(2): 331-355.
- Heinrich, Michael. *Karl Marx e o nascimento da sociedade moderna (vol.1: 1818-1841)*. São Paulo: Boitempo, 2018.
- Jameson, F (1991) *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*. Durham(USA):Duke University Press.
- Jappe, Anselm (2013[2003]) *As Aventuras da Mercadoria: para uma Nova Crítica do Valor*. Lisboa: Antígona.
- Karatani, K (2005) *Transcritique: on Kant and Marx*, Kohso S (trans). Massachusetts: MIT Press.
- Marazzi, Christian (2011) *Capital and affects: The politics of the language economy*. Los Angeles CA:MIT Press Books 1.
- Marx, Karl(1992) *Capital. Vol.1*. England: Penguin Classics.
- Negri, Antonio (1989) *The politics of subversion: A manifesto for the twenty-first century*. Cambridge: Polity Press.
- Pine, BJ and Gilmore JH (1999). *The experience economy: work is theatre & every business a stage*. Boston MA:Harvard Business Press.
- Reich, Robert B (2010) *The Work of Nations: Preparing Ourselves for 21st Century Capitalism*. New York:Random House LLC.
- Stallybrass, Peter (2008). *O casaco de Marx: roupas, memória, dor*. Minas Gerais: Autêntica Editora
- Strasser, Susan (1989) *Satisfaction guaranteed: the making of the American mass market*. New York: Pantheon Books.
- Tapscott, Don and Williams, Anthony D (2008) *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. New York:Penguin.
- Williams, R. (1985). *Keywords: A vocabulary of culture and society*. Oxford University Press.
- Willmott, Hugh (2010) Creating 'value' beyond the point of production: branding, financialization and market capitalization. *Organization* 17(5): 517-542.
- Zizek, S (2008) *A visão em paralaxe*. São Paulo: Boitempo.
-



Zwick D and Knott JD (2009) Manufacturing Customers: The database as new means of production.

Journal of Consumer Culture 9(2): 221-247.

Livros e textos complementares serão disponibilizados na programação do curso a ser encaminhada aos alunos antes do início das aulas.
