

OS PARADIGMAS ECONÔMICOS NA ORIGEM DO MARKETING: o surgimento de uma tradição de pesquisa

SÉRGIO ROBERTO ALVES DA ROSA*

RESUMO: a teoria econômica é uma das principais fontes de referências teóricas para o marketing. Este artigo procura identificar quais os paradigmas econômicos dominantes na tradição de pesquisa do marketing, a partir da análise das influências exercidas sobre os primeiros pesquisadores da disciplina, realizada por Robert BARTELS. Identifica a presença da escola histórica alemã no método (empírico, indutivo e normativo) adotado pelo marketing por influência de John COMMONS, e da escola neo-clássica na explicação da demanda e no enfoque centrado do consumidor, por influência de Frank TAUSSIG, ambos importantes economistas americanos do início deste século. Aponta estes paradigmas como os dominantes na tradição de pesquisa do marketing.

DESCRITORES: Marketing : teorias econômicas
Marketing : história do pensamento
Marketing : paradigmas neo-clássico e institucionalista
Marketing : Economic Theory
Marketing : Thought History
Marketing : Neoclassical and Institucional Paradigms

ABSTRACT: the economic theory is one of the main sources of theoretical reference to the marketing. This article tries to identify which are the predominant economic paradigms in the marketing research tradition, from the analysis by Robert Batels of the influences done on the first researchers of the subject. It identifies the presence of the German historical school within the method (empirical, inductive and normative) adopted by the marketing by the influence of John Commons, and of the neoclassical school on the

* Professor Adjunto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

explanation of the demand and in the focus centred on the consumer, by the influence of Frank Taussig, both very important American Economists from the beginning of the century. These two paradigms are dominant on the research tradition of marketing.

1 INTRODUÇÃO

No prefácio do livro “Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control”, uma das obras clássicas da literatura de marketing, Philip KOTLER, dissertando sobre a natureza de sua obra, arrola entre as principais características do livro conter uma perspectiva das disciplinas básicas. Textualmente: “Este livro é baseado em economia, ciência comportamental e matemática. Economia provê conceitos fundamentais e meios para a busca de resultados ótimos no uso de recursos escassos (...)” (11, p. XIX). Esta forma de tratar a teoria econômica como um todo, como se fosse um corpo articulado de conceitos, despreza as visões muitas vezes antagônicas das várias correntes do pensamento econômico, não só em suas explicações sobre os fenômenos que estuda, mas quanto a método de análise, pressupostos teóricos e à própria valorização do objeto de estudo. Mas esta forma de referir o referencial econômico não é exclusiva de KOTLER.

Dezenas de autores escrevendo sobre o conceito, a abrangência ou a história do pensamento do marketing mostram a mesma postura. Mesmo historiadores como Robert BATELS que em sua obra “The History of Marketing Tough” (2, p. 186) estuda, também, a influência da teoria econômica no pensamento do marketing, de alguma maneira assume as escolas econômicas como um todo sistêmico. Ao indicar que das idéias de Adam SMITH foram retirados os conceitos de especialização e divisão do trabalho; dos marginalistas, o conceito de utilidade; da teoria monetária, o conceito de crédito; de KEYNES, as teorias da intervenção governamental nas atividades de marketing; BATELS tende a considerar a teoria econômica como um sistema único composto de subsistemas especializados.

“O fato mais aparente para qualquer um que estude a história da Economia (...) (é) a rica diversidade de pontos de vista, por um lado, e por outro, a mútua inconsistência e irredutibilidade de teorias antagônicas (derivadas de pressupostos antagônicos que não se expressam explicitamente), e, também, a conseqüente inutilidade das discussões referentes à sua adequação”,

afirma Eduard HEIMANN em sua **História das Doutrinas Econômicas**. (8, p. 14). A consciência deste quadro leva a uma questão: quais as doutrinas econômicas que fornecem os referenciais desta disciplina ao marketing? De que modelos ou paradigmas da teoria econômica o marketing se apropria para explicar a realidade e desenvolver sua lógica de ação?

Apesar dos autores mais representativos do pensamento em marketing se apropriarem de modelos econômicos derivados de doutrinas diversas, como LE-

VITT e os economistas neo-clássicos (15) e DHOLAKIA (5), FIRAT e BAGOZZI e a teoria do capitalismo monopolista do marxista Paul SUWEZZI, é certo que existe uma "... tradição de pesquisa" como afirma Paul ANDERSON, citando Larry LAUDAN, acrescentando" "...a tradição de pesquisa consiste num conjunto de suposições compartilhada por pesquisadores em um campo particular. Seu propósito principal é prover um conjunto de normas para o desenvolvimento teórico" (1, p. 19).

Nesta ótica, o assumir modelos econômicos fora da tradição de pesquisa está vinculado à tentativa de reformular a teoria e a própria evolução paralela do pensamento econômico, já que

"... as idéias econômicas são sempre e intimamente um produto de sua própria época e lugar; não podem ser vistas desvinculadas do mundo que interpretam. Se este mundo se modifica — e ele está num processo de constante transformação — também as idéias econômicas devem mudar para permanecerem relevantes"; como registra GALBRAITH (6, p. 1).

A questão colocada anteriormente pode ser melhor enfocada se formulada como: quais os paradigmas de teoria econômica que são relevantes na tradição de pesquisa do marketing?

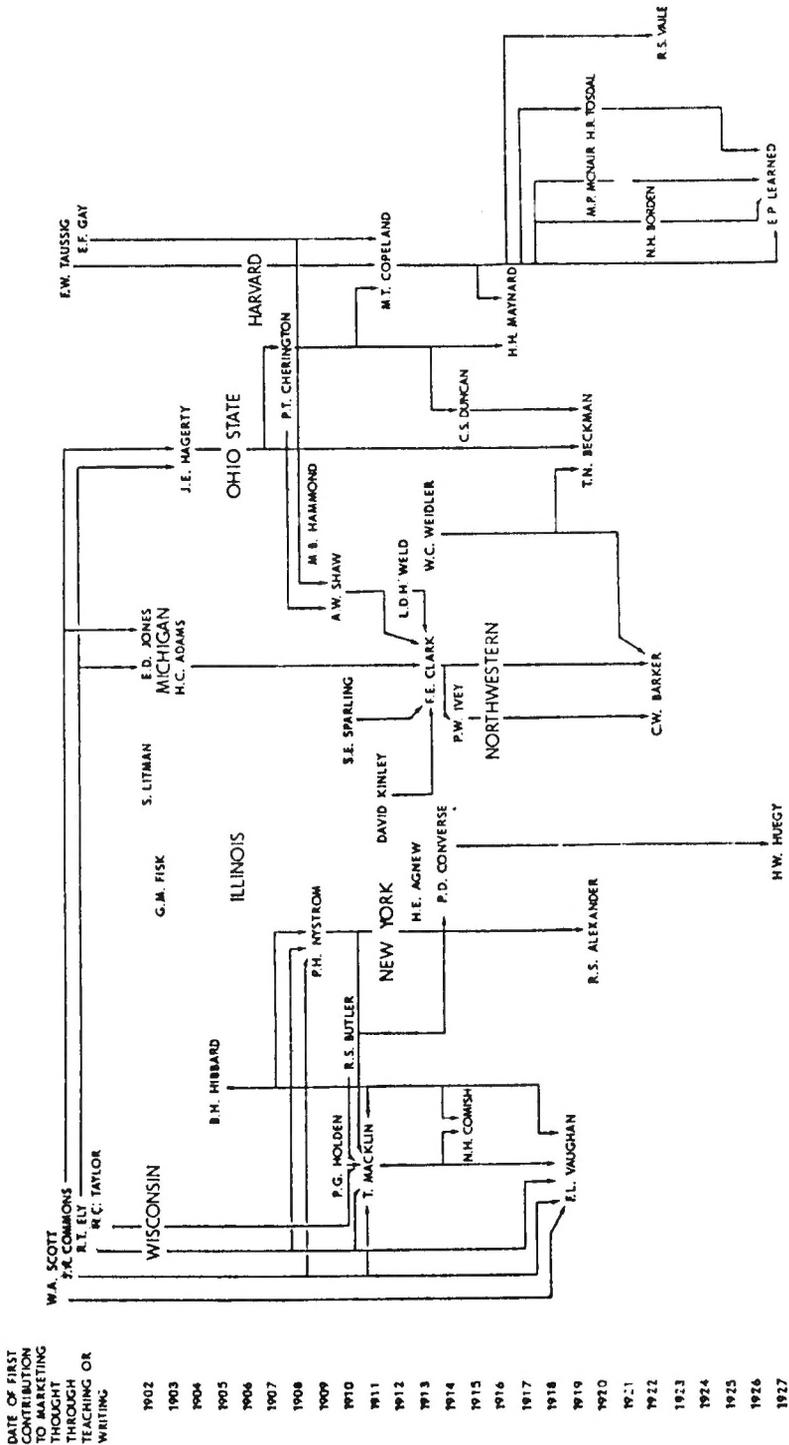
Uma primeira aproximação para uma resposta a esta pergunta pode ser encontrada na obra de BARTELS. Ali é traçado um quadro de influências pessoais no desenvolvimento dos primeiros teóricos do marketing "... uma árvore genealógica" da teoria (2, p. 28). Na origem deste quadro ressaltam o nome de três importantes economistas americanos: Richard T. ELY, John R. COMMONS e Frank W. TAUSSIG — autores citados nas obras mais sérias sobre a evolução do pensamento econômico*. A importância destes três economistas para a formação da teoria do marketing é confirmada no apêndice A da Obra de BARTELS, que publica os depoimentos pessoais de vários "... pioneiros" do pensamento em marketing, como os chama BARTELS, colhidos pelo autor em 1940 e 1941** (2, p. 245).

A análise da contribuição à teoria econômica destes três economistas, por certo, põe em evidência os paradigmas aceitos na tradição de pesquisa do marketing.

* Sobre TAUSSIG existe um excelente estudo de Joseph SCHUMPETER em **Dez Grandes Economistas**. ELY é estudado quase sempre como um dos economistas americanos ligados a primeira escola histórica alemã. Jenny KRETSCHMANN ressalta sua contribuição ao conceito de propriedade (13, 1951). John COMMONS, junto com Thorstein VEBLEN e Wesley MITCHELL é um dos criadores da escola institucionalista americana e como tal tem merecido citações de todos os autores modernos. Ver a análise de sua obra em **As principais correntes da ciência econômica moderna**, de Ben SELIGMAN (21, 1967).

** Ver especialmente os depoimentos de P. D. Converse, Melvin T. Copeland, B.H. Hibbard, Theodore Macklin, Paul H. Nystron, Roland S. Vaile.

CHART 1: LINES OF PERSONAL INFLUENCE IN THE DEVELOPMENT OF MARKETING THOUGHT



2 USA, 1800 : A ausência teórica

Os autores que analisam a evolução do pensamento econômico nos Estados Unidos são unânimes em afirmar que nada de original ali se produziu na primeira metade do século passado. John F. BELL, que estuda minuciosamente a contribuição americana, afirma sobre este período que “o nível de teorização não era nem muito elevado nem original”, acrescentando “... não falharam (os primeiros escritores) completamente em dar contribuições originais, mas aquelas que deram dificilmente poderão ser consideradas significativas”, concluindo “... poucos dos escritores eram preparados em economia política” (3, p. 438-439). É nas três últimas décadas do século que vão surgir os primeiros economistas americanos de certa importância como John B. CLARK*. GALBRAITH registra que:

“... por volta do final do século, as universidades começaram a criar cátedras de economia política — que logo se chamariam simplesmente economia. Porém, a maioria de seus ocupantes restringiam-se a transmitir a ortodoxia reinante na Grã Bretanha. Havia livros de textos americanos, mas eram todos derivados dos livros ingleses e não chegaram a ser plenamente aceitos. A American Economic Society, formada em 1895, foi inicialmente um protesto contra o apoio extremamente conservador dado ao capitalismo industrial pela teoria clássica aceita e pelo seu compromisso com o ‘laissez-faire’** (6, p. 141, 149).

SCHUMPETER, ao escrever o necrológio de Wesley C. MITCHELL*** vai mais fundo: “Nos Estados Unidos, em particular, onde a profissão de economista alcançou um desenvolvimento tropical, o olhar retrospectivo não descobre mais que o livro de texto passado de moda — melhorado, sem dúvida, por obra de homens como F. Walker, porém sempre passado de moda — e o resto caos, um caos fértil se quisermos, mas definitivamente caos. Sem querer faltar ao respeito a méritos esquecidos ou semi-esquecidos, podemos ver facilmente que um jovem ao ingressar no departamento de economia de Chicago, em torno de 1895, não encontraria ninguém para lhe mostrar a riqueza de idéias e de programas de investigação que palpitam sob a superfície plana dos “Principles” de MARSHALL, a única obra onde era possível aprender os ensinamentos de MARSHALL sem a necessidade de ir a Cambridge e escutá-lo em suas aulas. E teria sido necessá-

* John Bates Clark (1847-1938), economista e professor. Escreveu “The Philosophy of Wealth” (1895), “The distribution of Wealth” (1899), “Essentials of Economic Theory” (1907). Considerado um economista da corrente marginalista — a qual deu contribuições originais — foi professor de Thorstein VEBLEN no Carleton College, mas suas idéias não deixaram um rastro claro nas formulações de Veblen, a não ser por oposição.

** Vale lembrar que Richard ELY foi um dos fundadores da American Economic Society, “a principal figura da fundação” segundo GALBRAITH (6, p. 149), entregando a sua primeira presidência a Francis A. WALKER, um economista e militar, professor de Yale, plenamente aceito pelo “establishment”.

rio um mestre de habilidade excepcional para que em 1985, ou até mais tarde, as doutrinas J.B. CLARK pudessem ter sido expostas de uma maneira verdadeiramente útil. Assim, a “Sozialpolitik” não se desenvolveu plenamente; a história econômica foi posta de parte, e do novo aparato teórico se libertaram, qualificando-o de *marginalismo* ou *neo-classicismo*, e em virtude de tudo isso restou, triunfante, o livro de texto seco e poeirento — mais ou menos com as formas de modelo de Mill — com o resultado de preparar e incitar as mentes mais ativas a uma revelação *institucionalista* (19, p. 305-305).

Apesar da aguda crítica de SCHUMPETER é nas três últimas décadas do século passado que o pensamento econômico americano começa a se colocar a par do que se formula na Europa * (6). J. Grizzioti KRETSCHMANN registra que no final do século nota-se a influência das idéias estrangeiras destacando a presença do pensamento alemão e da síntese neo-clássica de MARSHALL. Cita como exemplos desta efervecência a própria fundação da American Economic Society e importantes revistas como “Political Science Quartely”, “Quarterly Journal of Economics”**, “Journal of Political Economy” e outras (12, p. 44-45). Colocar-se em dia com o mundo significou participar da discussão e da crítica à escola clássica de Adam SMITH e RICARDO*

3 A MODERNIDADE TEÓRICA NA PASSAGEM DO SÉCULO

Esta reação aos clássicos gerou três movimentos singulares. Um surgiu na Alemanha e ficou conhecido como o historicismo alemão, doutrina que veio a ter singular importância na sociedade americana e na própria gênese do marketing como uma área de estudos, o que será visto a seguir. Outra corrente que busca romper com a teoria é o marginalismo, rótulo atribuído a economistas que professaram idéias até diversas em si; que em alguns casos sequer conheciam as propostas dos demais; porém criaram o conceito da utilidade marginal, proporcionando a base para a síntese neo-clássica da Alfred MARSHALL. Nesta corrente são arrolados o inglês JEVONS, os austríacos MENGER, WIESER e BOHM-BAWERK (a escola austríaca), o francês WALRAS, o americano John Bates

*** Wesley Clair MITCHELL (1847-1948) economista e professor. Publicou “History of the Greenbacks” (1903), “Gold, Prices and Wages under the Greenback Standard” (1908), “Business Cycles” (1913), — “Income in the U.S.” — co-autor (1912), “Business Cycles and Unemployment” — co-autor (1903), “Business Annals” — com W.L. THORP (1926), “Recent Economic Changes” (1929), “Measuring Business Cycles” — com A.F. BURNS (1946) e numerosos artigos, alguns coletados e editados por Joseph DORFMAN em “The Backward Art of Spending Money” (1937).

* GALBRAITH ressalta como divisor de águas desta evolução a guerra da secessão, com a economia americana integrando-se e alcançando níveis de desenvolvimento vertiginosos, possibilitando sua abertura para o exterior. Ver GALBRAITH (6).

** Revista e dirigida por Frank TAUSSIG de 1896 a 1936.

CLARK**. A terceira linha crítica surgiu com Karl Marx, o "... grande ataque", como classificou GALBRAITH (6, cap. 11).

Curiosamente, as idéias de Marx não encontram adeptos nos Estados Unidos da virada do século. "... Se no final do século passado a ortodoxia clássica cruzou o Atlântico, o mesmo não aconteceu com a reação marxista", registra GALBRAITH (6, p. 145). A teoria marxista não ficou desconhecida, simplesmente não ganhou adeptos entre os economistas americanos. Thorstein VEBLEN* leu e analisou Marx num ensaio intitulado "The socialist economics of Karl Marx and his followers" (21, p. 178-180) e, embora tenha sido um crítico tão mordaz quanto Marx do capitalismo, rejeita muitas idéias deste, especialmente a dinâmica hegeliana do materialismo dialético. Afinal, via a sociedade em evolução como um darwinista social.

O historicismo alemão** formulou três grandes impugnações à economia clássica: sua universalidade; sua psicologia rudimentar, baseada no **egoísmo**; o uso abusivo do método dedutivo. Propõem, então, um enfoque relativista, estudando empiricamente as leis e as instituições econômicas em diferentes épocas e sociedades, buscando compreender seu desenvolvimento dinâmico. A decorrência natural é a supremacia do método indutivo e dos estudos empíricos. Por trás disto subsiste um outro posicionamento: a busca constante de soluções práticas, uma tendência normativa (20, 21, 7, 8, 18). Schumpeter observa "... o interesse profundo, ou melhor ainda, apaixonado, no que diz respeito à política social", acrescentando "... o fato de se ocuparem de questões práticas situou em segundo plano os tipos de teorias incisivas e que jamais permitem chegar imediatamente à solução de problemas práticos" (20, p. 162-163) HEIMANN coloca esta tendência como derivada da própria posição metodológica", afirmando sobre a defesa destes autores da intervenção governamental que na ausência de uma lei natural — seja de harmonia ou não — que governe a ordem econômica, fica aberto o caminho à intervenção do estado para modelar o processo econômico

* Adam SMITH (1723-1790) é considerado o fundador da ciência econômica. Professor de Filosofia Moral em Glasgow, publicou em 1776 "Wealt of Nations", marco referencial do pensamento econômico.

David RICARDO (1772-1823), operador da Bolsa de Londres, político e parlamentar, fundador do clube de Economia Política de Londres (1821), publicou "On the principles of Political Economy and Taxation" em 1817.

** William Stanley JEVONS (1835-1882) químico, economista e professor. Publicou sua principal obra em 1871: "Theory of Political Economy". Carls MENGER (1840-1921), Friederich von Wieser (1851-1926) e Eugen von BOHM-BAWERK (1851-1914), todos os três professores na Universidade de Viena — em épocas distintas — são os grandes nomes do que se convencionou chamar a escola austríaca. MENGER publicou sua obra de maior impacto, **Fundamentos de Economia Política** em 1871. WIESER, publicou em 1889 **O Valor Natural**, entre outros livros. BOHM-BAWERK **O Capital e os Juros** em 1884 e **Teoria Positiva do Capital** em 1898.

Marie Esprit Leon WALRAS (1834-1910) forma junto com seu sucessor Vilfredo Pareto (1848-1923) a Escola de Lausanne, Universidade onde lecionaram sucessivamente. WALRAS publicou "Elements d'Economie politique pure" em 1874 (1ª parte) e 1878 (2ª parte). Sobre John B. CLARK, ver nota p. 30.

em conformidade com os fins sociais desejados (8, p. 223-224). Ou qualquer outra instituição, podemos acrescentar.

O fato das idéias marginalistas terem surgido independentemente* em vários contextos sociais foi muitas vezes considerado como sintoma de sua provável correção (8, p. 233). Os marginalistas tomam o conceito de utilidade como alternativa lógica ao conceito do valor — trabalho de RICARDO. Na verdade o conceito de utilidade e valor de uso está presente no pensamento econômico desde Adam SMITH, foi utilizado por economistas considerados clássicos como J.B. Say, tendo sido relacionado com a escassez (Galiani: quanto mais escasso um bem, mais útil resulta sua aquisição WALRAS, pai: “rareté”, resultado de escassez e utilidade)**. Porém, quando foi introduzido na teoria o valor utilidade este pareceu um conceito revolucionário (8, p. 232; 6, p. 97). Os marginalistas contestam os clássicos em vários aspectos. Primeiro buscam estudar as relações causais da economia, abandonando a idéia do equilíbrio funcional dos clássicos. Estudam as relações de troca a partir da demanda, ou seja da utilidade que varios bens tem para o indivíduo e não a partir da oferta, não enfatizando a produção e seus custos em contradição aos clássicos. Neste aspecto subvertem a teoria do valor de RICARDO. Em terceiro lugar refutam a visão clássica de uma economia estática e mecânica, introduzindo o conceito da ação subjetiva de agentes econômicos. Imaginam a demanda composta por homens, lógicos e racionais, mas decidindo sobre o seu consumo, a partir de necessidades subjetivas. “Põem em primeiro plano o interesse do consumidor (...) a economia de consumo e a utilidade (...) estudam a curva de demanda e as causas psicológicas dela”, registra KREISCHMANN (13, p. 288). A troca não se origina da inclinação natural do homem, como queria Adam SMITH, mas do impulso de uma necessidade que o indivíduo sente e busca satisfazer. (13, p. 286-290). Além dos já citados conceitos de necessidade e utilidade, expressam o conceito da utilidade marginal, a capacidade que uma unidade adicional de um bem tem na satisfação de uma necessidade. Raciocinam que esta tende a decrescer, ou seja, que cada unidade adicional de um determinado bem, embora aumente a utilidade total, tem uma menor utilidade para o indivíduo que a unidade antecedente. É a lei da utilida-

* Thorstein Bunde VEBLEN (1857-1929). O mais singular economista americano segundo John GALBRAITH. Escreveu: “Theory of the Leisure Class” (1889), “The Theory of Business Enterprise” (1904), “The instinct of workmanship and the State of the Industrial Arts” (1914). “Imperial Germany and the Industrial Revolution” (1915), “An inquiry into the nature of Peace and its Perpetuation” (1917); “The Higher Learning in America” (1918), “The Engineers and the Price System” (1921) entre outros. Sua melhor biografia e estudo crítico — existem muitos — ainda é de Joseph DORFMAN, intitulado “Thorstein Veblen and his America”, publicado em 1934.

** A Escola Histórica surge na Alemanha em 1843 com a publicação do livro ‘Grundis...’ (Esboço de Preleções sobre Economia Política segundo o Método Histórico) de Wilhem ROSCHER (1817-1894). Costuma ser analisada como dois movimentos, a Primeira e a Segunda Escola Histórica. Do movimento inicial, os maiores expoentes foram ROSCHER, Bruno HILDEBRAND (1812-1878) e Karl KEINES (1821-1898). Na Segunda Escola destacaram-se Gustav von SCHOLLER (1838-1917) George Frederich KNAPP (1842-1926) e Ludwig Joseph (Lujo) BRETANO (1844-1931).

de marginal decrescente. Essa ênfase na unidade adicional, marginal, acabou rotulando estes pensadores, que também têm em comum um outro aspecto: todos possuíam uma formação matemática e buscaram, deliberadamente, aplicar os métodos matemáticos aos problemas econômicos. Não foram os primeiros, mas foram os mais bem sucedidos incorporando à ciência econômica um instrumental de análise hoje indissociável do método (3, 6, 8, 13, 20, 21). Na questão metodológica diferiram significativamente dos historicistas alemães, ficando famosa a polêmica metodológica entre MENGER e Gustav von Schomoller. Este propugnando a pesquisa empírica e a lógica dedutiva, aquele defendendo a investigação analítica e o método dedutivo (20, p. 177-185; 3, p. 374-376). Neste mesmo período histórico atua um pensador brilhante na Inglaterra. É Alfred MARS-HALL, professor em Cambridge*. Os analistas de sua obra, especialmente seu discípulo, biógrafo e responsável pela mais famosa ruptura com suas idéias, John Mainard KEYNES** (19, p. 121-142), afirmam que MARSHALL não recebeu influências diretas de JEVONS, ou dos austríacos, desenvolvendo ele próprio seu raciocínio marginalista. Apesar de ter publicado sua obra mais influente em 1890, "Principles of Economics", MARSHALL já ensinava sua economia em 1868, atuação que transformou Cambridge no mais admirado centro de estudos econômicos dos últimos anos do século passado ao final da primeira metade deste século (3,6,13,16,19,21). De qualquer forma, MARSHALL defendeu as mesmas teses dos seus contemporâneos marginalistas. O que tornou singular foi a leitura que fez dos clássicos, aplicando o instrumental marginalista. O próprio MARSHALL afirmou "... minha familiarização com a Economia começou com a leitura de MILL, enquanto ainda lecionava matemática em Cambridge, traduzindo as doutrinas em equações diferenciais até onde elas o permitiam..."* Como um bom cavalheiro vitoriano, MARSHALL não ataca os clássicos, corrige-os. Usa uma abordagem matemática, mas em respeito à tradição, explana suas idéias em raciocínios verbais, relegando a análise matemática aos apêndices a cada **livro** dos "Principles". Este posicionamento permitiu a rápida divulgação de sua obra entre o "establishment" científico e social e ele e seus seguidores acabaram conhecidos como **neo-clássicos**. MARSHALL aplica o raciocínio marginalista não só à demanda, mas também à oferta. Nasce com ele o mais celebrado clichê econômico, as leis da oferta e procura. A primeira representada por uma curva descen-

* No ano de 1871, JEVONS na Inglaterra e MENGER em Viena publicaram suas idéias independentemente e sem qualquer conhecimento prévio de suas linhas de pensamento.

** É curioso notar que os conceitos de necessidade, utilidade, utilidade marginal e utilidade marginal decrescente são apresentados nas obras dos economistas já citados, com nomes diversos, e também em outros autores menos estudados. Um exemplo é GOSSEM, economista alemão sem presença maior em sua época que publicou um livro em 1854, também despercebido. O insucesso levou-o a recolher a obra em 1858 e destruí-la. Um exemplar acabou em Manchester e nas mãos de JEBONS após 1871. No prefácio à segunda edição da "Theory of Political Economy", em 1879, JEVONS declarou que GOSSEN o havia antecipado completamente no tocante aos princípios e métodos gerais da economia. Posteriormente, WIESSER batizou alguns dos postulados básicos do marginalismo de 1ª e 2ª Lei de Gossen. Ver BELL (3) e KREITCHSMANN (13).

dente à direita em gráfico que relaciona preço e quantidade, a segunda, uma curva ascendente à direita. O ponto de intersecção é o equilíbrio, parcial e instável. MARSHALL cria uma economia dos preços, "... porque se recusa a medir a utilidade em termos de prazer ou dor, nem quer considerar os únicos motivos egoístas do 'home oeconomicus'..." (13, p. 388). Introduz os conceitos de curto e longo prazo (the short run, the long run) e a possibilidade de alterações da conjuntura econômica ("... se as condições gerais da vida permanecerem estacionárias...") (13, p. 389). É dele a operacionalização do conceito de elasticidade da demanda e a análise do conceito de **excedente**, aplicado a todos os fatores de produção, à oferta, à demanda e ao consumidor. Enfim, desenvolve uma teoria completa, que seria ampliada nos sessenta anos seguintes por seus seguidores, mesmo aqueles que como KEYNES revisaram suas afirmativas. No final do século suas idéias estavam "... na Inglaterra acima e além de qualquer possibilidade de contestação. E, diretamente ou por meio de discípulos como Frank W. TAUSSIG (1859-1940), a sua influência não era menor nos Estados Unidos", registra GALBRAITH (6, p. 162), acrescentando "Alfred Marshall dominou durante todos estes anos".

4 O GRANDE COMUNICADOR NEO-CLÁSSICO

Frank William TAUSSIG*, formado em Harvard e imediatamente guindado a professor daquela escola, ali desenvolveu toda sua atividade profissional. Afirma GALBRAITH que "... o professor Taussig, da Harvard University, era por uma boa margem, o mais influente professor americano de economia nos últimos cem anos..." (6, p. 144). Especialista em tarifas aduaneiras e comércio internacional, seus primeiros escritos foram sobre estes temas. Em sua atividade acadêmica desenvolveu cursos nestas áreas mas esteve desde o início ligado ao ensino de

* Alfred MARSHALL (1842-1924), matemático e economista, publicou "The Economics of Industry" — co-autor com Mary MARSHALL (1879), "Principles of Economics" (1890), "Industry and Trade" (1919) e "Money, Credit and Commerce" (1923).

** J.M. KEYNES, "Essays in Biography" (Ny, 1933) citado por BELL (3, p. 494). Ali KEYNES diz: "como cientistas ele foi, dentro de seu campo, o maior do mundo em um século", e por SCHUMPETER (19, p. 121-142).

* J.M. KEYNES, "Essays in Biography", pag. 186, citado por BELL (3, p. 497).

* Frank William TAUSSIG (1859-1940) economista e professor. Publicou "Protection of Young Industries" (1883), "History of Present Tariff" (1885), "The Tariff History of United States" (1888), "The Silver Situation in United States" (1891), "Wages and Capital" (1896), "Principles of Economics" (1911), "Some aspects of Tariff Question" (1915), "Inventors and Money Makers" (1915), "Free Trade, the Tariff and Reciprocity" (1920), "International Trade" (1927), "Origin of American Business Leaders", co-autor (1932), além de mais de uma centena de artigos. Professor em Harvard desde 1882, professor titular em 1892, detentor da cátedra Henry LEE, a partir de 1901. Foi também professor "honoris causa" da Northwestern University, Michigan University, Universidade de Bonn (Alemanha) e Universidade de Cambridge (Inglaterra). Exerceu funções públicas, inclusive de assessoria presidencial.

teoria econômica. SCHUMPETER, amigo e colega, em artigo biográfico escrito após sua morte, registra: "... dois artigos que escreveu para as Publications of the American Economic Association daquele ano (1893), a 'Interpretation of Ricardo' e 'Value and Distribution as Traded by Professor Marshall', definem claramente onde desejava fincar suas âncoras" (19, p. 252).

Mais adiante acrescenta, "... o segundo artigo expressa, com igualdade os termos em que travou relação com os ensinamentos marshallianos, adotando-os como uma das fontes principais de sua tarefa como professor" (19, p. 253). Esta afiliação teórica pode ser notada em seus "Principles", 1939. Dos oito livros que se compõe a obra, em três deles MARSHALL é citado como a bibliografia principal e em outros três, discípulos de MARSHALL (PIGOU em dois, KEYNES no terceiro) (22). TAUSSIG foi o grande divulgador da teoria neo-clássica nos Estados Unidos. E um divulgador eficaz, que fez com que as idéias de MARSHALL dessem a cor ao pensamento econômico americano na primeira metade deste século, apesar da forte oposição das idéias originais que ali se desenvolveram nesta época.

5 O HISTORICISMO ALEMÃO E OS INSTITUCIONALISTAS AMERICANOS

Os economistas que discordam do pensamento econômico geralmente aceito receberam o amplo rótulo de institucionalistas. Na origem de seus pressupostos teóricos está Richard T. ELY*. Na década de 80, foi considerado um **radical** por criticar os clássicos com o mesmo instrumental teórico e argumentos dos historicistas alemães. Como eles, propunha um enfoque de investigação empírica e o método indutivo, defendendo a intervenção na economia como forma de corrigir distorções. A intervenção que imagina não deveria se limitar ao executivo. Outras instâncias da sociedade também poderiam realizá-las, como o judiciário. SELIGMAN nota uma evolução no pensamento de ELY, citando sua trajetória como um exemplo "... de como os jovens economistas são absorvidos pela corrente do pensamento ortodoxo" (21, p. 742). Observa que:

"... em suas últimas edições, as 'Outlines' de ELY já adotavam a análise marginalista (...). De qualquer forma, as 'Outlines' permaneciam oferecendo uma eclética combinação de idéias historicistas, marshallianas e austríacas. Seu tratamento da evolução econômica, de teoria do valor, da distribuição e da produção ligava teorias que sempre haviam estado longe uma das outras" (21, p. 742-743).

* Richard ELY (1854-1943) economista e professor. Com formação na Columbia University, estuda três anos na Alemanha com Karl KNIES, um dos expoentes da 1ª escola histórica alemã. Retornando aos Estados Unidos passa a lecionar em John HOPKINS e posteriormente na Universidade de Wisconsin. Foi um dos criadores da American Economic Association e seu primeiro secretário. Publicou incontáveis artigos em jornais e revistas especializadas. Escreveu: "Introduction to Political Economy" (1889) e "Outlines of Economics" (1893). Esta segunda obra tornou-se um "best-seller", sendo considerado o livro versando sobre economia que mais vendeu nos Estados Unidos na virada do século. Ver SELIGMAN (21).

É ELY, já como diretor da Escola de Economia, História e Ciências Políticas de Wisconsin, quem convida seu ex-aluno John Roger COMMONS* a lecionar em Wisconsin. John COMMONS e ELY se encontraram em John Hopkins e a influência do primeiro é o marcante sobre o jovem. “O professor insistia nos campos da investigação prática e Commons descobriu rapidamente que em economia havia muito mais do que o exposto nos textos”, anota SELIGMAN (21, p. 200). Deixando os bancos escolares, COMMONS procura uma carreira universitária que lhe permita pesquisar a realidade.

GALBRAITH registra que “... na maturidade, Commons revelou-se o brilhante e extraordinariamente influente produto final de uma educação caótica e de início desastroso na carreira acadêmica” (6, p. 193). De fato, tenta ensinar em Ohio Wesleyan, Obelin, Indiana, Syracuse. GALBRAITH comenta dele o que poderia ter dito de Thorstein VEBLEN: “... é menos espantoso, talvez ele ter sido tão freqüentemente despedido do que ter sido tão regularmente contratado” (6, p. 193). Após afastar-se por cinco anos das universidades, foi chamado por ELY para Wisconsin em 1904, para ajudar a escrever uma história da democracia industrial. Tinha 42 anos. Ali se adaptou e permaneceu pelo resto da vida, incentivando a pesquisa empírica e a intervenção na sociedade. Ele próprio tem um papel destacado nas reformas sociais empreendidas em Wisconsin na gestão de Robert La Follete*. Suas idéias, sua ação e a de seus seguidores estão na origem da concepção americana do estado de bem-estar social e em sua implantação. “Qualquer visita às origens do estado do bem-estar deve incluir uma parada respeitosa em Madison, Wisconsin” (6, p. 194), afirma GALBRAITH. São os economistas responsáveis pelo Plano Wisconsin que vão implantar o “New Deal” de Franklin Roosevelt.

6 JOHN COMMONS E A IMPORTÂNCIA DE AGIR

GALBRAITH considera que o “o maior feito de Commons foi reunir e liderar um “coterie” brilhante e dedicado de colegas e alunos que, desembaraçados do peso das opiniões da ortodoxia clássica, partiram para enfrentar de maneira eminentemente prática as injustiças sociais e evidentes da época” (6, p. 193).

* John R. COMMONS (1862-1945) economista e professor. Publicou “The Distribution of Wealth” (1893), “Proportional Representation” (1896), “Races and Immigrants in America” (1907), “Trade Unionism and Labor Problems” (1905), “Documentary of American Industrial Society”, em 10 volumes, co-autor (1910), “Labor and Administration”, co-autor (1913), “Principles of Labor Legislation” (1918), “History of Labor in United States” (1918), “Industrial Goodwill” (1919), “Industrial Government” (1921), “Legal Foundations of Capitalism” (1924), “Institutional Economics” (1934) e, postumamente, “The Economics of Collective Action” (1950).

* VER COMMONS (4, p.2). Ali COMMONS reconhece ter redigido o rascunho da lei do serviço civil (1905) e da lei de utilidade pública (1907) a pedido de LA FOLLETE.

** Para ilustrar a atitude sem preconceitos de COMMONS, SELIGMAN registra que “Commons era um forte oponente do credo marxista. Dois de seus mais brilhantes associados eram judeus, refugiados políticos da repressão czarista, abraham BISNO e Selig PERLMAN. Ambos eram marxistas” SELIGMAN (21, p. 203).

Não só no campo social. *Mente aberta*^{*}, talvez dispersiva, "... sua insaciável curiosidade invariavelmente o fazia desviar-se a temas tangenciais (embora) estas derivações resultassem sempre em concepções claras", observa SELIGMAN (21, p. 202). Teoricamente, COMMONS introduz algumas idéias bem pouco ortodoxas: o conceito de ação coletiva, o conceito de valor razoável, o conceito de transações (em substituição à troca). Revaloriza a idéia de escassez, que busca em Humec e Malthus, e trabalha com o conceito de eficiência. Monta, ao longo de sua vida, uma visão que SELIGMAN considera "... talvez o sistema teórico mais abstrato elaborado por um economista americano nativo" (21, p. 222).

De maior impacto que suas teorias foi sua postura como economista. SELIGMAN observa que:

"... a postura de COMMONS é basicamente pragmática (...) há um impulso inegável a uma orientação instrumentalista; para COMMONS, a economia é um assunto prático, seu objetivo é reestruturar o capitalismo segundo linhas **razoáveis**. (...) Um posicionamento prático ajudaria aos economistas a investigar significativas questões e a buscar suas respostas com técnicas apropriadas ao problema que tem em mãos (21, p. 209).

E conclui "... para Commons, a teoria deve servir como um chamado de clarim para a ação" (21, p. 222). Esta postura John COMMONS transmitiu a seus discípulos. Um exemplo é E.D. JONES, que, considerado-se um economista, escreve uma obra intitulada **Organização e Administração de Empresas Industriais**, informando no prefácio à segunda edição:

"... o objetivo desta obra é esboçar de modo sistemático os aspectos que, atualmente, oferece a arte da organização e administração de empresas nos Estados Unidos. O sistema adotado encaminha-se a indicar, de uma maneira bastante detalhada os procedimentos utilizados na prática, deduzindo-se e formulando-se sempre que possível — os princípios gerais, ou seja, as **normativas** que na dita prática servem de orientação" (10, p. 2).

7 A HERANÇA DE COMMONS E A RECEITA DE TAUSSIG MIX DISSONANTE E PARADIGMA DOMINANTE

Esta mesma postura colocou em campo B.H. HIBBARD e Theodore MACKLIN a estudar a comercialização de grãos* e Paul NYSTROM a estudar o varejo (2, p. 256). Deve-se reconhecer a COMMONS um papel preponderante no surgimento da própria disciplina do marketing, apontando aos primeiros pesquisadores os temas a serem estudados; oferecendo-lhes o método de análise que herdara dos historicistas alemães através de ELY, ou seja, a pesquisa empírica e o

* A ligação destes autores com WISCONSIN e COMMONS é deixada clara por BERTELS na transcrição de seus depoimentos pessoais. Ver BARTELS (2, p. 254-255).

método indutivo; transmitindo-lhes a postura normativa, voltada a intervir na realidade, a ação. Esta é uma parte da tradição de pesquisa do marketing, paradigmas que a disciplina herdou da visão mais norte-americana da ciência econômica. Entretanto, o marketing agregou como seu outro paradigma: a visão do consumidor e a teoria do valor da escola neo-clássica. Não só por ser o paradigma dominante nas universidades americanas na primeira metade deste século, mas também porque a explicação para o consumo não foi a principal preocupação de COMMONS e não ficou acabada. Neste tema COMMONS não deixou seguidores (21).

Esta mescla de método empírico indutivo, postura intervencionista e uma explicação para preços e comportamento do consumidor embasados na análise matemática (a mesma que Richard ELY assume em seus últimos anos), é a contribuição da economia para os principais autores do marketing, o paradigma dominante. Dando razão à pesquisa de BARTELS, que coloca na origem dos dois principais ramos e seu mapa de influências na formação do pensamento do marketing, os nomes de COMMONS por um lado e Frank TAUSSIG por outro.

8 BIBLIOGRAFIA CITADA

- 1 ANDERSON, Paul F. Marketing strategic planning and the theory of the firm. **Journal of Marketing**, v. 46, n. 2, p. 15-26, Spring 1982.
- 2 BARTELS, Robert. **The history of marketing thought**. 2. ed. Columbus : Grid, 1976.
- 3 BELL, John Fred. **História do pensamento econômico**. Rio de Janeiro : Zahar, 1961. p.
- 4 COMMONS, John R. **Institucional economics**. Madison: UNiversity of Wisconsin Press, 1959. p.
- 5 DHOLAKIA, N. et al. The deamericanization of marketing thought : in search of a universal basis. In: LAMB Junior, C.W.; DUNNE, P.M. (ed.) **Theoretical developments in marketing**. Chicago : American Marketing Association, 1980. p. 219-232.
- 6 GALBRAITH, John Kenneth. **O pensamento econômico em perspectiva : uma história crítica**. São Paulo: Pioneira, Universidade de São Paulo, 1989. p.
- 7 GIDE, Charles; RIST, Charles. **Historia de las doctrinas economicas**. Buenos Aires : Depalma, 1949.
- 8 HEIMANN, Eduard. **Historia de las doctrinas economicas**. Buenos Aires : Arayú, 1954. p.
- 9 HUGON, Paul. **História das doutrinas econômicas**. 11. ed. São Paulo : Atlas, 1970. p.
- 10 JONES, E.D. **Organizacion y administracion de empresas industriales**. 2. ed. Barcelona : Labor, 1931. p.
- 11 KOTLER, Phillip. **Marketing management : analysis, planning, implementation and control**.
- 12 KRETSCHMANN, Jenny Grizzioti. **As doutrinas econômicas modernas**. Lisboa : Arcadia, 1963. p.
- 13 _____. **Historia de las doctrinas economicas**. Córdoba : Assandri, 1951. p.
- 14 LEKACHMAN, Robert. **História das idéias econômicas**. Rio de Janeiro : Bloch, 1973.
- 15 LEVITT, Theodore. Alfred Marshall : victorian relevance for modern economics. **Quarterly Journal of Economics**, v. 90, n.3, p. 425-443, Aug. 1976.
- 16 MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia**. São Paulo : Abril Cultural, 1982. p.
- 17 PIROU, Gaétan. **Les nouveaux courants de la théorie économique aux États-Unis**. 3. ed. Paris : Domat-Montchrestien, 1946. p.
- 18 RIMA, Ingrid Hahne. **História do pensamento econômico**. São Paulo : Atlas, 1977.

19 SCHUMPETER, Joseph A. **Diez grandes economistas** : de Marx a Keynes. Barcelona : J. M. Bosch, 1955. P.

20 _____. **Fundamentos do pensamento econômico**. Rio de Janeiro : Zahar, 1968. p.

21 SELIGMAN, Ben B. **Principales corrientes de la ciencia economica moderna**. Barcelona : Oikos-tau, 1967. p.

22 TAUSSIG, Frank W. **Principios de economia**. Buenos Aires: Espasa-Calpe, 1951. p.