

RESENHA CRÍTICA

HIRSCHMAN, Albert O. *Saída, Voz e Lealdade* - Reações ao declínio de firmas, organizações e estados. Trad. de Ângela de Assis Melim. São Paulo: Ed. Perspectiva. 1973. 159 p.

*Ubirajara S. Vieira**

Albert O. Hirschman nasceu em Berlim, em 1915, e imigrou para os Estados Unidos em 1941. Cientista político e social, lecionou nas principais universidades da costa leste americana: Yale, Columbia e Harvard e, posteriormente, passou a dedicar-se exclusivamente à pesquisa no Instituto de Estudos Avançados da Universidade de Princeton.

Hirschman chega, em seu livro: *Saída, Voz e Lealdade* (1973), a uma análise de processos econômicos com a promessa de esclarecer alguns fenômenos sociais, políticos e mesmo morais, notadamente aqueles que não têm despertado maiores interesses por parte dos economistas. Encontrou uma forma leve e descontraída de unificar assuntos diversos como concorrência, sistema bipartidário, demanda elástica, divórcio, etc.. Os conceitos que ali são desenvolvidos podem ser traduzidos para a linguagem da análise econômica tradicional mas, como ele próprio afirma, sem limitar-se a ela.

O ambiente analisado pode ser qualquer sistema econômico, social ou político, firmas e organizações em geral. Ambientes sujeitos a falhas de eficiência, ética, racionalidade, legalidade, ou de outros tipos de comportamento funcional. Explica que embora cada sociedade aprenda a conviver com certa parcela de funcionamento deficiente, é preciso que ela seja capaz de forçar esses agentes ineptos a assumirem as atitudes e métodos exigidos para o seu bom funcionamento, de forma que o mau

* Aluno do Mestrado em Desenvolvimento Social - UCPel.

comportamento não se alimente e não leve a deterioração geral. Hirschman se propõe, em *Saída, Voz e Lealdade*, a reconhecer essa capacidade que tem a sociedade, conforme sua atuação na economia. Observa-se contudo que os conceitos desenvolvidos são aplicáveis não só aos agentes econômicos mas também a uma grande variedade de organizações e situações não econômicas.

Essencialmente, o que o autor nos proporciona é uma ponte conceitual entre a análise econômica e a análise política e social, dois enfoques utilizados para explicar o mau funcionamento de firmas, instituições, corporações e governo. A análise econômica explica a eficiência das firmas pelas pressões do mercado, ou seja, pela capacidade que têm as pessoas - compradores, usuários, empregados - de buscar melhores produtos, preços ou salários em outras firmas mais eficientes, é a opção *Saída*. Daí a morte natural dos ineficientes, e o aspecto reconhecidamente sadio do capitalismo competitivo.

Em situações de monopólio, tanto de produtos, como de mercados de trabalho, de preços controlados ou cartelizados, passaria a imperar a lei geral da entropia, não fosse a existência de outros mecanismos a operar, já estes políticos e sociais: o protesto, a pressão organizada dos consumidores ou trabalhadores, e ainda demandas de grupos sociais interessados, ou seja, a opção *Voz*. Finalmente, o terceiro conceito, o de *Lealdade*, que permite a postergação da opção de *Saída* em situações semi-abertas, dando assim base para os mecanismos de *Voz* se manifestarem.

A partir desses conceitos iniciais, é dedicada grande parte do livro à análise comparativa das opções de *saída* e *voz*, e a sua inter-relação. Duas categorias contrastantes, porém não mutuamente exclusivas. A opção de *saída* pertence à área econômica, pois o cliente que, insatisfeito com o produto de uma empresa, muda para outra, usa o mercado para defender seu bem-estar ou para melhorar a sua situação. A *voz*, é o oposto, desde tímidos murmúrios até violentos protestos, implica na articulação de opiniões críticas pessoais em vez de uma atitude silenciosa de retirada, é um mecanismo direto e objetivo, é uma ação política por excelência.

Afirma o autor que clientes, frente ao declínio da qualidade, antes de qualquer coisa decidem se mudarão de firma ou produto, independentemente de sua influência no comportamento da empresa da qual normalmente compram. Só se não mudarem é que lhes pode ocorrer a idéia de reclamar. Se os clientes estão bastante convencidos de que a *voz* trará resultado, poderão adiar a *saída*. Em algumas condições a opção de *voz* é capaz de funcionar efetivamente como complemento da *saída* ou para substituí-la. É definida a *voz* como qualquer tentativa de modificação, em vez de fuga, de um estado ao qual se pode fazer objeções, através de petições individuais ou coletivas aos responsáveis, apelos a superiores com a intenção de pressionar a direção ou, vários tipos de ação e protesto, inclusive os destinados a mobilizar a opinião pública. É crença da teoria política que o funcionamento adequado da democracia requer um povo alerta, ativo, que faça o máximo uso da *voz*.

Hirschman teoriza afirmando que aquele que não usa a *saída* é candidato à *voz*, e o volume da *voz* aumentará conforme diminuem as oportunidades de *saída*, até o ponto onde a saída seja completamente impraticável, cabendo à *voz* toda a responsabilidade de alertar sobre as falhas. A *voz* tem um custo e está condicionada ao poder de negociação e influência de que gozam os clientes e membros dentro da firma ou organização. Pode tanto substituir a *saída* como complementá-la. Uma vez que se optou pela *saída*, perdeu-se a oportunidade da *voz*, diferente da situação inversa, onde a saída pode ser uma reação de último recurso, depois de a *voz* ter falhado.

O livro de Hirschman discorre sobre uma interessante dificuldade em conciliar *voz* e *saída*, traz, no quarto capítulo, exemplo de não correção das ineficiências mesmo diante de concorrência ativa. Onde a perda de renda pode não ser da maior gravidade, e a *saída* perde o efeito de alertar, ao passo que a *voz* não funciona por que os clientes mais revoltados e, portanto mais capazes de usá-la, são os primeiros a saírem. Questiona ainda se os primeiros clientes a saírem quando o preço aumenta, não são os mesmos que saem quando a qualidade cai. Para as organizações que reagem mais prontamente à *voz* que a *saída*, é de grande

interesse que permaneçam ativamente os consumidores mais conscientes da qualidade, aqueles mais capazes de protestar contra a deterioração.

O autor esclarece a teoria da coexistência da *saída* e da *voz* quando introduz o conceito de *lealdade*, visto que a sua presença diminui nitidamente a probabilidade de *saída*, ao tempo em que, possivelmente, a *voz* seja ampliada. A *lealdade* vincula-se a disposição dos clientes de trocar a segurança da *saída* pela incerteza da melhoria do produto degenerado e, ainda, a estimativa que esses clientes fazem da sua capacidade de influenciar a organização. De maneira geral a *lealdade* põe de lado a *saída* e ativa a *voz*, passando a ser útil ao propósito de evitar que a deterioração se acumule, como acontece quando não existem obstáculos à *saída*. A *lealdade* facilita a retomada do equilíbrio ao aumentar o custo da *saída*, obrigando as pessoas a optar pela criatividade ou pela passividade. Também aparece como uma característica da *lealdade* a resistência à *saída* apesar do descontentamento.

Hirschman finaliza comentando que vale a pena procurar maneiras de reforçar a *voz* dos clientes, como alternativa, ou passo complementar. Isto pode ser feito direta ou indiretamente, aumentando o custo da *saída*, ou mesmo reduzindo suas oportunidades. É raro haver condições favoráveis a uma combinação estável e perfeitamente efetiva da *voz* e da *saída*. A tendência aponta para a dependência exclusiva de um modo de reação e ao declínio de sua efetividade. Somente quando o modo dominante parece totalmente inadequado é que se pode introduzir o outro. Para manter a capacidade de combater a deterioração, as organizações que se apóiam em um dos dois mecanismos precisam, eventualmente, da introdução do outro. Outras organizações passam por ciclos regulares, onde a *saída* e *voz* se alternam como agentes principais. Finalmente, para melhorar os projetos de instituições, é útil uma consciência da inclinação natural à instabilidade de qualquer combinação ótima.

O livro de Hirschman, *Saída, Voz e Lealdade*, mostra a coragem deste autor para abordar temas complexos e, de certa forma polêmicos, - talvez por esse motivo tão pouco abordados pelos economistas -, com uma simplicidade capaz de se tornar inteligível aos mais variados perfis

de leitores. Dá ênfase em uma outra dimensão de análise que tem a ver com *status*, prestígio, segurança, reconhecimento, e está relacionada com comportamentos que só fazem sentido em uma ótica social e política. Como é próprio dos grandes cientistas nas várias áreas, Hirschman não se prende dogmaticamente a uma idéia específica, a conceitos e teorias, e ao constante mau uso que se pode fazer deles, quando são simplesmente aceitos como verdades indiscutíveis, e não mais discutidos e pensados. Analisa o tema por todos os ângulos.

Albert Hirschman, é um economista que pode ser qualificado como “heterodoxo”, conhecido por suas leituras bastante particulares da realidade econômica e um crítico ácido da teoria “ortodoxa”. Este livro também merece ser lido pela perene preocupação democrática e desenvolvimentista demonstrada pelo autor .

