

6 11 IMAGENS DA MODERNIDADE: A VISÃO DOS EMPRESÁRIOS.
R.S.Bispo, M.S.A.Soaes. (Centro de Estudos Sociais, IFCH, UFRGS).

O trabalho aborda as variadas Imagens da Modernidade no meio empresarial e objetiva investigar as distintas matrizes sociais dessas representações da modernidade no Brasil. A pesquisa centrou-se no período 1989 - 1991, quando a problemática da modernidade foi introduzida no debate nacional pelo então candidato Collor. As fontes utilizadas foram jornais e revistas de circulação nacional, tendo sido a análise de discurso a técnica escolhida para o desenvolvimento da pesquisa. O estudo concluiu que a modernidade no meio empresarial está estritamente associada a livre iniciativa, alinhamento do Estado do mercado e abertura da economia ao mercado internacional, atribuindo-se pouca relevância aos aspectos sociais e culturais da modernidade ocidental.

(CNPq/FAPERGS/PROPEP)