

## **A Constituição Dos Mercados A Partir Da Sociologia Econômica Bourdieusiana**

### **Autoria**

Bruno Dias Soares

PPGA /Universidade Federal de Lavras

João Luis de Sousa

PPGA/Universidade Federal de Lavras

Juliano Silva Cougo

PPGA/UFLA

### **Resumo**

A questão do predomínio positivista sobre o desenvolvimento científico é um assunto recorrente em textos críticos de filosofia da ciência. O rigor exigido de estudos das áreas das Ciências Sociais Aplicadas, nos quais se inserem os econômicos, seguem as mesmas exigências das Ciências Naturais, o que é incompatível com sua natureza. Neste contexto, na última metade do século XX, diversos sociólogos adentraram ao campo da Economia, em uma corrente denominada por Sociologia Econômica, com o intuito de criticar e superar a ortodoxia econômica, visando estabelecer uma abordagem científica coerente com os objetos de natureza social. Diante disso, o objetivo deste trabalho é o de investigar de que modo, no contexto da sociologia econômica, um mercado se constitui e de que modo as disputas pelo poder entre os stakeholders determinam as estratégias de um mercado. Para isto foi realizada uma revisão de literatura sobre as principais concepções de mercado e sobre a sociologia econômica bourdieusiana, especialmente no que diz respeito aos conceitos de Campo, Capital e Habitus.

**Área Temática - ESTRATÉGIA**

**A CONSTITUIÇÃO DOS MERCADOS A PARTIR DA SOCIOLOGIA ECONÔMICA  
BOURDIEUSIANA**

**Resumo:** A questão do predomínio positivista sobre o desenvolvimento científico é um assunto recorrente em textos críticos de filosofia da ciência. O rigor exigido de estudos das áreas das Ciências Sociais Aplicadas, nos quais se inserem os econômicos, seguem as mesmas exigências das Ciências Naturais, o que é incompatível com sua natureza. Neste contexto, na última metade do século XX, diversos sociólogos adentraram ao campo da Economia, em uma corrente denominada por Sociologia Econômica, com o intuito de criticar e superar a ortodoxia econômica, visando estabelecer uma abordagem científica coerente com os objetos de natureza social. Diante disso, o objetivo deste trabalho é o de investigar de que modo, no contexto da sociologia econômica, um mercado se constitui e de que modo as disputas pelo poder entre os stakeholders determinam as estratégias de um mercado. Para isto foi realizada uma revisão de literatura sobre as principais concepções de mercado e sobre a sociologia econômica bourdieusiana, especialmente no que diz respeito aos conceitos de Campo, Capital e Habitus.

**Palavras-chave:** Mercado, Sociologia Econômica, Bourdieu.

**Abstract:** The question of positivist dominance over scientific development is a recurring subject in critical texts of the philosophy of science. The required rigor of studies in the areas of Social Sciences, which include economics, follow the same requirements of the Natural Sciences, which is incompatible with their nature. In this context, in the last half of the twentieth century, several sociologists entered the field of economics, in a chain called Economic Sociology, with the purpose of criticizing and overcoming economic orthodoxy, aiming to establish a scientific approach consistent with objects of a social nature. Therefore, the objective of this work is to investigate how, in the context of economic sociology, a market is constituted and how the disputes over power between the stakeholders determine the strategies of a market. For this, a literature review was carried out on the main conceptions of the market and on the Bourdieusian economic sociology, especially with respect to the concepts of Field, Capital and Habitus..

**Keywords:** Market, Economic Sociology, Bourdieu

## 1 Introdução

A questão do predomínio positivista sobre o campo científico é um assunto recorrente em textos críticos de filosofia da ciência. Autores como Bourdieu (2005), Adorno (1985) e Horkheimer (1976) questionam a validade de análises e pesquisas que, no campo das Ciências Sociais, utilizam epistemologias e ontologias positivistas, cujo rigor se relaciona às variáveis quantitativas, mensuráveis e racionalizáveis que não seriam compatíveis com a complexidade da realidade social e que, por si só, não dariam conta de explicar a realidade em sua multidimensionalidade. Segundo Bourdieu, Chamboredon e Passaeron (2004), por ser uma ciência contestada, muitos pesquisadores das Ciências Sociais tendem a ancorar seus trabalhos nas mesmas exigências postas às Ciências da Natureza, mutilando a realidade, para que ela se molde a elas.

As investigações do campo da Economia também estão inseridas nessa problemática, tornando este campo essencialmente positivista. Segundo Swedberg (2011), grande parte dos conceitos e pressupostos que sustentam a ortodoxia econômica, apesar de naturalizados por todos e aceitos como coerentes com a realidade, não encontram corroboração no plano real e não são capazes de responder aos complexos problemas que dele emanam, especialmente aqueles relacionados ao contexto social e aos indivíduos. Além disso, segundo Schneider (2016) certos temas da Economia, tais como o mercado, são pouquíssimos estudados pela sociologia, o que colabora ainda mais com a desconsideração dos elementos sociais destas análises.

Devido a esta atmosfera, questões relacionadas ao contexto particular dos fenômenos, ao poder, a estrutura de poder, e as disputas pelo poder que modelam toda a estratégia traçada pelos stakeholders são negligenciadas, impedindo uma melhor compreensão da realidade. No entanto, segundo Abramovay (2004), no final do século XX ocorreu uma espécie de virada cognitiva, de modo que sociologia passou a permear o campo da Teoria Econômica, fazendo com que as discussões sobre este tema passassem a utilizar perspectivas de análise até então estranhas ao assunto e que, inclusive, questionavam a ortodoxia econômica. Um dos principais pesquisadores desta abordagem foi Pierre Bourdieu, que desenvolveu extensos estudos sobre economia e mercado, produzindo pressupostos metodológicos e teorias que permitem uma releitura destes fenômenos.

Diante de tudo isso, o objetivo deste trabalho é o de discutir de que modo, no contexto da sociologia econômica, um mercado se constitui e de que modo as disputas pelo poder entre os stakeholders determinam as estratégias de um mercado. Para isto foi realizada uma revisão de literatura sobre as principais concepções de mercado, sobre a crítica que Bourdieu tece acerca da ortodoxia econômica e, finalmente, sobre a Sociologia Econômica Bourdieusiana, especialmente no que diz respeito aos conceitos de Campo, Capital e Habitus.

## 2 Uma Síntese Sobre As Concepções De Mercado

Para se discutir a maneira na qual um mercado se constitui é necessário antes que se compreenda quais as concepções acerca dele. Segundo Schneider (2016), esta concepção se movimenta por três vias: (i) a do mercado como *locus*, (ii) a do mercado como princípio ordenador da sociedade e (iii) a do mercado como uma construção social. A partir dessas perspectivas decorrem diversas correntes de pensamento, no decorrer da história.

A concepção de mercado como *locus* é a mais antiga delas – da Pré-História ao fim da Idade Média – sendo baseada na ideia de mercado como um espaço físico e geográfico, onde vendedores e compradores se reuniam para efetuar suas transações (SCHNEIDER, 2016; BLOCH, 2014). Tais espaços, apesar de basicamente se resumirem a locais de troca, possuíram diversas funções sociais, conforme a época, e, segundo Pirenne (1956) e Anderson (1996), foram fundamentais para o ressurgimento das cidades, durante a Idade Média, uma vez que elas se reorganizaram no entorno desses espaços.

No entanto, as mudanças econômicas decorrentes do advento Mercantilismo e, posteriormente, do Capitalismo, modificaram completamente a dinâmica econômica, estabelecendo novas configurações de mercado, tanto em termos geográficos – uma vez que as trocas passaram a ocorrer até mesmo de modo intercontinental – como em termos de mercadoria – visto que passaram-se a ser comercializados produtos, matérias primas e até mesmo o próprio trabalho. (DOBB, 1963; MANTOUX, 2013; HECKSCHER, 2013).

Diante destas mudanças, surge uma nova concepção de mercado, a do mercado como princípio ordenador da sociedade. Segundo Polanyi (2013) o desenvolvimento capitalista fez com que a sociedade passasse a se organizar em torno do mercado e da economia, de modo que a vida social passasse a estar subordinada aos interesses e a lógica mercantil. Enquanto anteriormente o mercado era subordinado aos poderes da sociedade, agora a sociedade passou a estar subordinada aos poderes do mercado, havendo inclusive um domínio ideológico (SCHNEIDER, 2016).

Este domínio ideológico foi grandemente sustentado e reproduzido pelo Iluminismo (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) e tem dominado, inclusive, o campo científico, sob a égide do Positivismo. Segundo Horkheimer (1976), ao tentar garantir o domínio da natureza pelo homem, o Positivismo fez com que a ciência deixasse de tentar compreender a natureza e a sociedade como ela é, e passasse a interpretá-la conforme suas necessidades ideológicas, enxergando como sistêmica, sincrônica, calculável, previsível, portadora de lógicas e de Leis inexoráveis, entre outras características que permitissem ao indivíduo ter a ilusão de que a controla.

A ortodoxia econômica não escapou a esta subjugação científico ideológica (BOURDIEU, 2005). Em um contexto de contestação e de crítica aos princípios e teorias que nortearam a Ciência Econômica, até então, surge uma nova compreensão acerca do mercado: a do mercado enquanto construção social. Os principais expoentes desta corrente, segundo Schneider (2016) são Karl Polanyi – o primeiro deles –, Mark Granovetter e Pierre Bourdieu. Seja por meio da exploração dos fatores

não econômicos sobre a economia – *embeddedness* – de Polanyi, (2013), por meio do emprego da análise de redes de Granovetter (1985), ou por meio da sociologia dos campos sociais de Bourdieu (2005), respeitadas as divergências epistemológicas, para esses autores o mercado é regido por forças sociais, sendo fruto de processos da interação agentes que participam de um processo constante de intercâmbio econômico, social, cultural, etc., estabelecendo diversas formas de poder e de dominação (GRANOVETTER, 1985).

Neste sentido, os estudos desenvolvidos em torno da compreensão dos mercados como uma construção social estão agrupados num movimento que vem sendo chamado de Nova Sociologia Econômica (FOURCADE, 2007). Nesta corrente, os mercados se constituem e se desenvolvem através de processos interação social, tendo como premissa básica a relação mútua entre a economia e a sociedade (VINHA, 2001). Schumbert e Schneider (2016) destacam que os mercados, nesta abordagem teórica, passam a ser vistos como processo que estão entranhados nos fenômenos sociais. De acordo com Fourcade (2007) o campo da sociologia econômica atualmente pode ser dividido em três grupos: o primeiro representado pelos pesquisadores que analisam o mercado a partir das redes (Granovetter) e os analistas de campo, representados pelo pensamento bourdieusiano; o segundo grupo, estão os estudos que analisam os processos de institucionalização dos mercados, e; por fim os performativistas.

Granovetter (1985), em seu estudo seminal, buscava compreender a ação econômica e como as relações sociais impactavam os resultados econômicos. O autor utiliza do conceito de imbricação (*embeddedness*) desenvolvido por Polanyi (2013) e realiza um paralelo entre sua proposta e a visão econômica neoclássica. Na visão econômica neoclássica o agente é visto de forma atomizada, onde suas ações são racionais, individuais e com pouco influenciada pelas relações sociais, tratando-se de uma visão subsocializada. De outro lado, existem as teorias com percepções supersocializadas, onde os agentes são altamente influenciáveis pelo meio onde estão inseridos, orientando-se através de regras e princípios que são “interiorizados por meio da socialização, de forma que a obediência não é percebida como um peso” (GRANOVETTER, 2007, p. 4). O ponto defendido por Granovetter (1985) é que sejam evitados os dois extremos para a análise do agente econômico, o mercado deixa de ser visto como um local controlado por forças abstratas (oferta e demanda) e passa a ser considerado um composto de atividades que estão sobrepostas em redes de relações sociais. Dentre os analistas deste grupo, os mercados se constituem através das redes e sua dinâmica se dá através de uma estrutura social onde os agentes com diferentes atributos ocupam diferentes posições (FOURCADE, 2007).

Partindo do pensamento bourdieusiano, os mercados também são percebidos como o resultado de uma construção social. Diferentemente da análise feita por Granovetter (1985) usando a teoria das redes, Bourdieu (2005) considera os mercados como um campo estruturado, uma arena com intensas lutas entre os agentes econômicos. Em relação ao agente econômico, Bourdieu não o considera como um ser atomizado, pois seu comportamento não se limita a um processo de racionalização individual, recebendo também influências de seu grupo social. Sobre a origem dos mercados, Bourdieu (2005) destaca que gradualmente o lugar onde eram feitas trocas de mercadorias se dissociou dos demais espaços sociais e se estabeleceu em um campo específico. Neste processo, as simples transações

domésticas realizadas entre os agentes perderam sua expressividade e o interesse econômico se estabeleceu como princípio dominante, fato que influencia a atual visão sobre os mercados.

A análise de Bourdieu (2005) sobre os mercados se dá através da aplicação de seus conceitos de campo, capital e *habitus*. A análise campo econômico (mercados) se concentra nas posições que os agentes ocupam dentro deste campo e as relações estabelecidas entre eles, mediante a concentração de capitais que promovem sua distinção. Partindo desta dinâmica, Bourdieu (2005) se diferencia do pensamento das teorias da economia neoclássica, pois destaca a ação constitutiva dos agentes dentro do campo, ou seja, são eles que constituem os mercados e o modelam através de suas práticas.

De modo geral, os demais grupos que compõem a Nova Sociologia Econômica são os institucionalistas, que buscam compreender a dinâmica dos mercados através de ações norteadas pelas regras de mercados, normas econômicas, poder político, dentre outras. Os teóricos desta vertente se aproximam muito de alguns conceitos bourdieusianos, principalmente no que se refere ao campo econômico (FLIGSTEIN; DAUTER, 2012). Na vertente institucionalista, os teóricos percebem os processos de institucionalização como o resultado das lutas entre os agentes. Por fim, os performativistas percebem os mercados como dispositivos de cálculo, baseando-se na teoria do ator-rede de Bruno Latour os teóricos deste grupo destacam que para se compreender a dinâmica dos mercados é necessário analisar como os atores (humanos, materiais, tecnologias) se conectam (CALLON, 1998; FOURCADE, 2007).

Percebe-se que a sociologia econômica possui diversas vertentes que buscam explicar a dinâmica dos mercados e os elementos sociais e materiais que coordenam o desenvolvimento econômico. Fligstein e Dauter (2012) destacam que embora exista essa classificação, em todas as três abordagens tem como princípio que os mercados são arenas sociais, onde os agentes econômicos (organizações, clientes, poder público) se interagem, e as ligações estabelecidas entre eles influenciam suas práticas. A partir disto, o arcabouço teórico escolhido para esta investigação é a análise do campo econômico desenvolvida por Pierre Bourdieu, a próxima sessão se concentrará em apresentar as principais críticas que o autor empreende sobre as teorias econômicas que dominam o campo científico.

### **3 A Crítica Bourdieusiana À Ortodoxia Econômica.**

Toda a discussão que se apresentará, a partir de agora, nasce de uma crítica endereçada a ortodoxia econômica. Cabe, no entanto, primeiramente, ressaltar a quais aspectos esta crítica se direciona. Segundo Bourdieu (2005a), suas críticas não se direcionam apenas à superfície das teorias econômicas, mas às profundezas dos fundamentos antropológicos, dos quais emergem todas elas.

A concepção sociológica do mercado não é simplesmente uma alternativa teórica, mas a compreensão de que os mercados são socialmente constituídos, e que assim devem ser analisados (BOURDIEU; 2005b). Os objetos a ele relativos devem ser concebidos como “(...) artefatos históricos, do qual somente a história pode dar

conta” (BOURDIEU, 2005a, p.17). Respeitar esta historicidade requer o resgate não apenas de sua trajetória, mas do seu contexto e de suas idiossincrasias. Tal esforço é negado e negligenciado pelos conhecimentos positivistas, de onde emanam as principais teorias econômicas, que promovem abstrações irreais, generalizações infundadas, e interpretações não ancoradas na realidade, em prol da racionalização de tudo (BOURDIEU, 1983).

Segundo Bourdieu (2005a), o conceito de *homo economicus* é um exemplo claro da *scholastic fallacy*, grave erro intelectual que, segundo Raud (2007), Swedberg (2009) e Hanappi (2011), consiste no equívoco intelectual no qual o pesquisador estabelece representações e modelos teóricos sobre as práticas sociais e passa a analisar tais práticas por meio dessas representações e não por meio delas mesmas. Em outras palavras, é como se as teorias precedessem a realidade, de modo que os fatos em si só serviriam para validá-las, por mais absurdo que isso possa parecer (GULLEDGE; ROSCOE; TOWNLEY; 2015). Lebaron (2003, p. 558), ao discorrer sobre este assunto, versa que a teoria econômica “(...) *confuses the things of logic with the logic of things, and makes ordinary economic agents reason like pure theoreticians*”.

A respeito desta confusão entre a razão estabelecida pela teoria econômica e a natureza efetiva dos agentes econômicos, Lebaron (2003) discorre que, além de absurda, ela carrega em si mesmo a sua negação, uma vez que defende que o homem e as relações econômicas são, ao mesmo tempo, hiper-subjetivas e absolutamente mecânicas e objetivas: ao mesmo tempo em que o indivíduo é racional, consciente e livre para efetuar suas escolhas, a teoria diz que sempre há apenas uma alternativa racional para os problemas econômicos.

Forma-se então, o mito econômico, onde os “*Economic agents are supposed to behave naturally as profit or utility “maximizers” and markets are supposed to adjust (through variations of prices or quantities) as “natural processes” without any institutional or social interference.*” (LEBARON, 2003, p. 559). Neste sentido, o comportamento dos indivíduos é sempre previsível, pois esta natureza maximizadora e perseguidora do lucro oferece resposta a todas as coisas e a vontade dos indivíduos sempre seguirá os pressupostos da teoria econômica, lógica que invade até mesmo os âmbitos não econômicos da vida do indivíduo (BOURDIEU, 2005a; BOURDIEU, 1983).

Trata-se, segundo Bourdieu (2005a, p. 58) de uma epistemologia dedutivista que, ao aplicar lógicas pertencentes ao rigor matemático, estabelece “(...) um conjunto de axiomas fundamentais, rigorosos, mas mudos sobre as funções reais da Economia”, criando um “homem de razão artificial” dotado, segundo ele (iden, p.59) de uma “consciência sem história”, que os reduzem a “(...) átomos sem inércia”, “(...) calculadores instantâneos”, possuidores de uma natureza inerte e imutável.

Diante da gravidade desses equívocos e do fato de eles darem base para toda a teoria econômica, Bourdieu propõe, segundo Swedberg (2011) uma ruptura epistemológica com as noções já presentes no senso comum e no *mainstream* econômico, de modo a se elaborar uma nova (teoria) sociologia econômica, de modo a resgatar três dimensões negligenciadas pela teoria econômica: a histórica, a social e a política.



Para isto, o autor desenvolve uma gama de conceitos complexos que estabelecem uma explicação sobre a dinâmica na qual os mercados se formam e se reproduzem, assim como sobre a natureza e sobre o comportamento de seus agentes, em um contexto de distribuição de poderes e capitais e de relação entre indivíduos, organizações e Estado, formando, assim, os mercados, ou, em termos bourdieusianos, o Campo Econômico. Tudo isso será discutido na próxima sessão.

#### **4 Conceitos Da Sociologia Econômica Bourdieusiana: Campo, Capitais e *Habitus*.**

O que para a Teoria Econômica é chamado de Mercado, para sociologia econômica Bourdieusiana é chamada de campo. Segundo Bourdieu (2005a), as empresas de um determinado ramo e a estrutura de capitais consideramos importantes para este ramo determinam a estrutura de um campo econômico, a partir da distribuição de poder, que está diretamente relacionada a posse dos referidos capitais.

Tais capitais não se reduzem aos bens econômicos e financeiros dominados por uma empresa, mas também se apresentam de diversas outras formas, tais como: capital técnico, capital cultural, capital político, capital simbólico, etc. (SWEDBERG; 2009) Apesar de o capital econômico ser um dos que mais garantem poder – e que inclusive garante os outros tipos de capital – no contexto capitalista, a importância dada a cada tipo de capital e o conseqüente poder dele decorrente variará conforme a natureza específica de cada campo econômico (CENGIC, 2007). O capital cultural certamente será mais importante para o campo econômico das editoras que para o campo econômico das instituições financeiras, por exemplo.

Os capitais que uma empresa possui determinará sua posição na configuração de poder deste campo. Quanto maior e mais importante forem seus capitais, maior será o seu domínio sobre este campo (Suckling, 2016). Nesse jogo de poder, tudo é relacional. Diante disto, a posição de um agente (empresa) neste campo só poderá ser compreendida por meio da observação de todos os demais agentes que compõem este campo (RAUD, 2007). Neste sentido, as organizações que ocupam as posições de domínio no campo possuem o poder de determinar a dinâmica do campo, e até mesmo as regras do jogo, uma vez que elas constituem “(...)um ponto de referência obrigatório para seus concorrentes que, façam o que fizerem, são intimados a tomar posição em relação a ela, ativa ou passivamente” (BOURDIEU, 2005a, p. 36).

Bourdieu (2005a) ressalta a capacidade as empresas dominantes de configurarem e reconfigurarem o campo econômico ao qual pertencem, seja por meio de sua ação ou por meio de sua simples existência. A parcela do mercado e o número e perfil dos clientes que uma empresa dominante detém, por si só já delimita as possibilidades de ação das estratégias das empresas não dominantes. Uma mudança nos preços ou uma decisão de investimento pode alterar completamente o sistema de pressões existente neste campo.

Mais do que a ação direcionada, o que vem ao caso é o poder que determinada empresa tem dentro da estrutura de um campo, o que gera uma espécie de força

transformadora decorrente de suas ações (RAUD, 2007). Em outras palavras, as decisões e ações da empresa que mantém o domínio do campo influenciarão toda a estrutura do campo e, conseqüentemente, exercerão impacto sobre as outras empresas. Este poder precede a ação deliberada, pois as decisões são limitadas pela distribuição de poder, ou seja, antes de uma empresa empreender uma ação deliberada, ele necessita possuir poder para efetivá-la, de modo que a posição de poder que ela ocupa no campo é o que determinará quais deliberações poderão ser empreendidas (BECKERT; ROSSEL; SCHENK, 2016).

Neste contexto, as empresas estão constantemente lutando para manter ou adquirir poder e domínio neste campo. A maneira de uma empresa lutar ou se posicionar vai depender do tipo de capital que ela domina e da intensidade deste domínio. Isto não significa que as empresas não dominantes estarão sempre reféns das empresas dominantes, sem poder tomar suas próprias decisões. Há sempre uma margem de liberdade, uma espécie de leque de escolhas, mas a posição no jogo de poder precede essas escolhas. Não é a escolha estratégica que define o lugar de uma empresa neste campo, mas é o lugar, antes de mais nada, que definirá as margens estratégicas. A desigualdade na distribuição de capitais, neste sentido, colabora com a manutenção e com a reprodução da estrutura vigente, garantindo certo grau de estabilidade ao campo, algo que, segundo o autor, interessa até mesmo às empresas não dominantes.

Apesar de as estruturas de um campo serem pouco flexíveis e dotadas de baixa permeabilidade há alguns mecanismos que podem promover modificações nessa estrutura. Um dos grandes trunfos transformadores de um campo, segundo o autor (BOURDIEU, 2005a) é a tecnologia que, ao modificarem o modo de produção, a natureza e utilidade de um produto, ou até mesmo seus custos, pode gerar reconfigurações na estrutura deste campo. Contudo, o autor destaca que o capital tecnológico só é eficiente quando combinado a outros tipos de capital, e que as mudanças tecnológicas são bastante dependentes de capital econômico.

No entanto, as mudanças tecnológicas podem ser provenientes de intercâmbios com outros campos. Segundo o autor, as mudanças no interior de um campo geralmente decorrem de mudanças externas ao campo, que inclusive redefinem suas fronteiras. Como exemplo, o autor cita a Informática, as telecomunicações e automação como campos que, apesar de distintos, estão cada vez mais imbricados. Dentro desses campos, as empresas de um desses campos que tiveram ou têm a capacidade de adentrarem a um dos outros adquirem grande domínio e alteram as estruturas de capital e poder.

Ainda em se tratando sobre os intercâmbios e trocas com elementos fora do campo, a sociologia econômica bourdieusiana apregoa que uma, entre as trocas mais importantes e que exercem maior impacto sobre o campo, estão aquelas que o campo exerce com o Estado (RAUD, 2007). Para Bourdieu (2005), o Estado não é apenas o agente responsável por manter a ordem e a confiança do mercado, como defendem as teorias econômicas, mas constitui-se como um dos agentes mais fundamentais e importantes na determinação da dinâmica de poder, das estruturas e dos embates existentes em um campo, por meio de seu poder regulatório.

De tal maneira, além de disputarem pelos diversos tipos de capitais que garantem o poder, as empresas pertencentes a determinado campo econômico também disputam pelo capital social que venha a garantir domínio sobre o poder do Estado, para que este campo seja legalmente e institucionalmente configurado da melhor maneira possível que venha a beneficiar seus interesses, maximizando seus capitais e garantindo o seu domínio. Em sua investigação sobre o mercado imobiliário, Bourdieu (2005b) ilustra o quanto a ação do estado pode afetar completamente, tanto a oferta, quanto a demanda de um produto específico.

É possível também, que as empresas isoladamente sejam concebidas como um campo. Sob esta ótica, a própria organização se apresenta como um espaço de luta por poder interno, que também é determinado conforme a estrutura de capital da empresa. A estrutura de poder interna é determinada pela correspondência, por um lado o estágio no qual a empresa se encontra (tamanho, consolidação e estrutura de capital por ela detida) e por outro, a própria estrutura de distribuição de poder entre proprietários e funcionários, detentores de capitais culturais, financeiros, técnicos comerciais, etc. Os funcionários tendem a orientar suas ações por meio da combinação de interesses pessoais (referentes a posição que ocupa) e de interesses da própria organização.

Enquanto a estrutura de um campo econômico e sua configuração de poder determina relevantemente o comportamento das empresas e seu modo de agir diante dos outros agentes. No que diz respeito ao indivíduo, as estruturas sociais e as relações de poder também exercerão grande influência sobre o seu comportamento (WEIK, 2015). O *habitus* é uma espécie de acordo social e individual na qual o indivíduo combina seu modo de ser, pensar e agir, já definidos por sua subjetividade, conforme a sua história, com o comportamento que o campo no qual ele está inserido espera dele:

*“Os paradoxos da ação coletiva encontram sua solução em práticas fundadas sobre o postulado tácito de que os outros agirão de maneira responsável, e com o tipo de constância ou de fidelidade a si mesmo que está inscrito no caráter durável dos habitus”* (BOURDIEU, 2005, p.55).

Trata-se de uma miscelânea de aspectos apreensíveis e não apreensíveis da realidade (BECKERT; ROSSEL; SCHENK, 2016). Não é de fácil explicação, muito menos quantificável ou passível de estrita racionalização, como os axiomas, modelos e princípios econômicos (SUCKLING, 2016). Ele é produto da história individual e coletiva de um indivíduo. Segundo Bourdieu e Wacquant (1995), o *habitus* é fonte da maioria das práticas, uma vez que ele orienta o comportamento dos indivíduos, de modo a exercer um poder regulatório, mesmo sem apresentar regras explícitas.

Nas palavras de Bourdieu (2005<sup>a</sup>, p. 52), “diretamente decorrente da prática e ligado, na sua estrutura e no seu funcionamento, à prática, este senso prático não pode ser medido fora das condições práticas de sua implementação”. Isto significa,

que o *habitus* é a fonte de toda a idiosincrasia de um campo, e só pode ser compreendido através da apreensão holística do campo analisado, uma vez que o mesmo é fruto de uma relação dialética entre o comportamento dos indivíduos e a estrutura do campo (SWEDBERG 2009). Neste sentido, o *habitus* é, ao mesmo tempo, determinado pela estrutura do campo, e fonte de transformação desta estrutura, “(...) é um cálculo sem calculador, uma ação intencional sem intenção, da qual se tem muita comprovação empírica” (ibidem, p. 53).

No entanto, apesar de dialeticamente transformador, o *habitus* é, por natureza, conservador, uma vez que ele tende a assegurar as condições que o mantém latente (ACQUANT, BOURDIEU, 1995). Diante disto, conforme o campo no qual um indivíduo está inserido, é possível ter certas noções acerca de seu comportamento, ou, ao menos, sobre o que se espera de seu comportamento (HANNAPI, 2011), uma vez que o *habitus* gera regularidade, coesão e recorrência no modo de ser coletivo de um campo. Porém, Bourdieu (2005) atenta para o fato de que, apesar de ser possível realizar antecipações razoáveis, o *habitus* não possibilita previsões racionalizáveis sobre o comportamento dos indivíduos, como é feito na teoria econômica, por meio do cálculo de riscos e das teorias sobre incerteza.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Seria, então, o mundo social e, por consequência, a economia um campo inapreensível e de nenhuma previsibilidade? Uma resposta positiva a esta pergunta se colocaria em contradição com a própria obra Bourdiesiana. Em “Estratégias da Reprodução Social” (BOURDIEU; 2011), o autor discorre sobre o quão baixa é a permeabilidade da estrutura e do *habitus* de um campo. De tal forma, apesar de absolutamente situados em um contexto histórico, temporal, geográfico, cultural e socioeconômico – o que os torna plurais e, ao mesmo tempo, únicos – tal impermeabilidade garante uma gama de regularidades e padrões, que podem, sim, serem apreendidos.

Conforme apresentado no texto, o que Bourdieu defende e que também responde a pergunta que norteou esta investigação – de que modo, no contexto da sociologia econômica, um mercado se constitui e de que modo as disputas pelo poder entre os stakeholders determinam as estratégias de um mercado? – é que o mercado é uma instituição social e que a compreensão do mesmo e de sua constituição requer uma leitura consciente disto e coerente com esta natureza, o que exige um olhar crítico para toda a ortodoxia econômica, assim como para a própria produção científica que, ainda hoje, é refém e reprodutora da dialética iluminista, que a toda e qualquer análise impõe o rigor dos números – como se apenas o que é objetivo e racionalizável garantisse o rigor científico – ainda que para isso, nas palavras do autor, sejam criados “monstros antropológicos” (BOURDIEU; 2005, p. 46), frutos de teorias “(...) fictícias e forçadas (...) totalmente desmentidas pelos fatos” (ibidem p. 56). Além disso, para compreender as estratégias de um mercado é fundamental investigar a estrutura de capitais deste campo, os detentores destes capitais e as principais formas de luta que determinam as estratégias dos atores e das empresas.

Um mercado, portanto, uma construção social, formado por uma estrutura de relações entre indivíduos e organizações, e também entre uma organização e outra, onde cada agente ocupa uma posição e exerce um papel, conforme os capitais que detém e de acordo com a configuração de capitais de cada campo, que é determinada tanto internamente, quanto externamente, especialmente por meio do Estado. Por meio do *habitus* que permeia os campos, é possível estabelecer expectativas acerca do comportamento dos agentes, mas em hipótese alguma é possível prever ou racionalizar tais comportamentos. Qualquer análise econômica deve, portanto, ser situada, contextualizada e compreendida em sua historicidade.

A complexidade do indivíduo, das relações sociais e das organizações deve ser perscrutada com responsabilidade e sensatez, e não negada por meio de axiomas ou teorias sofistas e maniqueístas, que ocultam, sobretudo, a incapacidade do pesquisador de assumir que no campo social não é possível apresentar certezas ou verdades absolutas. Sob o risco de comprometer o rigor científico destas considerações, os autores deste trabalho ousam recorrer à Literatura, por meio de um poema de Sá de Miranda : “Pouco por força podemos. Isto que é, por saber veio. Todo mal jaz nos extremos. O bem todo Jaz no meio”. Que os objetos e sujeitos investigados pela ciência não sejam ‘forçados’, aprisionados e reduzidos por meio da racionalização, mas que sejam respeitados neste ‘meio’, em suas nuances, em seu contexto e na medida de sua ininteligibilidade, sempre que necessário.

## Referências

ABRAMOVAY, R. Entre deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais. **Tempo Social – Revista de Sociologia da USP**, São Paulo, v. 16, n. 2, p. 35-64, nov. 2004.

ADORNO, Theodor. **Dialética do esclarecimento**. Zahar, 1985.

ANDERSON, Perry. **Passages from antiquity to feudalism**. verso, 1996.

BECKERT, J.; ROSSEL, J.; SCHENK, P. Wine as a Cultural Product: Symbolic Capital and Price Formation in the Wine Field. **Sociological Perspectives**, v. 60, n. 1, p. 206-222, Feb 2017.

BLOCH, Marc. **Feudal society**. Routledge, 2014.

BOURDIEU, P. A gênese dos conceitos de habitus e de campo. **O poder simbólico**, v. 3, 1989.

\_\_\_\_\_. Esboço de uma teoria da prática. **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: **Ática**, p. 46-81, 1983.

\_\_\_\_\_. Las estrategias de la reproducción social. Argentina: Siglo Veintiuno, 2011.

\_\_\_\_\_. O campo econômico. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 4. n. 6, p. 15-58. abr. 2005.

\_\_\_\_\_. **The social structures of the economy.** Polity, 2005.

\_\_\_\_\_.; CHAMBOREDON, Jean-Claude; PASSERON, Jean-Claude. **O Ofício de Sociólogo: metodologia da pesquisa na sociologia.** Vozes, 2004.

\_\_\_\_\_.; WACQUANT, Löic. Habitus, illusio y racionalidad. **Respuestas por una antropología reflexiva,** p. 79-99, 1995.

CALLON, M. Introduction: the embeddedness of economic markets. In: CALLON, M. (Ed.). **The laws of the market.** Oxford: Basil Blackwell, 1998.

CENGIC, D. Habitus, market and making the market actor: The case of Kutievo wine-makers. **Drustvena Istrazivanja,** v. 16, n. 4-5, p. 725-749, Jul-Oct 2007.

COLLET, F. Does Habitus Matter?: A Comparative Review of Bourdieu's Habitus and Simon's Bounded Rationality with Some Implications for Economic Sociology. **Sociological Theory,** v. 27, n. 4, p. 419-434, Dec 2009.

DOBB, Maurice et al. **Transition from Feudalism to Capitalism.** History Group of the Communist Party, 1963.

FLIGSTEIN, N.; DAUTER, L. A Sociologia dos Mercados. **Caderno CRH,** v. 25, n. 66, p. 481-504, set./dez. 2012.

GULLEDGE, E.; ROSCOE, P.; TOWNLEY, B. ECONOMIZING HABITUS: Material calculation and 'the rules of the game' in the publishing industry. **Journal of Cultural Economy,** v. 8, n. 6, p. 637-654, 2015 2015.

HANAPPI, D. Economic Action, Fields and Uncertainty. **Journal of Economic Issues,** v. 45, n. 4, p. 785-803, Dec 2011.

FOURCADE, M. Theories of Markets and Theories of Society. **American Behavioral Scientist,** v. 50, n. 8, p. 1015-1034, abr. 2007.

GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: the problem of embeddedness. **America Journal of Sociology,** v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

GRANOVETTER, M. The impact of social structure on economic outcomes. **Journal of Economic Perspectives,** v. 19, n. 1, p. 33-50, 2005.

GRANOVETTER, M. Ação Econômica e Estrutura Social: o problema da imersão. **RAEEletrônica,** v. 6, n. 1, jan./jun. 2007.

HECKSCHER, Eli F. **Mercantilism.** Routledge, 2013.

HORKHEIMER, M. Eclipse da razão. Tradução Sebastião Uchoa Leite. Rio de Janeiro: Ed. Labor, 1976.

LEBARON, Frédéric. Pierre Bourdieu: Economic models against economism. **Theory and Society,** v. 32, n. 5-6, p. 551-565, 2003.

MANTOUX, Paul. **The industrial revolution in the eighteenth century: An outline of the beginnings of the modern factory system in England.** Routledge, 2013.

PIRENNE, Henri. **Economic and social history of medieval Europe.** Houghton Mifflin Harcourt, 1956.

POLANYI, Karl. **A grande transformação.** Leya, 2013

RAUD, Cécile. Bourdieu e a nova sociologia econômica. **Tempo soc.**, São Paulo , v. 19, n. 2, p. 203-232, Nov. 2007 .

SCHNEIDER, S. Mercados e Agricultura Familiar. In: MARQUES, F.; CONTERATO, M.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural.** Porto Alegre: Editora da UFRGS. Série Estudos Rurais, 2016.

SCHUBERT, M. SCHNEIDER, S. Construção social de mercados e as tendências de consumo: o caso do Pavilhão da Agricultura Familiar da EXPOINTER (RS). **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 52, n. 3, p. 373-382, set./dez. 2016.

SWEDBERG, R. The Economic Sociologies of Pierre Bourdieu. **Cultural Sociology**, v. 5, n. 1, p. 67-82, Mar 2011.

VINHA, V. da. Polanyi e a Nova Sociologia Econômica: uma aplicação contemporânea do conceito de enraizamento social. **Econômica**, v. 3, n. 2, p. 207-230, dez. 2001.

WEIK, E. Switching labels: The role of Weberian ideas in market change. A case study of the German wine market. **Culture and Organization**, v. 22, n. 5, p. 430-451, Dec 2016.