

O campo econômico*

Pierre Bourdieu

Artigo

O conjunto da pesquisa desenvolvida há alguns anos a respeito da produção e da comercialização de casas próprias tinha como finalidade colocar à prova os pressupostos teóricos, antropológicos, principalmente, sobre os quais repousa a ortodoxia econômica¹. E isto no quadro de uma confrontação empírica em relação a um objeto preciso, rigorosamente construído, ao invés de por meio de um destes questionamentos prejudiciais, tão ineficazes quanto estéreis, que apenas reforçam os crentes em suas convicções. Sendo a Ciência Econômica, de fato, o produto de um campo altamente diversificado, não há crítica a seus pressupostos ou suas insuficiências que ela mesma não tenha expressado². Parecida com a hidra de Lerna, ela tem tantas cabeças diferentes, que sempre se pode achar uma que já levantou, mais ou menos bem, a questão que se tenta lhe colocar, e sempre uma – não necessariamente a mesma –, da qual se podem tomar emprestados elementos para respondê-la. Seus contestadores são assim condenados a aparecer como ignorantes ou injustos.

* Artigo publicado na revista *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, nº 119, setembro de 1997, p. 48-66. Tradução de Suzana Cardoso e Cécile Raud-Mattedi. A publicação foi autorizada pela referida revista, pelo que agradecemos.

¹ P. Bourdieu *et al.* *L'économie de la maison*, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 81-82, mars 1990, p. 1-96.

² Pode-se ter uma idéia da diferenciação do campo da Ciência Econômica, lendo, neste número, o artigo de Frédéric Lebaron dedicado ao único campo francês.

É por isso que me ocorreu, então, que seria preciso criar as condições experimentais de um verdadeiro exame crítico, não somente de um ou outro aspecto da teoria econômica (como a teoria dos contratos, a teoria das antecipações racionais ou a teoria da racionalidade limitada), mas dos princípios mesmos da construção econômica, tais como a representação do agente e da ação, das preferências ou das necessidades, enfim, de tudo o que constitui a visão antropológica à qual, muitas vezes sem o saber, a maior parte dos economistas adere em sua prática.

Mas o cuidado com a discrição, que me conduziu a recusar os manifestos teóricos, e a prudência epistemológica, que me levou a evitar as generalizações prematuras, talvez tenham feito com que os ganhos empíricos e as interrogações teóricas trazidas por estas pesquisas ficassem despercebidos. Assim, nem sempre a descrição rigorosa da relação entre compradores e vendedores, e do roteiro quase invariável segundo o qual se desenrolam a negociação e a conclusão de contratos de venda foi vista como encerrando um desmentido da filosofia individualista da Microeconomia do agente como teoria das escolhas individuais, operadas por agentes intercambiáveis e livres de qualquer pressão estrutural, e suscetíveis de serem interpretados dentro da lógica puramente aditiva e mecânica da agregação³. Não se viu tampouco que as pressões estruturais que pesam sobre os agentes econômicos, sejam eles simples consumidores, sejam responsáveis de unidades de produção mais ou menos amplas, não se reduzem às necessidades inscritas, num dado momento do tempo, nas disponibilidades econômicas imediatas ou na instantaneidade das interações: assim, além do fato de que a marca e o domínio do campo estão inscritos nas disposições dos agentes, é toda a estrutura do campo dos construtores de casas próprias que pesa sobre as decisões dos responsáveis, quer se trate de determinar os preços, quer se trate das estratégias publicitárias⁴. Mas a prin-

³ P. Bourdieu, com S. Bouhedja e C. Givry, Un contrat sous contrainte, *loc. cit.*, p. 34-51.

⁴ P. Bourdieu, com S. Bouhedja, R. Christin e C. Givry, Un placement de père de famille. La maison individuelle, spécificité du produit et logique du champ de production, *loc. cit.*, p. 6-33.

cipal contribuição destas pesquisas despojadas de toda a aparelhagem técnica do discurso econômico (a ponto talvez de parecerem ingênuas àqueles que somente avançam armados de abstrações econômicas), é que elas mostram que tudo o que a ortodoxia econômica considera como um puro dado, a oferta, a demanda, o mercado, é o produto de uma construção social, é um tipo de artefato histórico, do qual somente a história pode dar conta. E que uma verdadeira teoria econômica só pode se construir rompendo com o preconceito antigenético, para se afirmar como uma ciência histórica. Isto implicaria que ela se empenhasse, prioritariamente, a submeter à crítica histórica suas categorias e seus conceitos que, em grande parte emprestados sem exame do discurso comum, são protegidos de tal crítica pelo amparo da formalização.

Revelou-se, de fato, que o mercado das casas próprias (como, provavelmente, em graus diferentes, todo mercado) é o produto de uma *dupla construção social*, para a qual o Estado contribui de maneira decisiva: a construção da demanda, através da produção das disposições individuais e, mais precisamente, dos sistemas de preferências individuais – em matéria de propriedade ou de locação, notadamente⁵ – e, também, através da atribuição dos recursos necessários, isto é, das ajudas do Estado à construção ou à habitação definidas pelas leis e regulamentações, das quais se pode também descrever a gênese⁶; e a construção da oferta, através da política do Estado (ou dos bancos), em termos de crédito aos construtores, o qual contribui, com a natureza dos meios de produção utilizados, para definir as condições de acesso ao mercado e, mais precisamente, a posição na estrutura do campo, extremamente espalhado, dos construtores de casas e, portanto, as pressões estruturais que pesam sobre as escolhas de cada um deles, em matéria de produção e de publicidade⁷. E se se vai até o fim do trabalho de reconstrução histórica da ontogênese e da

⁵ P. Bourdieu e M. de Saint-Martin, *Le sens de la propriété. La genèse sociale des systèmes de préférence*, *loc. cit.*, p. 52-64.

⁶ P. Bourdieu e R. Christin, *La construction du marché. Le champ administratif et la production de la "politique du logement"*, *loc. cit.*, p. 65-85.

⁷ P. Bourdieu, com S. Bouhedja, R. Christin e C. Givry, *loc. cit.*

filogênese do que a ortodoxia econômica reúne, por uma formidável abstração, sob o nome quase indefinível de mercado, descobre-se, ainda, que a demanda se especifica e se define completamente apenas em relação a um estado particular da oferta e também das condições sociais, jurídicas notadamente (regulamentações em matéria de construção; alvarás, etc.), que permitem satisfazê-la⁸.

Quanto ao “sujeito” das ações econômicas, é difícil não ver, sobretudo a propósito da compra de um produto tão carregado de significado quanto uma casa, que ele não tem nada da pura consciência sem passado da teoria, e que a decisão econômica não é a de um agente econômico isolado, mas a de um coletivo, grupo, família ou empresa, funcionando à maneira de um campo. No mais, além de serem profundamente enraizadas no passado, sob a forma de disposições ou de rotinas, através da história incorporada dos agentes responsáveis por elas, as estratégias econômicas são, na maioria das vezes, integradas num sistema complexo de estratégias de reprodução, estando, portanto, plenas da história de tudo ao que visam perpetuar.

Nada autoriza a fazer abstração da gênese das disposições econômicas do agente econômico e, mais especialmente, de suas preferências, de seus gostos, de suas necessidades ou de suas aptidões (ao cálculo, à poupança, etc.), tampouco da gênese do próprio campo econômico, isto é, da história do processo de diferenciação e de autonomização que conduziu à constituição deste jogo específico, do campo econômico como cosmo obedecendo a suas próprias leis⁹. Foi somente muito progressivamente que a esfera das trocas de mercado se separou dos outros âmbitos da existência e que se afirmou seu *nomos* específico (“negócios são negócios”); que as transações econômicas cessaram de ser concebidas com base no modelo das trocas domésticas – comandadas,

⁸ P. Bourdieu, *Droit et passe-droit. Le champ des pouvoirs territoriaux et la mise en oeuvre des règlements*, *loc. cit.*, p. 86-96.

⁹ Se preciso repetir aqui coisas já ditas alhures, é que este texto pode, por seu objeto, ter leitores pouco familiarizados com minhas análises, as quais nem sempre foram vistas como se aplicando, e de maneira muito especial, ao objeto da Economia.

portanto, pelas obrigações sociais ou familiares – e que o cálculo dos lucros individuais – portanto o interesse econômico – impôs-se como princípio de visão dominante, senão exclusivo (contra o recalque da disposição calculista).

A história das origens, na qual as disposições capitalistas se inventam, ao mesmo tempo em que se institui o campo no qual elas se efetuam, e, sobretudo, a observação das situações (muitas vezes coloniais) nas quais agentes dotados de disposições ajustadas a uma ordem pré-capitalista são brutalmente arremessados num mundo capitalista permitem afirmar que as disposições econômicas exigidas pelo campo econômico, tal como nós o conhecemos, não têm nada de natural e de universal, mas são produto de toda uma história coletiva, que deve ser sempre reproduzida nas histórias individuais. Ignorar, como atesta a análise estatística das variações das práticas econômicas em termos de crédito, de poupança ou de investimento conforme o volume dos recursos econômicos e culturais possuídos, que há condições econômicas e culturais de acesso às condutas que a teoria econômica considera como racionais, é instituir as disposições produzidas em condições econômicas e sociais particulares como medida e norma universal de toda conduta econômica, e fazer da ordem econômica do mercado o fim exclusivo, o *telos*, de todo o processo de desenvolvimento histórico¹⁰. Mais amplamente, querer conhecer e reconhecer apenas a lógica do cinismo racional, é se privar de compreender as condutas econômicas mais fundamentais, a começar pelo próprio trabalho¹¹.

¹⁰ Sobre as condições econômicas do acesso ao cálculo econômico, poder-se-á ver P. Bourdieu. *Travail et travailleurs en Algérie*. Paris-La Haye: Mouton, 1963 (com A. Darbel, J. P. Rivet, C. Seibel) e *Algérie 60. Structures économiques et structures temporelles*. Paris: Ed. de Minuit, 1977, e sobre as condições culturais, poder-se-á ler uma descrição da emergência progressiva da *market culture*, teoria social espontânea que descreve as relações sociais “[...] exclusivamente em termos de mercadoria e de trocas, enquanto elas continuavam a implicar muito mais” in W. Reddy. *The rise of market culture, the textile trades and french society, 1750-1900*. Cambridge: Cambridge University Press, 1984.

¹¹ Sobre a dupla verdade do trabalho, ver P. Bourdieu, *Méditations pascaliennes*. Paris: Ed. du Seuil, 1997, p. 241-244.

O mercado como mito inteligente

Como muito comentarista já notou, a noção de mercado quase nunca é definida, e menos ainda discutida. Assim, Douglas North observa: “it is a peculiar fact that the literature on economics [...] contains so little discussion of the central institution that underlies neo-classical economics – the market”¹. Na verdade, esta acusação ritual não faz muito sentido, na medida em que, com a revolução marginalista, o mercado cessa de ser algo concreto para se tornar um conceito abstrato sem referência empírica, uma ficção matemática remetendo ao mecanismo abstrato de formação dos preços descrito pela teoria da troca (ao custo da colocação entre parênteses, consciente e explicitamente reivindicada, das instituições jurídicas e estadistas). A noção encontra sua expressão completa em Walras, com as noções de mercado perfeito, caracterizado pela concorrência e a informação perfeitas, e de equilíbrio geral num universo de mercados interconectados. Definição não isenta de problemas, como qualquer um pode se convencer ao consultar o manual de referência das “industrial organization theorists”: The notion of market is by no means simple. Obviously, we do not want to restrict ourselves to the homogeneous good case. If we posit that two goods belong to the same market if and only if they are perfect substitutes, then virtually all markets would be served by a single firm – firms produce goods that are at least slightly differentiated (either physically or in terms of location, availability, consumer information, or some other factor). But most firms actually do not enjoy pure monopoly power. An increase in price leads consumers to substitute somewhat toward a small number of alternative goods. Therefore the definition of market should not be too narrow. The definition should not be too broad either. Any good is a potential substitute for another, if only in an infinitesimal way. However the market should not be the entire economy. In particular, it should entail partial equilibrium analysis. It should allow a single description of the main

¹ D. North. Markets and other allocations Systems. In: History: the challenge of Karl Polanyi, *Journal of European Economic History*, 1977, 6, p. 703-716; pode-se lembrar as duas transgressões, sempre citadas, desta lei do silêncio: Marshall. *Principles of Economics*, 1890 – com o capítulo “On Markets” – e Joan Robinson, artigo Market da *Encyclopedia Britannica* – retomado in *Collected Economic Papers*. (NT: As citações estão em inglês no texto original; neste sentido, decidimos mantê-las no mesmo idioma).

interactions among firms. It is also important to realize that the ‘right’ definition of a market depends on the use to which it will be put².

Decidindo ignorar a “dificuldade empírica” que consiste em definir o mercado, o autor supõe que o mercado “involves either a homogeneous good or a group of differentiated products that are fairly good substitutes (or complements) for at least one good in the group and have limited interaction with the rest of the economy”. Vê-se como, para salvar o mercado como mecanismo puro de encontro entre a oferta e a demanda, é-se conduzido a deixar a construção do mercado ao arbítrio de uma decisão *ad hoc*, sem justificação teórica e sem validação empírica (fora, talvez, as medidas de elasticidade destinadas a fazer aparecer uma ruptura na cadeia dos substitutos). Na verdade, as condições que devem ser preenchidas para que todo equilíbrio de mercado seja um *optimum* (a qualidade do produto é bem definida, a informação é simétrica, os compradores e os vendedores são numerosos o bastante para excluir qualquer cartel monopolista) quase nunca são realizadas, e os raros mercados em conformidade ao modelo são artefatos sociais repousando sobre condições de viabilidade extremamente excepcionais, tais como redes de regulações públicas ou de organizações. Devido a sua ambigüidade, ou a sua polissemia, a noção de mercado permite evocar, alternativamente ou simultaneamente, o sentido abstrato, matemático, com todos os efeitos de ciência associados, ou tal ou qual dos sentidos concretos, mais ou menos próximos da experiência comum, como o lugar onde ocorrem trocas – *marketplace* –, o acordo sobre os termos da transação numa troca – concluir um mercado –, os escoamentos de um produto – conquista de mercado –, o conjunto das transações abertas a um bem – o mercado do petróleo –, o mecanismo econômico característico das “economias de mercado”. Ela se encontra, assim, predisposta a desempenhar o papel de “mito inteligente”, disponível para todos os usos ideológicos fundados sobre o deslizamento semântico. Assim, os membros da Escola de Chicago, e mais especialmente Milton Friedman³, fundamentaram seus esforços para reabilitar o mercado (notadamente contra os intelectuais, presumidamente hostis⁴) na identificação do mercado com a liberdade, fazendo da liberdade econômica a condição da liberdade política.

² J. Tirole. *The theory of industrial organization*. Cambridge: The MIT Press, 1988, p. 12.

³ M. Friedman. *Capitalism and freedom*. Chicago: Chicago University Press, 1962.

⁴ G. Stigler. *The intellectual and the marketplace*. Cambridge: Harvard University Press, 1963 (1984), espec. p. 143-158.

O campo econômico se distingue dos outros campos pelo fato de que as sanções são especialmente brutais e que as condutas podem se atribuir publicamente como fim a busca aberta da maximização do lucro material individual. Mas a emergência de um tal universo não implica de modo algum a extensão a todas as esferas da existência da lógica de troca mercantil que, através do *commercialization effect* e do *pricing*, fundamentalmente excluída pela lógica da troca de dádivas, tende a reduzir qualquer coisa ao estado de mercadoria comprável e a destruir todos os valores. (Assim, como Richard Titmus bem o mostrou, em *The gift relationship*, as trocas de sangue destinado à transfusão são mais eficazes quando se fundamentam na dádiva do que quando obedecem a uma lógica estritamente comercial, e o fato de se tratar como mercadorias “bens” como o sangue ou órgãos humanos não é sem conseqüências morais, podendo contribuir para favorecer o declínio do altruísmo e da solidariedade.)¹² Dimensões inteiras da existência humana e, em particular, as esferas da família, da arte ou da literatura, da ciência e mesmo, numa certa medida, da burocracia permanecem, pelo menos em grande parte, estranhas à busca da maximização dos lucros materiais. E, no próprio campo econômico, a lógica do mercado nunca conseguiu suplantar completamente os fatores não econômicos na produção ou no consumo (por exemplo, na economia da casa, os aspectos simbólicos, que permanecem muito importantes, podem ser explorados economicamente). As trocas nunca são completamente reduzidas a sua dimensão econômica, e, como lembrava Durkheim, os contratos têm sempre cláusulas não contratuais.

O interesse econômico (ao qual se reduz comumente todo tipo de interesse) é apenas a forma específica que reveste o *illusio*, o investimento no jogo econômico, quando o campo é apreendido por agentes dotados das disposições adequadas, porque adquiridas em e por uma experiência precoce e prolongada das necessidades do campo (como as crianças de uma pequena escola da Inglaterra

¹² R. M. Titmus. *The gift relationship. From human blood to social policy*. New York: Pantheon, 1971.

que constituíram, há alguns anos, uma sociedade de seguros contra as punições)¹³. As disposições econômicas mais fundamentais, como necessidades, preferências e propensões – ao trabalho, à poupança, ao investimento, etc. – não são exógenas, isto é, dependentes de uma natureza humana universal, mas endógenas e dependentes de uma história, que é aquela mesma do cosmo econômico onde elas são exigidas e recompensadas. Quer dizer, contra a distinção canônica dos fins e dos meios, o campo econômico impõe a todos (em graus diferentes, conforme suas capacidades econômicas) os fins (o enriquecimento individual) e os meios “razoáveis” de atingi-los.

A estrutura do campo

Para romper com o paradigma dominante, que se esforça para atingir o concreto pela combinação de duas abstrações – a teoria do equilíbrio geral e a teoria do agente racional –, é preciso, assumindo a historicidade constitutiva dos agentes e de seu espaço de ação numa visão racionalista ampliada, tentar construir uma definição realista da racionalidade econômica como encontro entre disposições socialmente constituídas (numa relação a um campo) e as estruturas, elas mesmas socialmente constituídas, deste campo.

Os agentes criam o espaço, isto é, o campo econômico, que só existe pelos agentes que se encontram nele e que deformam o espaço na sua vizinhança, conferindo-lhe uma certa estrutura. Dito de outro modo, é na relação entre as diferentes “fontes de campo”, isto é, entre as diferentes empresas de produção, que se engendram o campo e as relações de força que o caracterizam¹⁴.

¹³ Certos defensores da teoria das antecipações racionais sugerem que a melhor utilização da informação disponível, tendo em vista o objetivo que se trata de maximizar, é obtida progressivamente ao termo de uma aprendizagem por tentativas e erros. A teoria das disposições (do *habitus*) permite fundamentar a existência de antecipações *razoáveis* na ausência mesma de qualquer cálculo racional.

¹⁴ Esperando que seja produzida uma formalização obedecendo a estes princípios, pode-se pedir à análise das correspondências, cujos fundamentos teóricos são muito parecidos, para fornecer uma representação dos campos. (cf. P. Bourdieu et M. de Saint Martin. *Le patronat. Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 20-21, mars-avril 1978, p. 3-82, introduction).

Mais concretamente, são os agentes, isto é, as empresas, definidas pelo volume e a estrutura do capital específico que possuem, que determinam a estrutura do campo e, assim, o estado das forças que se exercem sobre o conjunto (comumente chamado “setor” ou “ramo”) das empresas engajadas na produção de bens semelhantes. As empresas exercem efeitos potenciais que variam em sua intensidade, lei de decréscimo e direção. Elas controlam uma parte do campo (fatia do mercado), tanto maior quanto seu capital for mais importante. Quanto aos consumidores, seu comportamento se reduziria inteiramente ao efeito do campo, se eles não tivessem uma certa interação com ele (em função de sua inércia, totalmente mínima). O peso associado a um agente depende de todos os outros pontos e das relações entre todos os pontos, isto é, de todo o espaço compreendido como uma constelação relacional.

Mesmo que se insista aqui sobre as constantes, não se ignora que o capital, sob suas diferentes espécies, varia conforme a particularidade de cada subcampo, isto é, conforme a história deste campo, conforme o estado de desenvolvimento (e, em particular, o grau de concentração) da indústria considerada e conforme a particularidade do produto¹⁵. No fim do imenso estudo que realizou sobre as práticas de fixação dos preços (*pricing*) de diversas indústrias americanas¹⁶, Hamilton relacionava o caráter idiossincrático dos diferentes ramos (isto é, dos diferentes campos) à particularidade das histórias de sua emergência, cada uma sendo caracterizada por seu modo de funcionamento próprio, suas tradições específicas, sua maneira particular de chegar às decisões de definição dos preços¹⁷.

A força ligada a um agente depende de seus diferentes recursos, por vezes chamados *strategic market assets*, fatores diferenciais de sucesso (ou de fracasso) que podem lhe assegurar uma vantagem na concorrência, isto é, mais precisamente, do volume

¹⁵ O campo econômico é constituído de um conjunto de subcampos, correspondendo ao que se entende geralmente por “setores” ou “ramos” da indústria.

¹⁶ W. H. Hamilton. **Price and price policies**. New York: Mac-Graw Hill, 1938.

¹⁷ M. R. Tool. **Contributions to an institutional theory of price determination**. In: G. M. Hodgson, E. Srepani. **Rethinking Economics, markets, technology and economic evolution**. European Association for Evolutionary Political Economy, 1991, p. 29-30.

e da estrutura do capital que ele possui, sob suas diferentes formas: capital financeiro, atual ou potencial, capital cultural (não confundir com o “capital humano”), capital tecnológico, capital jurídico, capital organizacional (incluindo o capital de informação e conhecimento sobre o campo), capital comercial e capital simbólico. O capital financeiro é o domínio direto ou indireto (por intermédio do acesso aos bancos) de recursos financeiros que são a condição principal (com o tempo) da acumulação e da conservação de todas as outras espécies de capital. O capital tecnológico é o portfólio de recursos científicos (potencial de pesquisa) ou técnicos diferenciais (procedimentos, atitudes, rotinas e competências únicas e coerentes, capazes de diminuir a despesa em mão-de-obra ou em capital, ou de aumentar o rendimento) susceptíveis de serem implementados na concepção e na fabricação dos produtos. O capital comercial (equipe de venda) deriva do controle de redes de distribuição (armazenagem e transporte) e de serviços de marketing e pós-venda. O capital simbólico reside no controle de recursos simbólicos baseados sobre o conhecimento e o reconhecimento, como a imagem da marca (*goodwill investment*), a fidelidade à marca (*brand loyalty*), etc.¹⁸; poder que funciona como uma forma de crédito, ele supõe a confiança ou a crença dos que lhe estão submetidos porque estão dispostos a atribuir crédito (é este poder simbólico que invocam Keynes, quando afirma que uma injeção de dinheiro funciona se os agentes crêem que ela funciona, e a teoria das bolhas especulativas).

A estrutura da distribuição do capital e a estrutura da distribuição dos custos, ela mesma ligada principalmente ao tamanho e ao grau de integração vertical, determinam a estrutura do campo, isto é, as relações de força entre as firmas, o controle de uma parte muito importante do capital (da energia global) confe-

¹⁸ O capital financeiro, o capital técnico e o capital comercial existem ao mesmo tempo sob a forma objetivada (equipamentos, instrumentos, etc.) e sob a forma incorporada (competência, habilidades, etc.). Pode-se ver uma antecipação da distinção entre os dois estados do capital, objetivado e incorporado, em Veblen, que acusa a teoria ortodoxa do capital de superestimar os ativos tangíveis em detrimento dos intangíveis. (Th. Veblen. *The instinct of workmanship*. New York: Augustus Kelley, 1964).

rindo um poder sobre o campo, e portanto, sobre os pequenos detentores de capital. Ela comanda também o direito de entrada no campo e a distribuição das chances de lucro. As diferentes espécies de capital não agem somente de maneira indireta, através dos preços; elas exercem um efeito estrutural, porque a adoção de uma nova técnica, o controle de uma parte maior do mercado, etc., modificam as posições relativas e as performances de todas as espécies de capital detidas pelas outras firmas.

À visão interacionista, que não conhece nenhuma outra forma de eficácia social que não seja a “influência” diretamente exercida por uma firma (ou uma pessoa encarregada de representá-la) sobre uma outra, através de uma forma qualquer de “intervenção”, é preciso opor uma visão estrutural, que leve em conta os *efeitos de campo*, isto é, as pressões que, através da estrutura do campo – tal como a define a distribuição desigual do capital, isto é, das armas (ou dos recursos) específicas – se exercem continuamente, fora qualquer intervenção ou manipulação direta, sobre o conjunto dos agentes engajados no mesmo campo, restringindo tanto mais seu espaço de possibilidades (ou seja, o leque das opções que lhes são abertas), quanto mais mal colocados forem nesta distribuição. É por meio do peso que detêm nesta estrutura, mais do que pelas intervenções diretas que podem também operar (através, notadamente, das redes de participação cruzada nos conselhos de administração – *interlocking directorates* –, que são uma expressão mais ou menos deformada daquelas intervenções)¹⁹, que as firmas dominantes exercem sua pressão sobre as firmas dominadas e sobre suas estratégias. É sua posição na estrutura (portanto, a estrutura) que faz com que elas definam as regularidades e, às vezes, a regra do jogo e os próprios limites do jogo; que faz com que elas modifiquem, apenas pela sua existência e também por sua ação (uma decisão de investimento ou uma modificação dos preços, por exemplo), todo o ambiente das outras empresas e o sistema das pressões que pesam sobre elas ou o espaço das

¹⁹ B. Minth, M. Schwarz. *The power structure of american business*. Chicago: The University of Chicago Press, 1985.

possibilidades que se oferecem a elas, limitando e delimitando o espaço dos deslocamentos táticos e estratégicos possíveis. As decisões (dos dominantes, como dos dominados) são somente escolhas entre possíveis definidos (em seus limites) pela estrutura do campo. As “intervenções”, quando ocorrem, devem sua existência e eficácia à estrutura das relações objetivas no seio do campo entre aqueles que as operam e aqueles que lhe estão submetidos.

Exemplo típico destes efeitos estruturais, irredutíveis a intervenções intencionais e pontuais de agentes singulares, o campo internacional do capital financeiro deve provavelmente sua aparência de fatalidade (ao menos, numa certa visão jornalística dos “mercados financeiros”) ao fato de que não precisa intervir diretamente junto aos governos nacionais para lhes impor e menos ainda lhes proibir uma política. O poder estrutural que ele exerce se concretiza através dos efeitos não necessariamente desejados que pode ter, sobre os custos da política destes governos, uma modificação dos prêmios de risco sobre as taxas de juros nacionais ou das taxas de câmbio; custos que variam – conforme a posição dos países implicados na estrutura da distribuição do capital e na hierarquia do poder – desde o racionamento do crédito, ao qual podem ser submetidos os países pobres, até a “impunidade” dos países ricos que, sobretudo quando sua moeda serve de moeda internacional de reserva, são capazes, como os EUA, de escapar das consequências de uma política de déficit orçamentário e comercial.

A estrutura do campo e a distribuição desigual dos recursos (economias de escala, vantagens tecnológicas, etc.) contribuem para assegurar a reprodução do campo, através das “barreiras à entrada”, resultantes da desvantagem permanente que os novos que entram devem enfrentar, ou do custo de exploração que eles devem quitar. Estas tendências imanentes à estrutura do campo (como aquelas que fazem com que o campo favoreça os agentes que têm mais capital), e que vêm reforçar a ação de todo tipo de “instituições visando a reduzir a incerteza” (*uncertainty-reducing institutions*), conforme a expressão de Jan Kregel²⁰ – como contratos salariais,

²⁰ J. A. Kregel. Economic methodology in the face of uncertainty. *Economic Journal*, 86, 1976, p. 209-225.

contratos de dívida, preços administrados, acordos comerciais – ou dos “mecanismos que fornecem informação sobre as ações potenciais dos outros agentes econômicos”, fazem com que o campo tenha uma *duração* e um futuro previsível e calculável. As regularidades inscritas na estrutura do campo e nos jogos recorrentes que se desenrolam nele fazem com que os agentes adquiram receitas, habilidades e disposições transmissíveis, que são a base de antecipações práticas pelo menos rudimentarmente fundamentadas.

Pelo fato de o campo econômico ter como particularidade autorizar e favorecer a visão calculadora e as disposições estratégicas que a acompanham, não é preciso escolher entre uma visão puramente estrutural e uma visão estratégica: as estratégias mais conscientemente elaboradas só podem se exercer nos limites e nas direções que lhes são atribuídos pelas pressões estruturais e pelo conhecimento, desigualmente distribuído, destas pressões (o capital de informação que está assegurado aos ocupantes de uma posição dominante – através, notadamente, da participação em conselhos de administração ou, no caso dos bancos, através dos dados fornecidos pelos solicitantes de crédito – é, por exemplo, um dos recursos que permitem escolher as melhores estratégias de gestão do capital). A teoria neoclássica, que se recusa a levar em conta os efeitos de estrutura e, *a fortiori*, as relações objetivas de poder, poderá explicar as vantagens conferidas aos mais ricos em capital pelo fato de que, estando mais diversificados e tendo uma maior experiência e uma melhor reputação (portanto, mais a perder), eles oferecem as garantias que permitem lhes fornecer capital a um menor custo, e isto, por simples razões de cálculo econômico. E isto conduzirá, provavelmente, a se argumentar que tal teoria dá conta de maneira mais rigorosa da realidade das práticas econômicas, invocando-se, com certos teóricos, o papel “disciplinar” do mercado como instância capaz de assegurar a coordenação ótima das preferências (os indivíduos estando obrigados a submeter suas escolhas à lógica da maximização dos lucros, sob pena de serem eliminados – como os gerentes que não defendem bem os interesses dos acionários no momento das tomadas de controles das firmas) ou, mais simplesmente, o efeito

do preço – ligado ao fato de que, assim que um produtor aumenta sua produção, ou sua capacidade de produção, ele produz um efeito de preço que afeta os outros produtores.

Na verdade, contrariamente à representação comum, que, para retomar conceitos altamente aproximativos freqüentemente utilizados pelos economistas, associa o “estruturalismo”, concebido como uma forma de “holismo”, à adesão a um determinismo radical²¹, levar em conta a estrutura do campo e seus efeitos não leva de modo algum a anular a liberdade de jogo dos agentes. Pelo contrário, construir o campo de produção como tal é restaurar, na sua total responsabilidade de *price makers*, os produtores que a teoria ortodoxa – submetendo-os sem condições ao poder determinante do mercado, princípio da dinâmica e da forma mesma da produção – reduz, assim como os consumidores, ao papel insignificante de *price takers*²².

Abandonar a noção, *tipicamente escolástica*, de equilíbrio (de mercado ou de jogo) em favor da noção de campo é abandonar a lógica abstrata do *price taking*, isto é, da determinação automática, mecânica e instantânea do preço em mercados entregues a uma concorrência sem pressão, para se situar no ponto de vista do *price making*, isto é, do poder (diferencial) de determinar os preços de compra (dos materiais, do trabalho, etc.) e os preços de venda (portanto, os lucros), poder que, em certas empresas muito grandes, é delegado a especialistas particularmente formados para este fim, os *price setters*. É reintroduzir, ao mesmo tempo, a

²¹ Sem consideração do “princípio do determinismo estratificado”, proposto por P. Weiss, que afirma a “determinação – *determinacy* – no conjunto – *in the gross* - a despeito de uma indeterminação – *indeterminacy* – demonstrável no detalhe – *in the small* –”. (P. A. Weiss. *The living system: determinism stratified*. In: A. Koestler, J. R. Smythies (Eds). **Beyond Reductionism: new perspectives in the life sciences**. London: Hutchinson, 1969, p. 3-42).

²² Como R. H. Coase bem mostrou, a hipótese, operacionalizada tacitamente pela teoria ortodoxa, dos custos de transação nulos (*zero transaction costs*) é o que permite instantaneizar os atos de troca: “Another consequence of the assumption of zero transaction costs, not usually noticed, is that, when there are no costs of making transactions, it costs nothing to speed them up, so that eternity can be experienced in split second” (R. H. Coase. **The firm, the market and the law**. Chicago: The University of Chicago Press, 1988, p. 15).

estrutura da relação de forças constitutiva do campo de produção que contribui, em grande parte, para determinar os preços ao determinar as chances diferenciais de influenciar o *pricing* e que, mais geralmente, comanda as tendências imanentes aos mecanismos do campo e, ao mesmo tempo, as margens de liberdade deixadas às estratégias dos agentes²³.

A teoria do campo se opõe, assim, à visão atomista e mecanicista que superestima o efeito do preço, este *deus ex machina*, e que, como a física newtoniana, reduz os agentes (acionistas, gerentes ou empresas) a pontos materiais intercambiáveis, cujas preferências, inscritas numa função de utilidade exógena ou até, na variante mais extrema, imutável, determinam as ações de maneira mecânica (a noção de “agente representativo”, que faz desaparecer todas as diferenças entre os agentes e suas preferências, sendo um artifício cômodo para construir modelos capazes de produzir previsões análogas às da mecânica clássica). Ela se opõe também, mas de outra maneira, à visão interacionista, que a ambigüidade fundamental da representação do agente como átomo calculador permite fazê-la coabitar com a visão mecanicista, e segundo qual a ordem econômica e social se reduz a uma multidão de indivíduos interagindo, na maioria das vezes de maneira contratual. Graças a uma série de postulados com graves consequências, notadamente o que consiste em assumir que as firmas sejam tratadas como *decision makers* isolados que maximizam seus lucros²⁴, a teoria moderna da organização industrial transfere para o nível de um coletivo como a firma (a qual se verá que funciona, ela própria, como um campo) o modelo (cujo irrealismo se reivindica, sem se extrair daí nenhuma inferência) da decisão individual como resultado de um cálculo consciente e conscientemente orientado para a maximização do lucro (da firma). Ela se autoriza, assim, a reduzir a estrutura da relação de forças, que é

²³ Substituir mercado por campo é retornar à estrutura social específica (oposta em tudo à noção a histórica de mercado), pela qual são efetuadas praticamente a coordenação e a agregação das opções individuais.

²⁴ J. Tirole, *op. cit.*, p. 4.

constitutiva do campo, a um conjunto de interações desprovidas de qualquer transcendência em relação àqueles que nelas estão engajados, no momento, e suscetíveis de serem descritas na linguagem da teoria dos jogos. Perfeitamente congruente nos seus postulados fundamentais com a filosofia intelectualista, que está também no fundamento da teoria neomarginalista, esta teoria matemática, da qual se esquece que ela se construiu explicitamente e expressamente contra a lógica da prática, –, na base de postulados desprovidos de qualquer fundamento antropológico, como o que quer que o sistema das preferências seja já constituído e transitivo²⁵ – reduz tacitamente os efeitos dos quais o campo econômico é o lugar a um jogo de antecipações recíprocas.

É assim que vários sociólogos, como Mark Granovetter, que crêem escapar da representação do agente econômico como mônada egoísta fechada na “busca estreita de seu interesse” e como “ator atomizado tomando decisões fora de qualquer pressão social”, apenas se desgrudam da visão benthamiana e do “individualismo metodológico” para cair na visão interacionista, que, ignorando a pressão estrutural do campo, só quer (ou pode) conhecer o efeito da antecipação consciente e calculada que cada agente teria dos efeitos de sua ação sobre os outros agentes (aquilo que um teórico do interacionismo como Anselm Strauss evocava sob o nome de *awareness context*²⁶, fazendo assim desaparecer todos os efeitos de estrutura e todas as relações objetivas de poder – um pouco como se se quisesse estudar as estratégias de *mutual deterrence*, esquecendo-se que elas podem se instaurar apenas entre detentores da arma atômica); ou o efeito, pensado

²⁵ Os trabalhos clássicos de Amos Tversky e Daniel Kahnemann colocaram às claras as falhas e os erros que cometem os agentes, em matéria de teoria das probabilidades e de estatística (A. Tversky e D. Kahnemann. Availability, A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 2, 1973, p. 207-232; e, também, S. Sutherland. *Irrationality, the enemy within*. London: Constable, 1972). O pressuposto intelectualista que apóia estas pesquisas arrisca levar a ignorar que a lógica das disposições faz com que os agentes sejam capazes de responder na prática a situações, colocando problemas de antecipação das probabilidades que não podem resolver abstratamente (Cf. P. Bourdieu. *Le sens pratique*. Paris: Ed. de Minuit, 1980).

²⁶ A. Strauss. *Continual permutations of action*. New York: Aldine de Gruyter, 1993.

como “influência”, que os *social networks*, os outros agentes ou normas sociais, exerceriam sobre ele²⁷.

Assim, não é óbvio que o que se costuma chamar de “a tradição de Harvard” (isto é, a economia industrial fundada por Joe Bain e seus associados) não merece mais que o olhar um pouco condescendente que os “teóricos da organização industrial” lhe concedem. Talvez, de fato, fosse melhor avançar na boa direção com *loose theories*, que enfatizam a análise empírica de setores industriais, do que se engajar, com todas as aparências do rigor, numa via sem saída, na preocupação de apresentar “uma análise elegante e geral”. Eu me refiro aqui a Jean Tirole, que escreve: “The first wave, associated with the names of Joe Bain and Edward Mason and sometimes called the ‘Harvard tradition’ was empirical in nature. It developed the famous ‘structure-conduct-performance paradigm’ according to which market structure (the number of sellers in the market, the degree of product differentiation, the cost structure, the degree of vertical integration with suppliers and so on) determines conduct (which consists of price, research and development, investment, advertising, and so forth) and conduct yields market performance (efficiency, ratio of price to marginal cost, product variety, innovation rate, profits and distribution). This paradigm, although plausible, often rested on loose theories, and it emphasized empirical studies on industries.”²⁸

²⁷ Cf. M. Granovetter. Economic institutions as social constructions: a framework for analysis. *Acta Sociologica*, 1992, 35, p. 3-11. Encontraremos neste artigo uma forma transformada da alternativa do “individualismo” e do “holismo”, que impe- ra na ortodoxia econômica (e sociológica) sob a forma da oposição, emprestada de Dennis Wrong (D. Wrong. The oversocialized conception of man in Modern Sociology, *American Sociological Review*, 26, 1961, p. 183-196), entre a *undersocialized view*, cara à ortodoxia econômica, e a *oversocialized view*, que supõe que os agentes são “tão sensíveis (*sensitive*) à opinião dos outros que se submetem automaticamente às normas comumente admitidas de comporta- mento” ou que interiorizaram tão profundamente as normas ou as obrigações, que não são mais afetados pelas relações atuais (é assim que se compreende, às vezes, de maneira completamente errada, a noção de *habitus*). Autoriza-se, as- sim, a concluir que, finalmente, as *over* e as *under* se reúnem para ver os agentes como mônadas fechadas às “influências” dos *concrete ongoing systems of social relations* e dos *social networks*. É assim que o “situacionismo” ou o interacionismo metodológico não passam de uma falsa superação da alternativa, ela também falsa, do individualismo e do holismo.

²⁸ J. Tirole, *op. cit.*, p. 2-3. O autor expõe, um pouco mais adiante, indicações sobre os custos e lucros associados às diferentes categorias de produtos (teóricos e

Edward Mason tem, de fato, o mérito de estabelecer os fundamentos de uma verdadeira análise estrutural (em oposição à estratégica ou interacionista) do funcionamento de um campo econômico: primeiramente, ele coloca que somente uma análise capaz de levar em conta a estrutura de cada empresa, princípio da disposição para reagir à estrutura particular do campo, assim como a estrutura da cada setor (*industry*), ambas ignoradas pelos adeptos da teoria dos jogos (da qual ele expõe, ao mesmo tempo, uma crítica antecipada: “Elaborate speculations on the probable behavior of A on the assumption that B will act in a certain way, seems particularly fruitless”), pode dar conta de todas as diferenças entre as firmas, em termos de práticas competitivas, notadamente nas suas políticas de preço, de produção e de investimento²⁹. Ele se esforça, em seguida, para estabelecer, ao mesmo tempo teórica e empiricamente, os fatores que determinam a força relativa da empresa no campo, o tamanho absoluto, o número de empresas, a diferenciação do produto. Reduzindo a estrutura do campo ao espaço das possibilidades tal como aparece aos agentes, ele quer finalmente desenhar uma “tipologia” das “situações” definidas pelo conjunto das “considerações que o vendedor leva em conta na determinação de suas políticas e de suas práticas” (“The structure of a seller’s market includes all those *considerations* which he takes into account in determining his business policies and practices”)³⁰.

O campo econômico como campo de lutas

O campo de forças é também um campo de lutas destinadas a conservar ou a transformar o campo de forças, um campo de ação socialmente construído onde se afrontam agentes dotados de recursos diferentes. Os fins das ações que as firmas engajam

empíricos, notadamente) sobre o mercado da Ciência Econômica, que permite compreender os destinos comparados da “tradição de Harvard” e da nova “teoria da organização industrial” que ele defende: “Until the 1970s, economic theorists (with a few exceptions) pretty much ignored industrial organization, which did not lend itself to elegant and general analysis the way the theory of competitive general equilibrium analysis did. Since then, a fair number of top theorists have become interested in industrial organization”.

²⁹ E. S. Mason. Price and production policies of large-scale enterprise. *The American Economic Review*, XXIX, 1, supplement, March, 1939, p. 61-74 (notadamente, p. 64).

³⁰ E. S. Mason, *loc. cit.*, p. 68 (sou eu quem grifa para marcar a oscilação entre a linguagem da estrutura e da pressão estrutural, e a linguagem da consciência e da escolha intencional).

nele e sua eficácia dependem, primeiramente, de sua posição no campo de forças, isto é, de sua posição na estrutura da distribuição do capital sob todas as suas formas. Longe de estarem diante de um universo sem gravidade nem pressões, onde poderiam desenvolver livremente suas estratégias, os agentes estão diante de um espaço de possibilidades que dependem muito estreitamente da posição que ocupam no campo. Uma parte de liberdade é deixada para jogo – no sentido da arte de jogar, em relação ao jogo, no sentido de cartas na mão, de portfólio de recursos –, e ela é provavelmente maior do que em outros campos, devido ao grau particularmente elevado em que, para além mesmo da teoria econômica, utilizada sobretudo como instrumento de legitimação, os meios e os fins da ação, portanto, as estratégias, são explicitados³¹, notadamente sob a forma de “teorias leigas” da ação estratégica (*management*), expressamente produzidas com vistas a assistir os agentes e, em particular, os dirigentes, nas suas decisões, e explicitamente ensinadas nas escolas onde se formam estes dirigentes, como as grandes *business schools*³².

Este tipo de cinismo instituído, em tudo oposto à denegação e à sublimação que se impõem no seio dos universos de produção simbólica, faz com que a fronteira esteja, neste caso, menos marcada entre a representação leiga e a descrição científica: assim, há tratado de marketing que fala de *product market battlefield*³³. Num campo onde os preços são, ao mesmo tempo, alvos e armas, as estratégias têm espontaneamente, tanto para

³¹ Max Weber observa que a troca mercantil é absolutamente excepcional, na medida em que ela representa a mais instrumental e calculista de todas as formas de ação, este “arquétipo da ação racional” constituindo “uma abominação para qualquer sistema de ética fraternal” (M. Weber. *Economie et société*. Paris: Plon, 1971, p. 633).

³² A teoria do *management*, literatura de *business school* para *business school*, preenche uma função absolutamente parecida com a dos textos dos juristas dos séculos XVI e XVII, que contribuem para fazer o Estado, sob a aparência de descrevê-lo: concebida para o uso dos gerentes, atuais ou potenciais, ela oscila continuamente entre o positivo e o normativo, e está baseada, fundamentalmente, sobre uma superestimação da parte deixada às estratégias conscientes – em relação às pressões estruturais e às disposições dos dirigentes.

³³ Ph. Kotler. *Marketing management, analysis, planning, implementation, and control*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1988 (1967), p. 239.

os que as produzem como para os outros, uma *transparência* que elas nunca alcançam em universos como os campos literário, artístico ou científico, onde as sanções permanecem em grande parte simbólicas, isto é, são ao mesmo tempo vagas e sujeitas a variações subjetivas. E, de fato, como atesta o trabalho que deve realizar a lógica do dom para mascarar o que se chama, às vezes, de “verdade dos preços” (por exemplo, retira-se sempre cuidadosamente a etiqueta afixada sobre os presentes), o preço em dinheiro tem um tipo de objetividade e de universalidade brutais, que não deixam muito espaço para a apreciação subjetiva (mesmo se podemos dizer, por exemplo, que “é caro para o que é” ou que “vale bem seu preço”). Resulta disto que as estratégias de blefe, conscientes ou inconscientes, como as da pura pretensão, têm menos chances de sucesso nos campos econômicos, onde elas têm também seu lugar, mas antes como estratégias de dissuasão (ou, mais raramente, de sedução).

As estratégias dependem, primeiro, da forma da estrutura do campo ou, se se preferir, da configuração particular dos poderes que o caracteriza, através do grau de concentração, isto é, da distribuição das fatias de mercado entre um número mais ou menos grande de empresas – com os dois casos-limite que são a concorrência perfeita e o monopólio. A se acreditar em Alfred D. Chandler, a economia dos grandes países industriais conheceu, entre 1830 e 1960, um processo de concentração (notadamente através de um movimento de fusões) que fez desaparecer progressivamente o universo de pequenas empresas concorrentes, ao qual se referiam os economistas clássicos:

O relatório Mac Lane e outras fontes nos mostram uma indústria manufatureira americana composta de um grande número de pequenas unidades de produção, empregando menos de cinquenta pessoas cada uma, e baseadas na utilização dos recursos de energia tradicionais [...]. As decisões de investimento, tanto em longo prazo como em curto prazo, estavam tomadas por centenas de pequenos produtores reagindo aos sinais do mercado, conforme o esquema descrito por Adam Smith³⁴.

³⁴ A. D. Chandler. *La main visible des managers*. Trad. F. Langer. Paris: Economica, 1988, p. 70-72.

Doravante, ao termo de uma evolução marcada, notadamente, por uma longa série de fusões, e por uma transformação profunda da estrutura das empresas, observa-se que, na maior parte dos campos setoriais, a luta se circunscreve a um pequeno número de potentes empresas concorrentes que, longe de se ajustarem passivamente a uma “situação de mercado”, são capazes de transformar ativamente esta situação.

Estes campos se organizam de maneira relativamente invariante em torno da oposição principal entre aqueles que são chamados, às vezes, de *first movers* ou de *market leaders* e os *challengers*³⁵. A empresa dominante tem, comumente, a iniciativa em termos de mudança de preços, de introdução de novos produtos e de ações de distribuição e de promoção: ela é capaz de impor a representação mais favorável para seus interesses da maneira conveniente de jogar e das regras do jogo, e, portanto, da participação no jogo e da perpetuação do jogo. Ela constitui 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. As ameaças que pesam sem cessar sobre ela – quer se trate da aparição de produtos novos capazes de suplantar os seus, quer da elevação excessiva de seus custos, capaz de ameaçar seus lucros – a obrigam a uma vigilância constante (notadamente, nos casos de dominação dividida, na qual a coordenação destinada a limitar a concorrência se impõe). Contra estas ameaças, a empresa dominante pode conduzir duas estratégias bem diferentes: trabalhar para o melhoramento da posição global *do* campo, tentando aumentar a demanda global; ou defender ou melhorar suas posições adquiridas *no* campo (suas fatias de mercado).

Os dominantes têm uma ligação estreita com o estado global do campo, definido, notadamente, pelas possibilidades mé-

³⁵ Se bem que esta visão venha sendo, às vezes, contestada, já há alguns anos, em nome do fato de que, desde a crise, as hierarquias são constantemente desorganizadas e de que as fusões-aquisições permitem aos pequenos comprar os grandes, ou de competir eficazmente com eles, observa-se uma relativamente grande estabilidade das 200 maiores empresas mundiais.

dias de lucro que ele oferece e que, em relação com outros campos, definem a atração que ele exerce. Eles têm interesse em trabalhar para o crescimento da demanda, da qual tiram um benefício particularmente importante, uma vez que é proporcional à sua fatia de mercado, tentando suscitar novos usuários, novos usos ou uma utilização mais intensiva dos produtos que oferecem (agindo eventualmente sobre os poderes políticos). Mas, sobretudo, eles devem defender sua posição contra os *challengers* pela inovação permanente (novos produtos, novos serviços, etc.) e por quedas de preços. Em razão de todas as vantagens de que dispõem na competição (em primeiro lugar, as economias de escala ligadas a seu tamanho), eles podem abaixar seus custos e, paralelamente, seus preços, sem diminuir suas margens, tornando muito difícil a chegada de novos concorrentes e eliminando os mais desprovidos. Em resumo, pelo fato da contribuição determinante que trazem à estrutura do campo (e à determinação dos preços pela qual ela se exprime), estrutura cujos efeitos se manifestam sob a forma de barreiras na entrada ou de pressões econômicas, os *first-movers* dispõem de vantagens decisivas, tanto com relação aos concorrentes já instalados quanto com relação aos novos em potencial³⁶.

As forças do campo orientam os dominantes em direção a estratégias que têm por finalidade redobrar sua dominação. É assim que o capital simbólico do qual eles dispõem, pelo fato de sua preeminência e também de sua anterioridade, lhes permite recorrer com sucesso a estratégias destinadas a intimidar seus concorrentes, como a que consiste em emitir sinais visando a dissuadi-los de atacar (por exemplo, organizando vazamentos relativos a uma baixa de preço ou à criação de uma nova fábrica). Estratégias que podem ser puro blefe, mas que seu capital simbólico torna plausíveis, e portanto, eficazes. Pode também acontecer que, confiantes na sua força e conscientes de que têm os meios de sustentar uma longa ofensiva, e que, conseqüentemen-

³⁶ A. D. Chandler. *Scale and scope, the dynamics of industrial capitalism*. Cambridge: Harvard University Press, 1990, p. 598-599.

te, o tempo joga a seu favor, eles escolham abster-se de toda réplica e deixar seus oponentes engajar-se em ataques custosos e condenados ao fracasso. De maneira geral, as empresas hegemônicas têm a capacidade de impor o ritmo das transformações nos diferentes âmbitos, produção, marketing, pesquisa, etc., e o uso diferencial do tempo é uma das principais vias de seu poder.

As empresas que ocupam uma posição secundária num campo podem, seja atacar a empresa dominante (e os outros concorrentes), seja evitar o conflito. Os *challengers* podem fazer ataques frontais, tentando, por exemplo, baixar seus custos e seus preços, notadamente graças a uma inovação tecnológica, ou ataques laterais, tentando preencher as lacunas da ação da empresa dominante e ocupar nichos ao preço de uma especialização de sua produção, ou voltando contra ela suas próprias estratégias. Parece que a posição relativa na estrutura da distribuição do capital e, portanto, no campo, desempenha um papel muito importante: observou-se, de fato, que, enquanto as maiores firmas realizam grandes lucros graças às economias de escala e as pequenas podem obter lucros elevados especializando-se para se dedicar a um segmento restrito do mercado, as empresas de porte intermediário têm freqüentemente lucros fracos, porque, grandes demais para obter os benefícios de uma produção bem direcionada, elas são pequenas demais para se beneficiarem das economias de escala das maiores.

Visto que as forças do campo tendem a reforçar as posições dominantes, podemos nos perguntar como verdadeiras transformações das relações de força no seio do campo são possíveis. Na verdade, o capital tecnológico desempenha um papel determinante, e podemos citar um certo número de casos nas quais empresas dominantes foram suplantadas na ocorrência de uma mutação tecnológica, que favorece, graças a uma redução dos custos, concorrentes menores. Mas, na verdade, o capital tecnológico somente é eficiente se for associado a outras espécies de capital. Assim, explica-se, provavelmente, que os *challengers* vitoriosos são muito raramente pequenas empresas nascentes e que, quando não nascem da fusão entre empresas já estabelecidas, eles provêm de outras nações ou, sobretudo, *de outros subcampos*. As re-

voluções cabem, na verdade, na maioria das vezes, a grandes que podem, se diversificando, aproveitar-se de suas competências tecnológicas para se apresentar com uma oferta competitiva em novos campos. Assim, as mudanças no interior do campo são freqüentemente ligadas a mudanças nas relações com o exterior do campo. Às passagens de fronteira juntam-se as *redefinições das fronteiras* entre os campos: certos campos podem tornar-se segmentados em setores mais restritos, a indústria aeronáutica dividindo-se, por exemplo, em produtores de aviões comerciais, militares e de turismo; ou, ao contrário, as mudanças tecnológicas podem fragilizar as fronteiras entre indústrias até aqui separadas: por exemplo, a informática, as telecomunicações e a automação de escritório tendem a se confundir sempre mais, de tal maneira que empresas que, até agora, estavam somente presentes num dos três subcampos tendem cada vez mais a se encontrar em concorrência no novo espaço de relações que está se constituindo. Neste caso, pode acontecer que uma só empresa entre em competição, não somente com outras empresas de seu campo, mas, também, com empresas que pertencem a diversos outros campos. Vemos de passagem que, nos campos econômicos, como em qualquer outra categoria de campo, as fronteiras do campo são um objeto de conflitos no próprio seio do campo (através, notadamente, da questão dos substitutos possíveis e das concorrências que eles introduzem); e que somente a análise empírica pode, em cada caso, determiná-las. (Não é raro que os campos sejam dotados de uma existência quase institucionalizada, sob a forma de ramos de atividade dotados de organizações profissionais funcionando, ao mesmo tempo, como clubes de dirigentes de indústria, grupos de defesa das fronteiras vigentes, e portanto, dos princípios de exclusão que as subtendem, e como instâncias de representação diante dos poderes públicos, dos sindicatos e das outras instâncias análogas e dotadas de órgãos permanentes de ação e de expressão.)

Mas, entre todas as trocas com o exterior do campo, as mais importantes são as que se estabelecem com o Estado. A competição entre as empresas assume freqüentemente a forma de uma competição para o poder sobre o poder do Estado, – notadamente, sobre o poder de regulamentação e sobre os direi-

tos de propriedade³⁷ – e para as vantagens asseguradas pelas diferentes intervenções do Estado, tarifas preferenciais, patentes, regulamentos, créditos para pesquisa-desenvolvimento, compras públicas de equipamento, ajudas para a criação de emprego, inovação, modernização, exportação, habitação, etc. Em suas tentativas para modificar a seu favor as “regras do jogo” em vigor e valorizar assim algumas de suas propriedades suscetíveis de funcionar como capital no novo estado do campo, as empresas dominadas podem utilizar seu capital social para exercer pressões sobre o Estado e obter dele uma modificação do jogo a seu favor³⁸. Assim, o que se chama mercado é apenas, em última instância, uma construção social, uma estrutura de relações específicas, para a qual os diferentes agentes engajados no campo contribuem em diversos graus, através das modificações que eles conseguem lhe impor, usando poderes detidos pelo Estado, que são capazes de controlar e orientar.

Com efeito, o Estado não é somente o regulador encarregado de manter a ordem e a confiança, e de regular os mercados, nem o árbitro encarregado de “controlar” as empresas e suas interações, como é visto tradicionalmente³⁹. Como conseguimos mostrar a respeito do campo de produção de casas próprias, ele

³⁷ Cf. J. Campbell, L. Lindberg. Property rights and the organization of economic action by the State. *American Sociological Review*, 55, 1990, p. 634-647.

³⁸ Neil Fligstein mostrou que não se pode entender a transformação da direção das firmas sem se dissecar, por um longo período de tempo, o estado das relações que elas vêm tecendo com o Estado, e isto, no caso mais favorável à teoria liberal, os EUA, onde o Estado é de fato um agente decisivo na estruturação das indústrias e dos mercados (cf. N. Fligstein. *The transformation of corporate control*. Cambridge: Harvard University Press, 1990).

³⁹ O Estado está longe de ser o único mecanismo de coordenação da oferta e da demanda. Se o papel do Estado é evidente no caso da casa, outras instituições ou outros agentes podem também intervir, como as redes de interconhecimento para a venda do crack (Ph. Bourgois, *Searching for respect: selling crack in El Barrio*. Cambridge: Cambridge University Press, 1996), as “comunidades” formadas pelos frequentadores de leilões (C. Smith. *Auctions*. Berkeley: University of California Press, 1990) ou agentes expressamente encarregados de relacionar a oferta e a demanda (como o *matchmaker* na economia pugilística) (L. Wacquant. A flesh peddler at work: power, pain, and profit in the prizefighting economy. *Theory and Society*, 27, no prelo).

contribui, às vezes de maneira extremamente decisiva, para a construção da demanda e da oferta, ambas as formas de intervenção operando sob a influência direta ou indireta das partes mais diretamente interessadas (viu-se, de fato, como, pela intermediação, notadamente de comissões, banqueiros, altos funcionários, empresários industriais e responsáveis políticos locais podem reservar-se um mercado, seja aquele do crédito aos indivíduos e às empresas para os bancos, seja aquele das casas para os empresários).

Outros fatores externos capazes de contribuir para uma transformação das relações de força no campo: as transformações das fontes de abastecimento (por exemplo, as grandes descobertas petrolíferas do começo do século XX) e as mudanças na demanda determinadas por mudanças na demografia (como a queda da natalidade ou o aumento da expectativa de vida) ou nos estilos de vida (o crescimento do trabalho das mulheres, por exemplo, que acarreta a queda de certos produtos e cria novos mercados, como por exemplo, os dos produtos congelados e dos fornos de microondas). Na verdade, estes fatores externos exercem seus efeitos sobre as relações de força no seio do campo somente através da lógica destas relações de força, isto é, na medida em que eles asseguram uma vantagem aos *challengers*, permitindo-lhes se implantarem em nichos, mercados especializados nos quais os *first movers*, concentrados na produção estandardizada de massa, mal conseguem satisfazer exigências muito particulares, como aquelas de uma categoria de consumidores ou de um mercado regional, e que poderão constituir entradas para desenvolvimentos ulteriores.

A empresa como campo

É claro que as decisões, em termos de preço ou em qualquer outro domínio, não dependem de um ator único, mito que mascara os jogos e os desafios de poder no seio da empresa funcionando como um campo ou, mais precisamente, no seio do campo do poder próprio a cada firma. Dito de outro modo, se se entra na “caixa preta” que constitui a empresa, não é para encontrar nela indivíduos, mas, mais uma vez, uma estrutura, a do campo da empresa, que dispõe de uma autonomia relativa em relação às pressões as-

sociadas à posição no campo das empresas. Se o campo englobador afeta sua estrutura, o campo englobado, como relação de forças, e espaço específico de jogo e de lutas, define os termos e os objetivos mesmos da luta, conferindo-lhes uma idiossincrasia que os torna quase ininteligíveis, à primeira vista, quando olhados de fora.

As estratégias das empresas (em termo de preço, notadamente) não dependem somente da posição que elas ocupam na estrutura do campo. Elas dependem, também, da estrutura das posições de poder constitutivas do governo interno da firma ou, mais exatamente, das disposições (socialmente constituídas) dos dirigentes agindo sob a pressão do campo do poder no seio da firma e do campo da firma em toda sua totalidade (que se pode caracterizar através de índices, tais como a composição hierárquica da mão-de-obra, o capital escolar e, particularmente, científico do quadro executivo, o grau de diferenciação burocrática, o peso dos sindicatos, etc.). O sistema de pressões e de solicitações que está inscrito na posição no seio do campo, e que leva as empresas dominantes a agirem sobre o campo no sentido mais favorável a sua perpetuação, nada tem de fatalidade ou até de um tipo de instinto infalível que orientaria as empresas e seus dirigentes em direção às escolhas mais favoráveis à conservação das vantagens adquiridas. Cita-se, assim, freqüentemente, o exemplo de Henry Ford que, depois que seu brilhante sucesso na produção e na distribuição fez dele o produtor de automóveis mais baratos do mundo, destruiu as capacidades competitivas de sua empresa, após a Primeira Guerra Mundial, demitindo quase todos os seus gerentes mais experientes e competentes, os quais estiveram na origem do sucesso de seus concorrentes.

No entanto, embora disponha de uma relativa autonomia com relação às forças do campo, a estrutura do campo do poder no seio da firma é, ela própria, estreitamente relacionada com a posição da firma no campo, por meio, notadamente, da *correspondência* entre, de um lado, o volume (ele mesmo ligado à anterioridade da empresa e à sua posição no ciclo de vida, portanto, *grosso modo*, ao seu tamanho e à sua integração) e a estrutura do capital da firma (notadamente, o peso relativo do capital financeiro, do capital comercial e do capital técnico) e, de outro, a

estrutura da distribuição do capital entre os diferentes dirigentes da firma, proprietários – *owners* – e “funcionários” – *managers* – e, no meio destes últimos, entre os detentores de diferentes espécies de capital cultural, com dominância financeira, técnica ou comercial, isto é, no caso da França, entre os grandes organismos ou as grandes escolas (ENA, X ou HEC), de onde eles saíram⁴⁰.

Se se pode, indiscutivelmente, discernir tendências, no longo período, da evolução das relações de força entre os principais agentes do campo do poder na empresa, com notadamente a proeminência, no princípio, dos empreendedores dominando as novas tecnologias e capazes de juntar os fundos necessários para implementá-las, seguida da intervenção cada vez mais inevitável dos banqueiros e das instituições financeiras, e, depois, da ascensão dos gerentes⁴¹, resta que, assim como é preciso analisar a forma particular que assume em cada campo a configuração da distribuição dos poderes entre as empresas, da mesma forma, é preciso analisar, em cada empresa e a cada momento, a forma que assume a configuração dos poderes no seio do campo do poder sobre a empresa, e obter, assim, os meios de compreender a lógica das lutas nas quais se determinam os fins da empresa⁴². É claro, com efeito, que estes fins são alvos de lutas e que é pre-

⁴⁰ Foi possível estabelecer, no caso do grande patronato francês, a existência de uma homologia estreita entre o espaço das empresas e o espaço de seus dirigentes caracterizados pelo volume e a estrutura de seu capital (cf. P. Bourdieu e M. de Saint Martin. *Le patronat*, *op. cit.*).

⁴¹ Cf. N. Fligstein. **The transformation of corporate control**, *op. cit.*, que descreve como a direção da firma passa, sucessivamente, sob o poder dos dirigentes das divisões da produção, do marketing, e depois das finanças; e também N. Fligstein e L. Markowitz. *The finance conception of the corporation and the causes of the reorganization of large american corporations, 1979-1988*. In: W. J. Wilson (Ed.). *Sociology and Social Policy*. Beverly Hills, Sage: 1993, e N. Fligstein e K. Dauber. *Structural Change in Corporate Organization*. **Annual Review of Sociology**, 15, 1989, p. 73-96; ou, ainda, *The intraorganizational power struggle: the rise of finance presidents in large corporations*. **American Sociological Review**, 52, 1987, p. 44-58.

⁴² Foi possível observar como as relações de força entre os detentores das diferentes competências associadas às diferentes formações (ENA, X, HEC) e, portanto, entre as funções administrativa, técnica, comercial, correspondentes, e a concorrência ou as rivalidades que os opõem no seio do campo do poder sobre a empresa podem determinar as decisões mais importantes desta.

ciso substituir os cálculos racionais de um “decisor” esclarecido pela luta política entre agentes que tendem a identificar seus interesses específicos (ligados a sua posição na empresa) com os interesses da empresa, e cujo poder se mede, provavelmente, por sua capacidade em identificar, para o melhor ou para o pior (como mostra o exemplo de Henry Ford), os interesses da empresa com *seus* interesses *na* empresa.

A estrutura e a concorrência

Levar em conta a estrutura do campo, é dizer que a concorrência para o acesso à troca com clientes somente pode ser entendida como uma competição orientada pela referência consciente e explícita aos concorrentes diretos ou, pelo menos, aos mais perigosos entre eles, conforme a fórmula de Harrison White: “Os produtores se observam uns aos outros dentro de um mercado”⁴³. Ou, mais explicitamente, ainda, como em Max Weber: “Os dois parceiros potenciais orientam suas ofertas, indistintamente, em função da ação potencial de muitos outros concorrentes reais e imaginários, e não somente da ação potencial dos parceiros da troca” – e, em particular, da ação de regateio, “a forma mais conseqüente da ação de mercado”, e do “compromisso de interesses”, que o encerra. Max Weber descreve aqui uma forma de cálculo racional, mas totalmente diferente na sua lógica daquele da ortodoxia econômica: não agentes que fazem suas escolhas a partir da informação fornecida pelos preços (supostamente de equilíbrio), mas agentes que levam em conta as ações e reações de seus concorrentes e “orientam-se em relação a elas”, sendo, portanto, dotados de uma informação a seu respeito e capazes de agir contra ou com eles. Mas, se ele tem o mérito de substituir *a relação com o conjunto dos produtores* pela única transação com o cliente, ele a reduz a uma *interação* consciente e pensada entre concorrentes investindo no mesmo objeto. Da mesma forma, se

⁴³ H. White. Where do markets come from? *American Journal of Sociology*, 87(3), 1981, p. 517-547.

Harrison White vê no mercado uma “estrutura social auto-reprodutora” (*self-reproducing social structure*), ele procura o princípio das estratégias dos produtores, não nas pressões inerentes a sua posição estrutural, mas na observação e decifração dos sinais que são emitidos pelo comportamento dos outros produtores: “Markets are self-reproducing structures among specific cliques of firms and other actors who evolve roles from observations of each other’s behavior”⁴⁴. Os produtores, armados do conhecimento do custo de produção, tentam maximizar sua renda, determinando o bom volume de produção “na base das posições observadas de todos os produtores” e procuram um nicho no mercado.

É preciso substituir a competição entre um número pequeno de agentes em interação estratégica para o acesso (de uma parte dos agentes) à troca com uma categoria particular de clientes pelo encontro entre produtores ocupando posições diferentes na estrutura do capital específico (sob suas diferentes formas) e clientes ocupando, no espaço social, posições homólogas àquelas que ocupam estes produtores no campo. O que se chama comumente de nichos não é outra coisa do que esta parcela da clientela que a afinidade estrutural atribui às diferentes empresas, e, particularmente, às empresas secundárias: como conseguimos mostrar a respeito dos bens culturais, que, do lado da produção como do consumo, distribuem-se num espaço de duas dimensões, definidas pelo capital econômico e pelo cultural, é provável que se possa observar, em cada campo, uma homologia entre o espaço dos produtores (e dos produtos) e o espaço dos clientes distribuídos segundo princípios de diferenciação pertinentes. Isto quer dizer, de passagem, que as pressões, às vezes mortais, que os produtores dominantes fazem sobre seus concorrentes atuais ou potenciais se exercem somente pela mediação do campo: desta maneira, a competição não é nada mais que um “conflito indireto” (no sentido de Simmel), que não está dirigido contra o concorrente. No campo econômico como alhures, a luta não precisa se inspirar na intenção de destruir para produzir efeitos devastadores.

⁴⁴ *Ibid.*

O *habitus* econômico

O *homo economicus*, tal como o concebe (de maneira tácita ou explícita) a ortodoxia econômica, é uma espécie de monstro antropológico: este prático com cabeça de teórico encarna a forma por excelência da *scholastic fallacy*, erro intelectualista ou intelectualocêntrico, muito comum nas Ciências Sociais (notadamente em Linguística e em Etnologia), pelo qual o cientista coloca na cabeça dos agentes que ele estuda, lares ou suas donas, empresas ou empresários, etc., as considerações e as construções teóricas que teve que elaborar para dar conta de suas práticas⁴⁵.

Gary Becker, autor das tentativas mais ousadas para exportar para todas as Ciências Sociais o modelo do mercado e a tecnologia, supostamente mais potente e mais eficiente, da empresa neoclássica, tem o mérito de declarar, com toda clareza, o que está mascarado, às vezes, nos pressupostos implícitos da rotina científica:

The economic approach [...] now assumes that individuals maximize their utility from basic preferences that do not change rapidly over time and that the behavior of different individuals is coordinated by explicit or implicit markets [...]. The economic approach is not restricted to material goods and wants or to markets with monetary transactions, and *conceptually* does not distinguish between major or minor decisions or between 'emotional' and other decisions. Indeed [...] the economic approach provides a framework applicable to all human behavior – to all types of decisions and to persons for all walks of life⁴⁶.

Nada mais escapa à explicação pelo agente maximizador: nem as estruturas organizacionais, as empresas e os contratos (com Oliver Williamson), nem os parlamentos e as municipalidades, nem o casamento (concebido como troca econômica de serviços de produção e reprodução), o lar, as relações entre pais e filhos (com James Coleman) ou o Estado. Este modo de explicação uni-

⁴⁵ P. Bourdieu. *Méditations pascaliennes*, *op. cit.*

⁴⁶ G. S. Becker. *A treatise on the family*, Cambridge: Harvard University Press, 1981, p. IX; e também *The economic approach to human behavior*. Chicago: The University of Chicago Press, 1976.

versal, por um princípio de explicação ele mesmo universal (as preferências individuais são exógenas, ordenadas e estáveis, e portanto, sem gênese nem futuro contingentes), não conhece mais limites. Gary Becker não reconhece nem mesmo aqueles que Pareto foi obrigado a estabelecer no texto fundador no qual identifica a racionalidade das condutas econômicas com a racionalidade pura, ao distinguir as condutas propriamente econômicas, que são o resultado de “raciocínios lógicos” apoiados sobre a experiência, das condutas “determinadas pelo uso”, como o fato de levantar seu chapéu ao entrar num salão⁴⁷.

O conceito de *habitus* tem por função inicial romper com a filosofia cartesiana da consciência e desprender-se, ao mesmo tempo, da alternativa ruinosa entre o mecanismo e o finalismo, isto é, entre a determinação por causas e a determinação por razões; ou, ainda, entre o individualismo dito metodológico e o que se chama às vezes (nos “individualistas”) de holismo, oposição apenas parcialmente sábia, que é somente a forma eufemizada da alternativa – talvez a mais potente da ordem política – entre o individualismo ou o liberalismo, que considera o indivíduo como última unidade elementar autônoma, e o coletivismo ou o socialismo, visto como concedendo a primazia ao coletivo.

O agente social, na medida em que é dotado de um *habitus*, é um individual coletivo ou um coletivo individualizado, pelo fato da incorporação. O individual, o subjetivo, é social, coletivo. O *habitus* é subjetividade socializada, transcendental histórico, cujas categorias de percepção e de apreciação (os sistemas de preferência) são o produto da história coletiva e individual. A razão (ou a racionalidade) é *bounded*, limitada, não somente, como o crê Herbert Simon, porque o espírito humano é genericamente limitado (o que não é uma descoberta), mas porque é socialmente estruturado,

⁴⁷ V. Pareto. *Manuel d'Économie Politique*. Genève: Droz, 1964, p. 41. Vê-se de passagem que, diferentemente do individualismo metodológico, que só conhece a alternativa da escolha consciente e deliberada, satisfazendo certas condições de eficácia e coerência, e da “norma social”, cuja eficiência passa também por uma escolha, Pareto teve pelo menos o mérito de reconhecer um outro princípio da ação: uso, tradição ou hábito.

e, por conseqüência, confinado⁴⁸. Estes limites são aqueles inerentes a toda *walk of life*, como diz Becker, na medida em que está associado a uma posição no espaço social. Se existe uma propriedade universal, é a de que os agentes não são universais, porque suas propriedades e, particularmente, suas preferências e seus gostos são o produto de sua localização e seus deslocamentos no espaço social, portanto, da história coletiva e individual.

No entanto, o *habitus* nada tem de um princípio mecânico de ação ou, mais exatamente, de reação (à maneira de um arco reflexo). Ele é *espontaneidade condicionada* e limitada. Ele é este princípio autônomo que faz com que a ação não seja simplesmente uma reação imediata a uma realidade bruta, mas uma réplica “inteligente” a um aspecto ativamente selecionado do real: ligado a uma história cheia de um futuro provável, ele é a inércia, rastro de sua trajetória passada, que os agentes opõem às forças imediatas do campo, e que faz com que suas estratégias não possam ser deduzidas diretamente nem da posição nem da situação imediatas. Ele produz uma réplica, cujo princípio não está inscrito no estímulo e que, sem ser absolutamente imprevisível, não pode ser prevista a partir apenas do conhecimento da situação; ele é uma resposta a um aspecto da realidade que se distingue por uma apreensão seletiva, partidária e parcial (sem ser para tanto “subjetiva”, no sentido estrito) de certos estímulos, por uma atenção pela face particular das coisas, da qual se pode dizer, indiferentemente, que ela “suscita o interesse” ou que o interesse a suscita; ele é uma ação que se pode, sem contradição, chamar ao mesmo tempo de determinada e espontânea, já que é determinada por estímulos *condicionais e convencionais*, que existem como tais apenas para um agente disposto e apto a percebê-los.

⁴⁸ Além de Veblen, que já defendia a idéia de que o agente econômico não é “um pacote de desejos” (*a bundle of desires*), mas “uma estrutura coerente de propensões e hábitos” (*a coherent structure of propensities and habits*) (Th. Veblen. Why is Economics not an Evolutionary Science?, *The Quarterly Journal of Economics*, July 1898, p. 390), James S. Duesenberry observou também que o princípio da decisão de consumo não deve ser procurado do lado da planificação racional, mas, antes, do lado da aprendizagem e da formação dos costumes, e estabeleceu que o consumo dependia tanto da renda passada, quanto da renda atual (J. S. Duesenberry, *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, Cambridge, Harvard University Press, 1949).

O *habitus* introduz entre o estímulo e a reação uma tela de tempo na medida em que, proveniente de uma história, ele é relativamente constante e durável, e portanto, *relativamente* livre da história. Produto das experiências passadas, e de toda uma acumulação coletiva e individual, ele somente pode ser compreendido adequadamente por uma análise genética que se aplica, ao mesmo tempo, à história coletiva – por exemplo, a história dos gostos, da qual Sidney Mintz deu um exemplo, mostrando como o gosto por açúcar, no início produto de luxo exótico reservado às classes privilegiadas, tornou-se um elemento indispensável da alimentação comum das classes populares⁴⁹ – e à história individual – como na análise das condições econômicas e sociais da gênese dos gostos individuais em matéria de alimentação, de decoração, de vestuário e, também, de canções, de teatro, de música ou de cinema, etc.⁵⁰

O conceito de *habitus* permite também escapar à alternativa do finalismo – que define a ação como sendo determinada pela referência consciente a um fim deliberadamente posto e que, conseqüentemente, concebe todo comportamento como produto de um cálculo puramente instrumental, para não dizer cínico – e do mecanismo – para o qual a ação se reduz a uma pura reação a causas indiferenciadas. Os economistas ortodoxos e os filósofos que defendem a teoria da ação racional oscilam entre estas duas teorias da ação logicamente incompatíveis: de um lado, um

⁴⁹ S. Mintz, *Sweetness and Power, The Sugar in Modern History*, New York, Viking Penguin, 1985.

⁵⁰ P. Bourdieu, *La Distinction: Critique sociale du jugement de goût*, *op. cit.*, e L. Levine, *High Brow/Low Brow: The Emergence of Cultural Hierarchy in America*, Cambridge, Harvard University Press, 1988. Como se vê no caso da análise dos determinantes econômicos e sociais das preferências para a compra ou a locação de uma casa, o abandono da definição a-histórica das preferências não condena, de modo algum, a um relativismo, próprio a interditar todo conhecimento racional, de gostos entregues ao puro e simples arbítrio social (como o deixa crer a velha fórmula invocada por Gary Becker, *de gustibus non est disputandum*). Somos levados, ao contrário, a estabelecer empiricamente as relações estatísticas necessárias que se estabelecem entre os gostos, nos diferentes terrenos da prática, e as condições econômicas e sociais de sua formação, isto é, a posição presente e passada (trajetória) dos agentes na estrutura da distribuição do capital econômico e do capital cultural (ou, se se prefere, o estado no momento considerado, e a evolução no tempo do volume e da estrutura de seu capital).

decisionismo finalista, segundo o qual o agente é uma pura consciência racional agindo em pleno conhecimento de causa, o princípio da ação sendo uma razão ou uma decisão racional determinada por uma avaliação racional das possibilidades; de outro, um fisicalismo que faz dele uma partícula sem inércia, mecanicamente conduzida pela força das causas (igualmente conhecidas apenas pelo cientista), e reagindo instantaneamente a uma combinação de forças. Mas eles têm pouca dificuldade para conciliar o inconciliável, porque os dois ramos da alternativa se resumem a uma só: nos dois casos, sacrificando à *scholastic fallacy*, projeta-se o sujeito sábio, dotado de um conhecimento perfeito das causas e das possibilidades no agente agindo, do qual se supõe que seja racionalmente inclinado a estabelecer como fins as possibilidades que lhe impõem as causas (o fato de que seja em pleno conhecimento de causa que os economistas adiram, em nome do “direito à abstração”, a este paralogismo, não basta – é preciso dizer? – para anular seus efeitos).

O *habitus* é um princípio de ação muito econômico, que assegura uma enorme economia de cálculo (notadamente, do cálculo dos custos de pesquisa e de medida) e também de tempo, recurso particularmente raro na ação. Ele é, portanto, particularmente adaptado às circunstâncias comuns da existência que, seja do fato da urgência, seja em razão da insuficiência dos conhecimentos necessários, deixam pouco lugar à avaliação consciente e calculada das chances de lucro. Diretamente decorrente da prática e ligado, na sua estrutura como no seu funcionamento, à prática, este senso prático não pode ser medido fora das condições práticas de sua implementação. Isto quer dizer que as provas às quais a “heurística da decisão”⁵¹ submete os sujeitos são duplamente inadequadas, já que tentam medir, numa situação artificial, uma aptidão à avaliação consciente e calculada das possibilidades, cuja implementação supõe ela mesma uma ruptura com as inclinações do senso prático (esquece-se, com efeito, que o cálculo das probabilidades se construiu contra as tendências espontâneas da intuição inicial).

⁵¹ Cf. A. Tverski, D. Kahneman, *loc. cit.*

A Antropologia Imaginária da Rational Action Theory

As construções teóricas ecléticas, mais bem fundadas socialmente do que cientificamente, reunidas sob o nome de Rational Action Theory ou de individualismo metodológico, e que se apóiam no que se designa como “a economia neoclássica”, marca de combate e alvo de lutas de anexação ou de ex-comunicação¹, para fundar uma teoria antropológica de aplicação geral, repousam, em última análise, sobre uma filosofia cartesiana da ciência, do agente (concebido como sujeito) e do mundo social.

É, primeiramente, uma *epistemologia dedutivista* que, identificando o rigor com a formalização matemática, pretende deduzir “leis” ou “teoremas” significativos a partir de um conjunto de axiomas fundamentais, rigorosos, mas mudos sobre as funções reais da economia. Pode-se citar, aqui, Durkheim:

A economia política... é uma ciência abstrata e dedutiva, que está menos ocupada em observar a realidade do que em construir um ideal mais ou menos desejável: porque o homem de quem falam os economistas, este egoísta sistemático, é apenas um homem de razão artificial. O homem que nós conhecemos, o homem real, é muito mais complexo: ele pertence a uma época e a um país, ele vive em algum lugar, ele tem uma família, um país, uma crença religiosa e idéias políticas².

Em segundo lugar, é uma filosofia *intelectualista*, que concebe os agentes como puras consciências sem história, capazes de colocar

¹ A dificuldade de qualquer tentativa para repensar livremente os fundamentos da Economia vem do fato de que a ortodoxia econômica é provavelmente, hoje, um dos discursos socialmente mais potentes, a respeito do mundo social, pelo fato, notadamente, de que a formalização matemática lhe confere as aparências ostentatórias do rigor e da neutralidade. Embora a teoria econômica esteja longe de ser unificada e que se possa distinguir nela um *hard core* sociologicamente dominante, organizado em torno do indivíduo isolado e do mercado abstrato, assim como teorias complementares ou corretivas (teoria dos jogos, teoria das instituições, teoria evolucionista) e teorias antagonistas, ela se organiza socialmente conforme o modelo da *grande rede do ser* (*great chain of being*), caro a Arthur Lovejoy, com, numa extremidade, os matemáticos puros e perfeitos da teoria do equilíbrio geral e, na outra, os autores de pequenos modelos de economia aplicada, os primeiros servindo de caução legitimadora aos segundos, ao passo que estes dão aos primeiros as aparências de um domínio sobre as realidades do mundo tal como ele é.

² É. Durkheim. Cours de sciences sociales. In: *La Science Sociale et l'action*. Paris: PUF, 1970 [1888], p. 85.

livre e instantaneamente seus fins e de agirem em pleno conhecimento de causa (ou, numa variante que coabita sem contradição com a precedente, como átomos isolados, sem autonomia nem inércia e mecanicamente determinados pelas causas). Pode-se, aqui, invocar Veblen, quando ele mostra como a filosofia hedonista que fundamenta a teoria econômica conduz a creditar aos agentes, átomos sem inércia e “calculadores instantâneos”, “uma natureza passiva, substancialmente inerte e imutável”:

The hedonistic conception of man is that of lightning calculator of pleasures and pains, who oscillates like an homogeneous globule of desire of happiness under the impulse of stimuli that shift him about the area, but leave him intact. He has neither antecedent nor consequent. He is an isolated, definitive human datum, in stable equilibrium except for the buffets of the impinging forces that displace him in one direction or another. Self poised in elemental space, he spins symmetrically about his own spiritual axis until the parallelogram of forces bears down upon him, whereupon he follows the line of the resultant. When the force of the impact is spent, he comes to rest, a self contained globule of desire as before³.

Enfim, e sobretudo, é uma visão estritamente *atomística e descontinuista* (ou instantaneísta) do mundo social que está no fundamento do modelo da concorrência perfeita ou do mercado perfeito, descrição idealizada do mecanismo abstrato, que deve supostamente assegurar o ajustamento *instantâneo* dos preços, no caso-limite de um mundo sem atrito, isto é, o equilíbrio de mercado que deve supostamente coordenar as ações individuais através das variações dos preços⁴.

Mais ainda do que a filosofia da consciência da ortodoxia econômica, que situa o princípio da ação em intenções explícitas e em razões (ou, mais amplamente, segundo Friedrich Hayek, na psicologia), é sua filosofia da ordem econômica, portanto, que evoca muito diretamente o universo físico, tal como o descreve Descartes, isto é, como desprovido de qualquer força imanente, e portanto, condenado à descontinuidade radical dos atos do criador divino. Esta filosofia atomista e mecanicista exclui puramente e simplesmente a história. Ela exclui,

³ Th. Veblen. Why is Economics not an evolutionary science?, *The Quarterly Journal of Economics*, July 1898, p. 373-397.

⁴ Encontra-se uma crítica desta pretendida idealização in A. Hirschman. Rival interpretations of market society: civilizing, destructive or feeble?, *Journal of Economic Literature*, 20(4), 1982, p. 1463-1484.

primeiramente, agentes cujas preferências, que não devem nada às experiências passadas, são inacessíveis às flutuações da história, a função de utilidade individual sendo decretada imutável ou, pior, sem pertinência analítica⁵. Ela faz assim desaparecer, paradoxalmente, qualquer interrogação sobre as condições econômicas da conduta econômica, privando-se, deste jeito, de descobrir que há uma *gênese individual e coletiva* da conduta econômica socialmente reconhecida como racional em certas regiões de certas sociedades de uma época determinada e, portanto, de tudo o que designam as noções, aparentemente incondicionadas, que ela coloca como seu fundamento: necessidades, cálculo ou preferências.

⁵ G. J. Stigler, G. S. Becker. De Gustibus non est disputandum, *American Economic Review*, 67, March 1977, p. 76-90.

Praticamente obscura – porque situada abaixo do dualismo do sujeito e do objeto, da atividade e da passividade, dos meios e dos fins, do determinismo e da liberdade –, a relação do *habitus* ao campo, na qual o *habitus* se determina determinando o que o determina, é um cálculo sem calculador, uma ação intencional sem intenção, da qual se tem muita comprovação empírica⁵². Quando o *habitus* é o produto de condições objetivas parecidas com aquelas nas quais funciona, ele engendra condutas que são

⁵² É possível apoiar-se sobre as aquisições da tradição behaviorista, representada notadamente por Herbert Simon, mas sem aceitar sua filosofia da ação: Herbert Simon enfatizou o peso da incerteza e da incompetência dos conhecimentos que afeta o processo de decisão, e a capacidade limitada do cérebro humano; ele rejeita a hipótese global da maximização, mas retém a noção de *bounded rationality*: os agentes podem não ser capazes de reunir e tratar toda a informação necessária para chegar a decisões globais de maximização, mas podem fazer uma escolha racional nos limites de um conjunto limitado de possibilidades. As empresas e os consumidores não maximizam, mas procuram alcançar mínimos aceitáveis (o que ele chama *satisficing*), dada a impossibilidade de juntar e tratar toda a informação necessária para alcançar um maximum (H. Simon. *Reason in human affairs*. Stanford: Stanford University Press, 1984).

perfeitamente adaptadas a estas condições, sem ser o produto de uma busca consciente e intencional da adaptação (é neste sentido que é preciso evitar identificar estas “antecipações adaptativas”, no sentido de Keynes, com “antecipações racionais”, mesmo se o agente cujo *habitus* é bem ajustado replica, de certo modo, o agente como produtor de antecipações racionais). Neste caso, o efeito do *habitus* permanece, de certa maneira, invisível, e a explicação por ele pode parecer redundante em relação à explicação pela situação (pode-se mesmo ter a impressão de que se trata de uma explicação *ad hoc*, na lógica da virtude dormente). Mas a eficácia própria do *habitus* se observa mais claramente em todas as situações nas quais ele não é o produto das condições de sua atualização (cada vez mais frequentes, à medida que as sociedades vão se diferenciando): é o caso quando agentes formados numa economia pré-capitalista são confrontados, desarmados, às exigências de um cosmo capitalista⁵³; ou, ainda, quando pessoas idosas perpetuam, na maneira de Don Quixote, disposições deslocadas; ou quando as disposições de um agente em ascensão ou em declínio na estrutura social estão em dissonância com a posição que ele ocupa. Tais efeitos de histerese, de atraso à adaptação e de defasagem contra-adaptativa, encontram sua explicação no caráter relativamente durável, o que não quer dizer imutável, dos *habitus*, durabilidade que está também no princípio da estabilidade relativa dos níveis de consumo no tempo.

À constância (relativa) das disposições corresponde a constância (relativa) dos jogos sociais nos quais elas se constituíram: como todos os jogos sociais, os econômicos não são jogos de azar; eles apresentam regularidades e recorrências de configurações parecidas, em número finito, que lhes conferem uma certa monotonia. Em consequência, o *habitus* produz antecipações *razoáveis* (e não racionais) que, sendo o produto de disposições decorrentes da incorporação insensível da experiência de situações constantes ou recorrentes, são imediatamente adaptadas a situações novas, mas não radicalmente insólitas. Enquanto dis-

⁵³ Cf. P. Bourdieu. *Algérie 60*, *op. cit.*

posição para agir, que é o produto de experiências anteriores em situações semelhantes, ele assegura um domínio prático das situações de incerteza e institui uma relação para com o futuro que não é a do projeto, como intenção de possíveis, podendo igualmente acontecer ou não, mas a da antecipação prática que, descobrindo, na objetividade mesma do mundo, o que se apresenta como a única coisa a fazer, e tomando o “porvir” como um quase presente (e não como um futuro contingente), é completamente estrangeira à lógica puramente especulativa de um cálculo dos riscos, capaz de atribuir valores às diferentes possibilidades existentes. Mas o *habitus* é também, como já se viu, um princípio de diferenciação e de seleção que tende a conservar o que o confirma, afirmando-se, assim, como uma potencialidade que tende a assegurar as condições de sua própria realização.

Do mesmo modo que a visão intelectualista da ortodoxia econômica reduz o domínio prático das situações de incerteza a um cálculo racional dos riscos, com a ajuda da teoria dos jogos, ela constrói a antecipação das condutas do outro como um tipo de cálculo das intenções do adversário, concebidas por hipótese como intenções de enganar, em particular a respeito de suas intenções. Na verdade, o problema que a ortodoxia econômica resolve pela hipótese ultra-intelectualista do *common knowledge* (eu sei que tu sabes que eu sei) é resolvido, na prática, pela *orquestração dos habitus*, que permite, na medida mesma de sua congruência, antecipar o comportamento dos outros. 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*.

Uma ilusão bem fundada

Assim, a teoria do *habitus* permite *explicar a verdade aparente da teoria que ela desmente*. Se uma hipótese tão irrealista como aquela que fundamenta a teoria da ação ou da antecipação racional pode parecer validada pelos fatos, é porque, em razão da correspondência entre as disposições e as posições, os agentes

formulam, na grande maioria dos casos (as exceções mais evidentes sendo os subproletários, os desqualificados e os trãnsfugas, que o modelo permite, aliás, explicar), esperanças razoáveis, isto é, ajustadas às probabilidades objetivas – e quase sempre controladas e reforçadas pelo efeito direto dos controles coletivos, como os que a família exerce, notadamente. A teoria do *habitus* permite até entender por que uma teoria tão fictícia e forçada como a do “indivíduo representativo”, fundada sobre a hipótese de que o conjunto agregado das escolhas de todos os agentes diferentes de uma mesma categoria, os consumidores, por exemplo, se comporte, a despeito de sua extrema heterogeneidade, como a escolha de um “indivíduo representativo” – padrão, que maximizaria sua utilidade e que pode, em todo caso, ser tratado como tal, não seja totalmente desmentida pelos fatos. Assim, após ter mostrado que esta ficção supõe hipóteses muito coercitivas e muito especiais, que nada permite afirmar que a maximização individual engendra uma maximização coletiva e que, inversamente, o fato de que a coletividade apresente um certo grau de racionalidade não acarreta que os indivíduos ajam racionalmente, Alan Kirman sugere que se pode fundamentar uma função de demanda global, não sobre a homogeneidade, mas sobre a heterogeneidade dos agentes, um comportamento de demanda individual muito disperso podendo desembocar num comportamento de demanda agregado muito unificado e estabilizado⁵⁴. Ora, uma tal hipótese encontra um fundamento realista na teoria do *habitus* e na representação dos consumidores como um conjunto de agentes heterogêneos, com disposições e interesses diferentes (como suas condições de existência), mas ajustados, em cada caso, a condições de existência implicando probabilidades diferentes, e submetidos, desta maneira, às pressões inscritas na estrutura do campo, a do campo econômico em seu conjunto, e, também, no caso dos empresários, a do campo da empresa. Quase não há lugar, no campo econômico, para “loucuras”, e os que

⁵⁴ Cf. A. P. Kirman. L'hypothèse de l'individu “représentatif”: une analyse critique. *Problèmes Économiques*, 2325, 13 mai 1993, p. 5-14.

se entregam a elas pagam, em mais ou menos longo prazo, com seu desaparecimento o preço de seu desafio às regras e às regularidades imanentes da ordem econômica.

Ao dar uma forma explícita e sistemática à filosofia do agente e da ação que a ortodoxia econômica aceita geralmente de maneira tácita (notadamente, porque, com noções como as de preferência ou de escolha racional, ela não faz nada mais do que racionalizar representações do senso comum), os partidários da teoria da ação racional (incluindo alguns economistas, como Gary Becker) e do individualismo metodológico (como James Coleman, Jon Elster e seus epígonos franceses) fizeram aparecer, na sua completa clareza, os absurdos de uma visão tipicamente escolástica da condição humana: seu ultra-racionalismo estreitamente intelectualista (ou intelectualocêntrico) contradiz diretamente, por seu próprio excesso e sua indiferença à experiência, as conquistas mais seguras das ciências históricas das práticas humanas. Se pareceu necessário mostrar que várias conquistas da Ciência Econômica, espécie de colosso com pés de argila, são perfeitamente compatíveis com uma filosofia do agente, da ação, do tempo e do mundo social completamente diferente daquela que produzem ou aceitam habitualmente a maior parte dos economistas, não foi para respeitar um tipo de pacto de honra filosófico, mas, somente, para tentar reunificar as Ciências Sociais, trabalhando para trazer de volta a Economia à sua verdade de ciência histórica.