

Teorias das práticas na análise do consumo

Theories of practice in the analysis of consumption

Marcelo Castañeda¹
celocastaneda@gmail.com

Resumo

O artigo se volta para uma apresentação das contribuições do sociólogo inglês Alan Warde sobre as teorias das práticas, enfatizando análises que buscam compreender os fenômenos do consumo nas sociedades contemporâneas. Nesse sentido, procura discutir as noções centrais ao conceito de práticas e suas implicações nas análises da esfera do consumo. Além disso, agrega abordagens que visam constituir um aporte teórico pertinente a uma emergente sociologia do consumo.

Palavras-chave: práticas, consumo, desempenho, nexos.

Abstract

The article offers a presentation of the contributions of the British sociologist Alan Warde on theories of practice, emphasizing the analyses that seek to understand the phenomena of consumption in the contemporary societies. In this sense, it discusses the central ideas related to the concept of practice and its implications for the analysis of the sphere of consumption. Furthermore, it adds some approaches that aim to provide a theoretical basis relevant to an emerging sociology of consumption.

Key words: practice, consumption, performance, nexus.

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (CPDA/UFRRJ). Avenida Presidente Vargas, 417, 6º andar, Centro, 20071-003, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

Este artigo² se volta para uma apresentação inicial das contribuições do sociólogo inglês Alan Warde sobre as teorias das práticas. Além disso, agrega certas abordagens teóricas (Douglas e Isherwood, 2006; De Certeau, 1997; Miller, 2002) que podem mostrar como as teorias das práticas podem constituir um aporte teórico pertinente a uma emergente sociologia do consumo.

As teorias das práticas procuram entender a constituição da vida social de forma pluralista e flexível, configurando um contraponto em relação às unidades estáticas e ordens enraizadas em contextos locais, de um lado, e às complexidades acomodadas, diferenças e particularidades, de outro (Schatzki, 1996 *in* Warde, 2005). Desse modo, tanto a ordem social quanto a individualidade podem ser vistas como resultantes das práticas.

Inicialmente, destaco a distinção que Warde (2005) faz entre prática (*practice*) e práticas (*practices*). Uma prática, no singular, remete à *práxis*, uma descrição da ação humana que contrasta com a teoria ou o pensamento. Não é este o sentido aqui considerado, tendo em vista que me interesso pelas práticas, no plural, que representam aqueles comportamentos rotinizados que conectam certos elementos a outros por meio de nexos.

Neste artigo, trato das práticas como significados pelos quais fazeres e discursos permanecem juntos e coordenados, compreendendo atividades corporais e mentais, coisas e seus usos, conhecimento acumulado e inteligível, saber e estados de emoção e motivação. Assim, se as práticas compreendem fazeres e discursos, uma análise sociológica deve se voltar para as atividades práticas e suas representações (Schatzki, 1996 *in* Warde, 2005).

Nesse sentido, duas noções se mostram centrais ao conceito de práticas. A primeira é a noção de entidade coordenada, que compreende os nexos de fazeres e de discursos desdobrados no tempo e dispersos no espaço. Tais nexos se conectam por meio de três elementos: os *entendimentos* sobre o que dizer e fazer; os *procedimentos* explicitados por meio de regras, princípios, preceitos e instruções; e os *engajamentos* em estruturas teleológico-afetivas que compreendem fins, projetos, questões, propósitos, crenças, emoções e ânimos.

A outra noção é a de desempenho, ou seja, os diferentes modos de compreender uma multiplicidade de ações simples e constantes que se reproduzem nas práticas. Nesse sentido, o indivíduo pode ser entendido como um agente corporal e mental que segue práticas muito diferentes sem que apresentem necessariamente uma coordenação entre si (Reckwitz, 2002 *in* Warde, 2005).

As atividades mentais convencionadas como entendimentos, conhecimentos e desejos configuram elementos e qualidades das práticas nas quais os indivíduos participam, e não uma quali-

dade individual. Desse modo, Warde (2005) compreende as práticas como entidades coordenadas que requerem um desempenho para existirem, pois só existe desempenho relacionado às práticas.

Trata-se, então, de formas sociais rotinizadas, com as quais é possível compreender o movimento dos corpos, o manuseio dos objetos, o tratamento dos sujeitos, a descrição das coisas e o entendimento do mundo. Com isso, falar em "práticas sociais" torna-se tautológico na medida em que todas as práticas são sociais, pois envolvem as crenças e entendimentos que aparecem em diferentes locais e pontos do tempo, levadas pelos diferentes corpos e mentes denominados indivíduos. Warde (2005) procura ampliar o conceito de práticas ao distinguir entre práticas dispersivas e integrativas.

A descrição e formulação de regras, a explicação e imaginação na vida social caracterizam o desempenho em práticas dispersivas, que exige, de início, um entendimento sobre as formas de se apropriar de uma explanação. Além disso, certas habilidades se fazem necessárias para identificar uma explanação, quando esta acontece, a fim de elaborar outra explanação que responda àquela apropriada inicialmente. Nesse caso, o entendimento inicial destas práticas remete a um "como fazer algo", bem como à capacidade de partilhar práticas coletivas. Trata-se de um desempenho em contextos específicos e uma série de entendimentos comuns que constituem uma esfera de reconhecimento de um ato particular como explicação.

Por outro lado, as práticas integrativas são as "mais complexas encontradas, constitutivas de domínios particulares da vida social" (Schatzki, 1996 *in* Warde, 2005, p. 98). Entre elas, Warde (2005) relaciona o cultivo agrícola, a compra, o cozinhar e a condução de negócios. Em algumas formas especializadas, também podem incluir-se práticas dispersivas, como, por exemplo, uma parte dos discursos e fazeres do entendimento das práticas de cozinhar ou mesmo a habilidade de seguir as regras destas práticas e seus engajamentos particulares.

Os elementos destacados até aqui remetem a um aporte filosófico das práticas, que se caracteriza pela idealização, abstração e pouca atenção dada aos processos sociais de criação e reprodução das práticas. Entretanto, a sociologia lida com situações de permanência e mudança das práticas e de seus participantes. A perspectiva de Warde (2005) torna-se interessante por destacar os diferentes nexos de fazeres e discursos presentes nos desempenhos de indivíduos e grupos em práticas semelhantes, bem como os conflitos sociais e alianças políticas inerentes ao desempenho e reorganização das práticas.

Dessa maneira, uma análise dos fenômenos do consumo à luz de teorias das práticas envolve noções não instrumental-

² O presente artigo foi elaborado a partir da Dissertação de Mestrado *Ambientalização e Politização do Consumo e da Vida Cotidiana: uma Etnografia das Práticas de Compra de Alimentos Orgânicos em Nova Friburgo/RJ* (Castañeda de Araujo, 2010), elaborada no âmbito do CPDA/UFRRJ sob orientação da Dra. Fátima Portilho. Nela, o autor articula noções e conceitos das teorias das práticas para analisar as práticas de compra de alimentos orgânicos como parte dos processos de ambientalização e politização da esfera do consumo e da vida cotidiana (Portilho, 2005). Esta Dissertação recebeu o prêmio da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS) como melhor dissertação no biênio 2008-2010.

zadas de conduta que observam as regras da rotina, da emoção, do materialismo e do desejo. Muitas práticas estão envolvidas no consumo, que, portanto, não pode ter uma definição restrita, considerando apenas a troca nos mercados. Com isso, Warde (2005, p. 137) entende que o “consumo não é uma prática, mas um momento em praticamente todas as práticas”.

O consumo pode ser entendido como um processo em que os consumidores constituem os agentes das práticas de consumo e se engajam em atos de apropriação e apreciação de bens, serviços, experiências, informações ou ambientes, comprados ou não. Para tal, apresentam algum grau de discernimento para atender a propósitos diversos: utilitários, expressivos ou contemplativos, entre outros. Assim, o consumo é considerado uma prática dispersiva porque ocorre frequentemente e em diferentes lugares, muito além do que as pessoas podem registrar ou refletir.

No entanto, as declarações envolvendo o termo “consumo” repetidamente fazem referência a compras e aquisições. As práticas de compra são integrativas porque envolvem nexos de fazeres e discursos que estão relacionados tanto com o que as pessoas gostam ou odeiam comprar quanto com a disposição de algumas pessoas em evitar comprar. Por outro lado, o consumo constitui um fenômeno inescapável e momentâneo, que ocorre frequentemente e sem muita importância para grande parte das pessoas.

As práticas também se diferenciam internamente em muitas dimensões. Elas não representam um plano uniforme em que os agentes participam da mesma forma, mas um domínio de especialização e dedicação que compreende diferentes competências e capacidades.

Para uma análise das capacidades dos agentes, Warde (2005) propõe sete diferentes antinomias, que diferenciam os agentes que partilham de certas práticas: (a) antigos e iniciantes; (b) teóricos e técnicos; (c) generalistas e especialistas; (d) conservadores e radicais; (e) visionários e seguidores; (f) exímios conhecedores e relativamente ignorantes; (g) profissionais e amadores. Estas antinomias parecem ser relevantes para entender aspectos como o papel dos participantes ou a estrutura de suas posições nas práticas que participam.

Além dessas antinomias, o autor indica que existe uma diferenciação na base da contribuição potencial dos participantes para a reprodução e desenvolvimento das práticas. Com isso, lança mão de categorias como *insiders*, regulares, turistas e estrangeiros para caracterizar os diferentes níveis de investimento de cada um dos agentes em qualquer universo particular de práticas com um valor específico³.

Assim, as diferenças entre os nexos de fazeres e discursos destes participantes – seus entendimentos, os procedimentos que eles adotam e os engajamentos que aspiram – podem variar, independentemente de um ou outro elemento destes nexos, dentro dos grupos de participantes, em função das suas diferentes formas de aprendizagem.

A proposta analítica de Warde (2005) passa, então, pela necessidade de empreender um exame detalhado de como os nexos – entendimentos, procedimentos e engajamentos – são adquiridos e, então, adaptados para desempenhos específicos. Nesse sentido, as práticas possuem desenvolvimentos e histórias que podem oferecer respostas para entender, por exemplo, por que as pessoas fazem o que fazem e da forma que fazem.

Por serem socialmente construídas, envolvendo regras de aprendizado coletivo na construção de competências, as práticas têm no poder um elemento importante na formação de condutas justificáveis. Com isso, a implicação principal das teorias das práticas é que os recursos de mudança de comportamento aparecem espalhados no desenvolvimento das práticas cujo conceito combina a capacidade de ser simultaneamente responsável pela reprodução e pela inovação na sociedade.

O potencial de reprodução social das práticas pode ser encontrado nas codificações formais e informais que governam as condutas sem que seus participantes apresentem reflexão ou consciência, caracterizando certa inércia. Nas teorias das práticas⁴, a ênfase em processos como hábitos, rotinas, consciência prática, conhecimento tácito e tradição, entre outros, torna o desempenho em determinadas práticas algo que não é completamente consciente nem refletido.

Por outro lado, Warde (2005) assinala que práticas semelhantes podem apresentar desempenhos diferenciados se os elementos dos nexos de fazeres e discursos – entendimentos, convenções e aspirações – se distribuírem diferentemente entre os participantes. Assim, estes desempenhos podem ser observados como um conjunto de práticas satisfatórias ou ótimas, adequadas ou melhores que outras. Isso indica que as práticas também possuem um potencial de inovação em função de dinâmicas pelas quais as pessoas adaptam, improvisam e experimentam em diversas situações.

Este duplo potencial, e em especial a possibilidade de inovação, muda a perspectiva pela qual, por exemplo, a produção afeta o consumo e vice-versa. Dessa forma, o aporte teórico proposto por Warde (2005) permite entender que os efeitos

³ Ao compreender as disputas sobre o gosto como resultado da diferenciação interna das práticas, Warde (2005) se distancia de Bourdieu, que foca o contraste da classificação social como um processo de acesso e assimilação às práticas e os recursos externos que remetem a posições diferentes nos campos. Com esta crítica, o autor dá mais atenção do que Bourdieu aos efeitos de disposições genéricas e transitórias em detrimento da organização das práticas, encobrindo a distinção entre entendimentos, procedimentos e engajamentos na medida em que as disputas sobre o gosto parecem ter suas dinâmicas independentes das práticas.

⁴ Giddens (1984 in Warde, 2005), por exemplo, destaca o papel central das rotinas, mesmo sem uma capacidade de monitoramento reflexivo do desempenho com o qual a disposição dos agentes para a ação em práticas específicas apresenta-se consolidada e incorporada. Com isso, as rotinas são emocionais e corporais tanto quanto a base cognitiva do comportamento. O conceito de *habitus* de Bourdieu também apresenta um sentido de disposições incorporadas e estruturadas, que vê as convenções como um elemento central para entender o significado do engajamento nas práticas.

da produção sobre o consumo, e vice-versa, são mediados pelos nexos de fazeres e discursos das práticas. Entretanto, qual a posição dos indivíduos nas teorias das práticas?

Consumo: esfera individual e multiplicidade das práticas

O antropólogo inglês Daniel Miller ressalta a impossibilidade de generalizações ou teorias simples sobre o consumo em função (a) do caráter diverso da soma total de mercadorias disponíveis; (b) da variedade das origens da produção; (c) da pouca uniformidade dos interesses envolvidos nas fases de concepção, produção, design e promoção das mercadorias; e (d) dos diferentes contextos social e cultural do uso e consumo dessas mercadorias (Miller, 2001 *in* Portilho, 2005).

Por outro lado, o aporte teórico de Warde (2005) aponta o engajamento individual como o elemento capaz de explicitar a natureza do consumo e a manifestação das práticas. O consumo contribui mais para acessar um conjunto de recursos variados do que para satisfazer um fim em si. Assim, as conexões entre as mudanças das práticas e da demanda por mercadorias revelam um campo de forças em que as práticas surgem como caminho e razão dos benefícios advindos dos momentos de consumo. Com isso, se as práticas oferecem diferentes recursos, os efeitos do consumo estabelecem significados por meio dos desempenhos em práticas, tornando possível uma avaliação sistemática.

De um lado, os recursos internos das práticas podem ser considerados em função de sua complexidade. A tradição da psicologia, por exemplo, indica que a proficiência das práticas se dá por meio de recursos psicológicos, fazendo com que algumas práticas sejam vistas como mais complexas do que outras, especialmente quando oferecem maiores oportunidades de participação em suas experiências.

No extremo oposto, os recursos externos acessados pelos participantes podem se relacionar com o prestígio das práticas que eles acessam. O reconhecimento da arbitrariedade do componente cultural das práticas faz com que, no campo do poder, os grupos dominantes excluam os demais da possibilidade de envolvimento em atividades que representam algo importante para eles porque se trata de uma experiência social pessoalmente prestigiosa que gera distinção social (Bourdieu, 2008).

Entretanto, apesar da força apresentada por ambas as vertentes acima destacadas, os agentes individuais não parecem ser tão autônomos ou idiotizados a ponto de se conformarem às normas e entender o mundo e a eles próprios de acordo com práticas particulares (Reckwitz, 2002 *in* Warde, 2005). Pelo fato de existirem diversas práticas e porque todo agente individual se envolve com uma multiplicidade de práticas, a esfera individual pode muito bem ser vista como o ponto de cruzamento das práticas e rotinas corporais e mentais.

O indivíduo aparece como um ponto de interseção de muitas práticas, e, se estas são alicerces do consumo, surge, portanto, uma nova perspectiva para entender o comportamento

dos consumidores na medida em que todo indivíduo adquire bens para participar de diferentes práticas. Assim, os padrões de consumo — usos, gastos, posses, atividades culturais, entre outros — podem ser explicados e atribuídos, em parte, ao volume destas práticas e o comprometimento com as mesmas.

Dessa forma, engajamentos sequenciais e simultâneos em práticas diferentes não caracterizam necessariamente uma tendência de fragmentação do *self*. Warde (2005) descarta a possibilidade de dissolução, fratura ou saturação do *self*, como sugerido pela abordagem pós-moderna, bem como a adaptação psicológica a um mundo pós-moderno.

Para o autor, dependendo da extensão das redes sociais e consistência das normas de práticas diferentes entre si, estes desempenhos são consequências da organização social das práticas, que compreendem múltiplos nexos de fazeres e discursos, bem como locações diferenciadas em uma pluralidade de práticas. Isso mostra a importância de reconhecer a variedade de extensões em que as práticas são partilhadas e entendidas por um público.

Com isso, Warde (2005) enxerga as práticas como os principais elementos do consumo, pois configuram o principal recurso explanatório deste campo, constituindo o primeiro recurso do desejo, do conhecimento e do julgamento. Por isso, uma mudança nas posições das práticas tem como reflexo uma mudança correspondente nas formas de consumo de objetos e experiências.

Nesse sentido, as convenções e os padrões das práticas dirigem os comportamentos, enquanto as práticas, mais do que os desejos individuais, criam os "quereres". Mais do que uma decisão individual ou pessoal sobre uma conduta, as práticas expressam a natureza e o processo do consumo, que ocorre dentro e no fim das mesmas na medida em que os itens consumidos são usados no curso do desempenho de práticas particulares.

Esta visão é consistente tanto com a abordagem do consumo como rotina ordinária, coletiva e convencional, características inerentes à maior parte dos consumos, quanto com a diferenciação interna das práticas, na qual pessoas, em diferentes situações, participam de uma mesma atividade de forma diferenciada. Com isso, Warde (2005) apresenta três importantes considerações para o desenvolvimento de uma sociologia do consumo.

Primeiramente, muitos desempenhos em uma mesma prática não são idênticos. O autor enfatiza o desenvolvimento coletivo dos modos de conduta da vida cotidiana em detrimento das escolhas individuais. Desse modo, o foco analítico muda das necessidades insaciáveis dos indivíduos, expressões pessoais e escolhas constrangidas para convenções institucionalizadas da cultura, competências sociais e participações disciplinadas.

A própria ideia genérica de "consumidor" — desenvolvida pela disciplina da economia, mas que seduz grande parte dos sociólogos e cientistas políticos — desaparece uma vez que a organização das práticas e os momentos de consumo se impõem frente aos indivíduos. Warde (2005) rejeita a ideia de que as pessoas encaram os momentos de consumo como atores racionais

soberanos ou como ingênuos manipulados. Por isso, apesar de compreenderem algumas características locais, desarticuladas e compartimentalizadas do mundo social que podem ser identificadas no diagnóstico da condição pós-moderna, as teorias das práticas não renunciam à dimensão analítica.

Por sua vez, o consumo não é uma atividade coerente e unificada, nem mesmo uma prática integrativa na medida em que a diferenciação social evidencia um contraste de entendimentos, de níveis de competência prática e de graus de envolvimento que geram variações de comportamento. Dessa forma, a hierarquia das práticas torna-se uma questão empírica de investigação sobre os benefícios internos e externos maiores para pessoas em posições particulares em práticas como, por exemplo, a compra de alimentos orgânicos.

Uma segunda consideração se refere à diferença entre as teorias das práticas e as abordagens que entendem o consumo essencialmente como uma forma de comunicação. O paradoxo do reconhecimento faz com que as pessoas possam acreditar que emitem uma mensagem através de seus comportamentos e adereços e, mesmo assim, esta mensagem pode se tornar incompreensível para grande parte da audiência que observa o seu desempenho (Campbell, 1995 *in* Warde, 2005).

A limitação da capacidade comunicativa do consumo se relaciona com a constatação de que mensagens dirigidas a estranhos podem falhar, pois (i) uma ação pode ser inteligível sem ter um significado agregado; (ii) possuir um significado não é a mesma coisa que constituir uma mensagem; e (iii) receber uma mensagem não leva à existência de uma intenção de enviar uma mensagem (Campbell, 1995, 1998 *in* Warde, 2005). As teorias das práticas compreendem e acomodam estes pontos sem romper com a apreciação dos significados e entendimentos, *know-how* e julgamentos.

Uma terceira consideração envolve a construção interna de juízos de desempenho. As pessoas se envolvem em práticas que apresentam uma proeminência crescente e, para tal, requerem a utilização de diferentes níveis de recursos internos e externos. Paradoxalmente, as pessoas procuram por ganho material, mesmo que aparentemente sejam "menos exibidas" socialmente. O lugar em práticas diferenciadas, pagando pela posse e controle de bens e serviços, continua sendo a base para o contentamento, a aceitação social e o reconhecimento.

Nesse sentido, a multiplicidade das práticas indica o entendimento de pessoas que não mostram descontentamento mesmo sem ter acesso a práticas caras ou que confirmam status, pois, independente de onde estas práticas desenvolvam uma hierarquia de prestígio, existem benefícios internos que derivam dos seus participantes individuais.

Warde (2005) defende que um olhar sobre as práticas aponta para a importância das seguintes problemáticas de pesquisa: Em que práticas os diferentes indivíduos se engajam? Quais as combinações típicas de práticas? Como os indivíduos se posicionam nas práticas sociais em que participam? Como suas posições são homólogas nestas práticas? Que nível de compromisso é demonstrado em diferentes práticas?

Dessa maneira, o consumo pode ser entendido como um fenômeno social multidimensional que se manifesta como um conjunto de práticas. Warde (2005) explica a natureza e os processos deste fenômeno pela participação individual em práticas que podem assumir diferentes significados. A seguir, destaco três abordagens que apresentam sintonia com a proposta de Warde (2005), ressaltando aspectos como: a comunicação de mensagens, a marcação de relações sociais e a hostilidade cultural (Douglas, 1997; Douglas e Isherwood, 2006); as táticas criativas de bricolagem enquanto práticas que exprimem resistência, revanche ou vingança (De Certeau, 1994); e o amor e a devoção nas práticas de compra, vistas de forma análoga aos rituais de sacrifício (Miller, 2002).

Comunicação, marcação social e hostilidade cultural

Os bens podem ser considerados como manifestações concretas de práticas e rituais sociais de seus usuários, tendo como finalidade principal servir à comunicação na medida em que conseguem tornar visíveis e estáveis as categorias culturais. Com isso, Douglas e Isherwood (2006) percebem o consumo como parte integrante do sistema social e da necessidade social de mediar o relacionamento entre as pessoas por meio dos bens, constituindo um ritual cuja função é dar sentido ao fluxo dos acontecimentos, sendo que os bens são assessorios deste ritual.

O ato de comprar e a distribuição das compras pela casa são recursos que podem ser usados para pensar o corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os participantes da cena social. Nesse âmbito, uma análise dos bens como conjuntos de significados coerentes e intencionais possibilita afirmar a hierarquia de valores de quem os escolheu.

A análise estrutural procura um padrão total do consumo como comunicação, o que faz como que o significado de cada bem só apareça em relação ao "todo". Assim, os bens são neutros, mas seus usos são sociais e, portanto, podem ser usados como pontes ou cercas (Douglas e Isherwood, 2006).

Como pontes, os bens fornecem serviços de marcação em rituais de consumo, tais como a amizade e a integração social, pois seu uso público é dotado de valor pela concordância dos outros consumidores. Cada pessoa constitui, simultaneamente, uma fonte e um objeto de julgamentos, e encontra-se inserida em um esquema de classificação que, em parte, é estabelecido por meio de suas próprias discriminações. Assim, o principal objetivo de um consumidor passa a ser ganhar ou manter o controle das fontes de informação, assegurando suas interpretações racionais.

Logo, os bens integram a cultura material, pois a racionalidade humana negocia as estruturas organizadoras na medida em que o ser humano é responsável por recriar continuamente o universo em que a escolha pode acontecer. Os seres humanos conseguem dar sentido ao mundo, interpretando-o sensivelmente. Por isso, os bens constituem um sistema de informações em que todos são portadores de significado, mas nenhum o é por si mesmo, pois o significado está nas relações entre todos os bens.

Como cercas, as escolhas de consumo também se relacionam à hostilidade cultural. Os bens podem ser usados para criar barreiras, pois a cultura é um conjunto de princípios que justificam reunir apoio e solidariedade e um conjunto de sinais de "entrada proibida" (Douglas, 1997). Nesse sentido, o protesto é um aspecto do consumo que revela a coerência de um consumidor que age racionalmente.

Se uma cultura é composta por uma miríade de escolhas individuais, os bens aparecem como contribuições positivas para a vida racional, pois um "pensar racionalmente" depende de um mundo inteligível, que se materializa por meio de objetos – suas marcas visíveis. As culturas e os estilos de vida estão sempre em conflito entre si na proporção em que a escolha de bens é uma escolha entre culturas, em que escolher uma, significa rejeitar as outras.

Resistência, revanche e vingança: uma produção escondida

Se o consumo pode ser entendido como uma prática que envolve revanche ou vingança, cabe destacar a abordagem de De Certeau (1994), que procura entender tanto as estratégias sofisticadas adotadas por "forças militares dominantes" do campo da produção, que "miram" seus adversários, os consumidores, quanto às manobras ou táticas empregadas neste "campo subordinado" do consumo como forma de resistência.

Este autor considera a estratégia como um cálculo das relações de forças que se torna possível a partir do momento em que um sujeito de querer-poder é isolável de um ambiente qualquer e, assim, postula um lugar capaz de ser um "próprio". Isso denota uma vitória do lugar sobre o tempo e serve de base a uma gestão de suas relações com uma exterioridade distinta.

Por outro lado, a tática remete a um cálculo que não pode contar com um campo "próprio", nem com uma fronteira que distingue o "outro" como totalidade visível, pois só tem por lugar aquele que é desse "outro". Isso leva a uma insinuação fragmentária que não apreende esse "outro" por inteiro nem o retém à distância.

Nessa perspectiva, quem se encontra no "campo subordinado" não capitaliza proveitos, prepara extensões ou mesmo assegura sua independência, pois está em um "não lugar" e depende do tempo para captar possibilidades de ganho, que não consegue guardar. Com isso, transforma conhecimentos em ocasiões nas quais os fracos tiram partido de forças que lhes são estranhas por meio da combinação de elementos heterogêneos em uma síntese intelectual, que compreende, ao mesmo tempo, uma decisão, um ato e uma maneira de aproveitar a ocasião.

A relação social surge como determinante da individualidade, sendo vista como uma esfera de atuação de determinações relacionais, caracterizada por uma pluralidade incoerente. De Certeau (1994) procura explicitar as combinatórias desta "cultura ordinária do fraco", procurando os modelos de ação ca-

racterísticos dos consumidores, que são entendidos mais como usuários do que como dominados. O autor percebe uma produção específica dos consumidores, que vai além da formalidade das práticas, possuindo duas determinações que permitem sua articulação.

Uma delas é o consumo visto como uma "produção escondida", astuciosa, dispersa, silenciosa e quase invisível, pela qual os usuários fazem uma bricolagem com e na economia cultural dominante por meio de metamorfoses da lei, segundo seus interesses e regras, compreendendo procedimentos, efeitos, bases e possibilidades. A outra envolve os modos de proceder da criatividade humana, ou seja, as "maneiras de fazer", as práticas de reapropriação do espaço organizado pelas técnicas de produção sociocultural por meio de uma multiplicidade de táticas articuladas sobre os detalhes do cotidiano.

Todo este conjunto forma uma "antidisciplina", a qual combina os modos de proceder com as astúcias dos consumidores. De Certeau (1994) entende que as táticas do consumo podem configurar engenhosidades do fraco para tirar partido do forte, caracterizando uma politização destas práticas. Assim, os consumidores aparecem como produtores desconhecidos de trajetórias que desenham astúcias de interesses e desejos, e não podem ser determinados ou captados pelos sistemas que desenvolvem os produtos consumidos por eles. Este contexto deriva da bricolagem, da inventividade artesanal e da discursividade, que combinam os elementos recebidos, utilizando-os em uma trajetória que evoca um movimento e a projeção de uma redução sobre um plano, ou seja, uma transcrição em atos.

O autor identifica uma multiplicação destas táticas nas sociedades contemporâneas devido ao esfacelamento das estabilidades locais, que saem de órbita e tornam-se errantes. Com isso, o estatuto de atomização social dos indivíduos confere pertinência política ao sujeito, pois os consumidores passam a criar maneiras de se reapropriar do sistema produzido, constituindo terapêuticas de socialidades deterioradas por meio de técnicas de reemprego, em que se reconhecem os procedimentos das práticas.

De Certeau (1994), portanto, elabora uma política das astúcias como representação política de alianças microscópicas, multiformes e inumeráveis, entre a manipulação e o gozo, presentes na realidade fugidia e massiva de uma atividade social que joga com a sua ordem. Assim, o ordinário surge como um novo (anti) herói.

Amor e devoção nas compras como rituais de sacrifício

Em uma etnografia das compras, Miller (2002) seguiu os agentes que praticavam compras em uma rua no norte de Londres, interpretando o ato de comprar de forma homóloga ao ritual do sacrifício na medida em que estes atos dependem da intermediação dos objetos e possuem três estágios. O primeiro remete a um discurso do excesso com uma visão de consumo

transgressivo e destrutivo. O segundo estágio nega o primeiro e operacionaliza o *habitus* da devoção, no caso do sacrifício, pelo envio da fumaça até a divindade, sendo que, no caso da compra, isso se dá pela transformação do dispêndio em poupança. Por fim, o terceiro estágio retorna aos relacionamentos profanos do amor e da ordem social.

O sacrifício, da mesma forma que um ato de consumo, evoca o dispêndio do que foi criado ou coletado como uma transformação que confirma a interposição do sagrado na transcendência dos processos produtivos em consumo. Desse modo, representa a destruição violenta de um recurso — que poderia ser útil de outra forma — em um ato de dispêndio.

Embora o ritual evoque um discurso de transgressão, "sua finalidade é negar essa possibilidade e garantir que o sacrifício volte a ser um relacionamento ordenado com o divino" (Miller, 2002, p. 107). Com isso, a transgressão representada pelo consumo profano de mercadorias e pela destruição violenta das vítimas como espetáculo, é evitada com a realização do sacrifício, pois o rito subjuga e suprime a transgressão potencial.

O primeiro estágio consiste na simples retirada de materiais e ações do mundo profano, a fim de prepará-los para sua entrada no reino do sagrado. Entretanto, como o sacrifício deve ser considerado como um todo, seu começo violento ou transgressor passa a constituir um rito dedicado ao restabelecimento da ordem e das estruturas convencionais do mundo. Nesse sentido, o sacrifício é uma prática que nega o próprio discurso, tendo em vista que o trabalho necessário para obter o dinheiro que será gasto poderá estar carregado com ressentimentos, conquistas e outras experiências provenientes do trabalho, pois "todo esse trabalho prévio é primeiramente reduzido à abstração do dinheiro" (Miller, 2002, p. 108).

Miller (2002) critica o movimento ecológico em função da imagem de violência evocada em um discurso do sacrifício, que transforma o consumismo na imagem primordial da destruição do mundo. O consumo representa, assim, um violento saque dos recursos naturais da Terra, uma destruição desprovida de sentido. No discurso ecológico, os consumidores deixam de ser vítimas iludidas do capitalismo e são vistos como irresponsáveis que pilham e exaurem o planeta para satisfazer seus desejos insaciáveis, além de se tornar coniventes com o capitalismo, que é considerado um meio para alcançar seus fins.

Entretanto, para ser análogo ao sacrifício, o ato de comprar deve passar por uma cisão entre a preocupação com as consequências profanas ou sociais e a constituição de uma meta transcendental equivalente ao receptor divino do sacrifício. Desse modo, a essência do ato de comprar deve ser separada dos elementos mundanos e das consequências do comprar.

Portanto, a economia — entendida como poupança — cria o sentido geral de uma meta mais importante do que uma gratificação imediata como, por exemplo, uma força transcendental ou um propósito futuro que justifique o adiamento. A poupança pode ser tão profana que se torna mais eficaz no repúdio do mero utilitarismo do que a destruição do primeiro estágio. Dessa forma, o segundo estágio envolve uma separação

entre a preocupação com as finalidades sociais e profanas. Com isso, estabelece uma preocupação superior, direcionada a uma consciência centrada no divino.

O terceiro estágio é marcado pelo distanciamento do relacionamento com o divino e um retorno às relações com a sociedade profana e consequências sociais do sacrifício. Neste estágio final do consumo, o poder transcendental confirma e reifica as relações sociais do grupo. A economia, como elemento transcendental de devoção generalizada, se transforma na expressão de um amor devocional, que é direcionado pela mulher como instrumento contínuo de amor a quem ela devolveu as sobras do sacrifício sob a forma de compra. Assim, dialeticamente, o amor passa a ser a transformação particular de uma devoção generalizada.

Dessa forma, o ato de comprar e o ritual do sacrifício surgem como atividades que constroem o divino frente a um sujeito que deseja. A compra pode, assim, constituir relações importantes para as donas de casa, que se sentiam responsáveis ao selecionarem mercadorias educativas, edificantes e moralmente superiores. A compra praticada para o abastecimento rotineiro do lar consiste em um dos meios fundamentais para construir relacionamentos de amor e carinho na vida prática. Com isso, se uma compradora deseja que os outros queiram e apreciem o que ela leva para o seu lar, o ato de compra pode refletir uma busca residual por um relacionamento transcendental.

Dessa maneira, o ato de "comprar é antes de mais nada um ato de amor" (Miller, 2002, p. 32), refletindo um modo maior de manifestar e reproduzir o amor como valor cosmológico e transcendental na medida em que decisões diárias são consideradas como questões morais sobre as ações. As relações da compradora refletem suas crenças mais gerais sobre como as relações sociais devem parecer e como devem ser levadas. Ainda que sua compra se dirija para outras pessoas, a cosmologia e a transcendência sugerem valores duradouros contrários às contingências cotidianas.

O amor representa um tipo particular de identificação e ligação que se relaciona com um retorno às práticas devocionais, cosmológicas e religiosas. O autor assinala um deslocamento da atenção das práticas de compra como expressão de subjetividade individual e identidade para uma manifestação de parentesco e outros tipos de relacionamento cujos ideais são assegurados pelo amor.

Miller (2002) mostra que, quando as mercadorias foram alienadas pelas forças de produção e distribuição, elas emergiram com flexibilidade e abundância, reificando os relacionamentos. Entretanto, atualmente, depois de se tornarem transitórios e ambivalentes, os relacionamentos passaram a saturar as mercadorias com seus projetos de criação de valor por meio do consumo. Desse modo, não é a oferta que importa na escolha das mercadorias, mas a habilidade de quem consome em lidar com as ambivalências e ansiedades dos relacionamentos em que se insere.

O autor entende uma articulação entre os atos de compra e o capitalismo, que é mediada por relações sociais flexíveis, tendo nas mercadorias um meio de constituição expressiva. Com isso, o sentido de valor em direção aos consumidores se amplia quando são entendidos como sujeitos do capitalismo, mesmo

sem expressar um espírito capitalista, uma vez que este sistema possui uma lógica própria e independente de expansão.

Considerações finais

Nesta seção final, apresento uma síntese do que foi explicitado neste artigo e afirmo que as práticas podem ser entendidas como fazeres e discursos encontrados em atividades práticas e representações da vida social vistas como formas sociais rotinizadas que possuem duas noções centrais. A primeira é a de entidade coordenada de nexos de fazeres e dizeres no tempo-espço. Estes nexos possuem três elementos: entendimentos, engajamentos e procedimentos. A segunda noção central é a de desempenho. Estas noções se interrelacionam, pois as práticas como entidades coordenadas requerem um desempenho para existirem, bem como só existe desempenho relacionado às práticas.

Warde (2005) procura ampliar o conceito ao distinguir entre práticas dispersivas – que compreendem um “como fazer” e o partilhamento coletivo – e integrativas, que constituem domínios particulares da vida social, podendo incluir práticas dispersivas. Torna-se importante entender que as diferenças entre os nexos de fazeres e discursos das práticas podem variar dentro dos grupos de agentes, independentemente de um ou outro elemento destes nexos, em função das diferentes formas de aprendizagem destes agentes. Para isso, torna-se necessário um exame detalhado de como os nexos são adquiridos e, então, adaptados para desempenhos específicos. Warde (2005) realça, assim, o potencial de inovação, que se agrega ao potencial de reprodução das práticas.

No que diz respeito ao consumo – uma prática dispersiva, diferentemente da compra, uma prática integrativa –, o autor propõe antinomias diferenciadoras dos agentes que partilham de determinadas práticas, indicando a existência de uma diferenciação na base da contribuição potencial destes agentes para a reprodução e desenvolvimento das práticas. Nesse sentido, Warde (2005) assinala o engajamento individual como o elemento capaz de explicitar a natureza do consumo e a mani-

festação das práticas nesta esfera. O indivíduo aparece como um ponto de interseção de muitas práticas.

Por fim, o autor traz três considerações para uma sociologia do consumo: (i) remete a muitos desempenhos em uma mesma prática não são idênticos; (ii) diferencia as teorias das práticas das abordagens que entendem o consumo essencialmente como uma forma de comunicação; (iii) destaca a construção interna de juízos de desempenho.

Com isso, Warde (2005) entende o consumo como um fenômeno social multidimensional que se manifesta como um conjunto de práticas. Dessa forma, procurei apresentar três diferentes abordagens (Douglas, 1997; Douglas e Isherwood, 2006; De Certeau, 1994; Miller, 2002) que apresentam sintonia com as teorias das práticas.

Referências

- BOURDIEU, P. 2008. *A distinção*. São Paulo, Zouk, 560 p.
- CASTAÑEDA DE ARAUJO, M. 2010. *Ambientalização e politização do consumo e da vida cotidiana: uma etnografia das práticas de compra de alimentos orgânicos em Nova Friburgo/RJ*. Rio de Janeiro, RJ. Dissertação de mestrado. UFRRJ, 135 p.
- DE CERTEAU, M. 1994. *A invenção do cotidiano: 2. morar, cozinhar*. Petrópolis, Vozes, 350 p.
- DOUGLAS, M. 1997. In defense of shopping. In: P. FALK; C. CAMPBELL, *The shopping experience*. London, Sage, p. 15-30.
- DOUGLAS, M.; ISHERWOOD, B. 2006. *O mundo dos bens: por uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro, Ed. UFRJ, 304 p.
- MILLER, D. 2002. *Teoria das compras. O que orienta as escolhas dos consumidores*. São Paulo, Nobel, 192 p.
- PORTILHO, F. 2005. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo, Ed. Cortez, 256 p.
- WARDE, A. 2005. *Consumption and theories of practice*. *Journal of Consumer Culture*, 5(2):131-153.
<http://dx.doi.org/10.1177/14695405050503090>

Submetido em: 16/10/2010

Aceito em: 24/11/2010