



Link: <https://periodicos.fclar.unesp.br/redd/index>

GRANDE PERFORMATIVIDADE E ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Gabriela Lanza Porcionato¹; Lucas Vasques²

DOI: <https://doi.org/10.32760/1984-1736/REDD/2019.v11i2.13853>

Palavras-chave

Sociologia Econômica
Economia Comportamental
Performatividade

Keywords

Economic Sociology
Behavioral Economics
Performativity

Palabras clave

Sociología económica
Conducta económica
Performatividad

RESUMO

O artigo tem como principal objetivo destacar o caráter performativo da abordagem da economia comportamental, que vem ganhando espaço na teoria econômica, ao chamar atenção para o caráter coletivo presentes em arranjos sociais complexos, das decisões econômicas. A partir dos autores da sociologia econômica, tais como Simiand (1934), Bourdieu (2012), Garcia-Parpet (2003), Lebaron (2001), e em especial Philippe Steiner (2016), nos propomos a objetivar a chamada “nova abordagem econômica” da economia comportamental, principalmente as reflexões presentes em “Nudge” (SUNSTEIN; THALER, 2008). Pretendemos demonstrar que o aporte teórico da Sociologia e Antropologia Econômica podem colaborar com essa discussão, pois muitas das ditas novidades que a economia comportamental trás, são historicamente discutidos por Sociólogos da Economia. Dividido em duas partes, iniciamos o debate apresentando as contribuições mais recentes da chamada economia comportamental, para em seguida, na segunda parte, abordarmos as contribuições da sociologia econômica e a performatividade presente nessa vertente teórica da economia.

ABSTRACT

GREAT PERFORMANCE AND BEHAVIORAL ECONOMY

The main objective of this article is to highlight the performativity character of the behavioral economics approach, which has been gaining ground in economic theory, by calling attention to the collective character, present in complex social arrangements, of economic decisions. Based on the authors of economic sociology, such as Simiand (1934), Bourdieu (2012), Garcia-Parpet (2003), Lebaron (2001), and especially Philippe Steiner (2016), we propose to objectify the so-called “new approach behavior” of behavioral economics, mainly the reflections present in “Nudge” (SUNSTEIN; THALER, 2008). We intend to demonstrate that the theoretical contribution of Sociology and Economic Anthropology can contribute to this discussion, since many of the so-called news that behavioral economics brings, are historically discussed by Sociologists of Economics. Divided into two parts, the first part presents the recent contributions of the so-called behavioral economics, and then, in the second part, the contributions of economic sociology and the performativity present in this theoretical aspect of economics.

RESUMEN

GRAN RENDIMIENTO Y ECONOMÍA DE COMPORTAMIENTO

El objetivo principal de este artículo es resaltar el carácter performativo del enfoque de la economía del comportamiento, que ha ido ganando terreno en la teoría económica, al llamar la atención sobre el carácter colectivo, presente en los complejos arreglos sociales, de las decisiones económicas. Con base en los autores de sociología económica, como Simiand (1934), Bourdieu (2012), García-Parpet (2003), Lebaron (2001) y especialmente Philippe Steiner (2016), proponemos objetivar el llamado “nuevo enfoque comportamiento” de la economía del comportamiento, principalmente las reflexiones presentes en “Nudge” (SUNSTEIN; THALER, 2008). Tenemos la intención de demostrar que la contribución teórica de la sociología y la antropología económica puede contribuir a esta discusión, ya que muchas de las llamadas noticias que trae la economía del comportamiento son discutidas históricamente por los sociólogos de la economía. Dividido en dos partes, la primera parte presenta las contribuciones recientes de la llamada economía del comportamiento, y luego, en la segunda parte, las contribuciones de la sociología económica y la performatividad presentes en este aspecto teórico de la economía.

¹ Doutorando no Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais pela Unesp/Araraquara. Mestre (2016) e Graduado (2014) em Ciências Sociais pela mesma instituição. ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0231-536X>. E-mail: gabiporcionato@gmail.com

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da UNESP/FCLar. Pesquisador-bolsista da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) atuante no Núcleo de Estudos e Pesquisa sobre Sociedade, Emoções, Poder, Organização e Mercado (NESPOM/UNESP). ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1124-8506>. E-mail: lucasvasques2009@gmail.com

INTRODUÇÃO

A sociologia econômica envolve “a aplicação de ideias, conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos.” (SWEDBERG, 2004). Para Lopes Junior (2002), a nova Sociologia Econômica é a área dentro da sociologia melhor preparada para resistir à “investida imperialista” da Economia. (LOPES JUNIOR, 2002, p. 39)

Richard Swedberg manifesta seu entusiasmo ao saber que um número da Revista Tempo Social³ seria dedicado especialmente à sociologia econômica. Publicado em novembro de 2004, essa edição da revista contou com as contribuições de Marie-France Garcia Parpet, Roberto Grün, Ricardo Abromovay, Frederico Neiburg, Nadya Araújo Guimarães, entre outros. Na revista, o próprio Swedberg participa com o artigo intitulado “Sociologia econômica: hoje e amanhã” com tradução de Sérgio Miceli.

Para Swedberg (2004), essa publicação proporciona a ponte da sociologia econômica europeia e norte americana com a sociologia econômica brasileira, somando-se assim aos esforços de construção de uma sociologia econômica global. Mondadore (2009) afirma que a sociologia econômica brasileira é um projeto em construção e por isso carece de maior sistematização. Um livro lançado em 2016 no Brasil, de Philippe Steiner, fruto de sua visita ao país em 2012, obra intitulada “Altruísmo Dons e Trocas Simbólicas⁴”, vem para reforçar tal abordagem. (JARDIM, 2016). O contato e leituras das produções brasileiras voltadas, diretamente e indiretamente, para a abordagem da sociologia econômica fizeram com que nós, autores, também começássemos a questionar e a elaborar contrapontos a explicações “naturais” de determinados processos econômicos.

Acerca da naturalização dos processos econômicos, Pierre Bourdieu inicia seus estudos na Argélia sobre a confrontação dos indivíduos com a lógica da economia de mercado (GARCIA-PAPET, 2003). Bourdieu, assim, colocou à prova as relações econômicas entendidas como naturais até então. O livro de Bourdieu, editado em 1963 com o título em francês de “*Travail et travailleurs en Algérie*”, representa um conjunto de pesquisas etnográficas e estatísticas realizadas na Argélia entre 1958 e 1961. Nele, o autor busca a relação entre estrutura e *habitus*, formulada dentro de uma situação histórica. Nessa relação, o autor evidencia uma disputa entre as concepções de organização cognitiva do mundo econômico dos Cabilas e dos franceses⁵.

Steiner (2016) aborda uma sequência reflexiva que revela a existência, a continuidade e a força de um contra discurso à implantação do comportamento pelo interesse. O objetivo do livro é apresentar valores que estão presentes na vida social do mercado, tais como: altruísmo, o dom e a relação simbólica das trocas, além dos já conhecidos interesse e eficiência, muito evidenciados nas teorias econômicas contemporâneas. Para o autor, o altruísmo e os dons margeiam a troca mercantil; as trocas simbólicas interferem no domínio do mercado e mexem com seu funcionamento. Nessa obra, o autor ressalta a virada pragmática ocorrida na Teoria Econômica no século XX, que culminou na profusão de novas abordagens, tais como a economia comportamental, economia experimental e engenharia econômica.

No primeiro caso, da economia comportamental, nasce de uma orquestração entre Economia e Psicologia. A notoriedade dessa “fusão” tem marco importante em 2002, quando o psicólogo israelense Daniel Kahneman recebe o Prêmio de Ciências Econômicas em Memória de Alfred Nobel, pela publicação de “*Mapping Bounded Rationality: A Perspective on Intuitive Judgment and Choice*”. Após essa premiação, a Economia Comportamental voltou a ser consagrada com Nobel em Economia em 2013 com Robert Shiller, e em 2017, com Richard Thaler. As obras desses premiados autores chamam atenção por trazerem características psicológicas no processo de decisão econômica dos indivíduos. Os autores limitam as explicações da escolha racional ao enfatizarem aspectos cognitivos, contextuais e irracionais. A novidade na teoria econômica está na autocrítica da racionalidade econômica.

Os principais jornais nacionais e internacionais destacaram a abordagem da economia comportamental presente nos estudos de Thaler, principalmente a contribuição dele em “*Nudge*” (2008), um de seus trabalhos mais reconhecidos, que tem autoria compartilhada com Cass R. Sunstein, advogado norte-americano, professor na Universidade de Harvard. Em 2016, Robert Shiller, professor da Universidade de Yale, com contribuição nos estudos sobre finanças comportamentais, juntamente com George Akerlof lançam o livro “*Phishing for Phools*”, traduzido no Brasil como “Pescando Tolos”, com o subtítulo “A Economia da Manipulação e da Fraude”.

³ A Revista Tempo Social é a Revista da USP – Universidade de São Paulo e conta com Qualis A1 em Sociologia.

⁴ Philippe Steiner é professor de sociologia na Université Paris-Sorbonne, na França. Atualmente trabalha junto com Groupe d’Etudes des Méthodes de l’Analyse Sociologique de la Sorbonne (GEMASS). STEINER, Philippe. Altruismo, Dons e Trocas Simbólicas: Abordagens sociológicas da troca. São Paulo, SP: Cultura Acadêmica, 2016.

⁵ Título traduzido no Brasil: BOURDIEU, Pierre. O desencantamento do mundo: estruturas econômicas e estruturas temporais. Editora Perspectiva S.A., 1979.

de”. Segundo Dan Ariely (2008), professor da Universidade Duke e autor da obra “Previsivelmente Irracional”, os economistas comportamentais creem nos chamados efeitos do contexto, nas emoções e na irracionalidade como condicionantes da ação econômica. Com isso, há crítica da pretensão da economia convencional em idealizar as pessoas como agentes plenamente racionais, movidos pela maximização do lucro e do prazer.

A partir dos autores referenciados acima, nos propomos a refletir sobre as questões propostas por essa nova abordagem econômica, a economia comportamental, principalmente as reflexões presente em “nudge” (SUNSTEIN; THALER, 2008). Pretendemos demonstrar que o aporte teórico da Sociologia e Antropologia Econômica, sobre uma perspectiva culturalista, podem colaborar com essa discussão. Muitas das ditas novidades da economia comportamental são historicamente discutidas por Sociólogos da Economia.

Os ganhadores dos prêmios Nobel aqui citados, assim como suas contribuições intelectuais, entram no domínio da performatividade, ou seja, a difusão e aprendizagem desse conhecimento econômico podem modificar as representações econômicas práticas dos indivíduos. Portanto, este artigo tem como principal objetivo destacar o caráter performativo da abordagem da economia comportamental, que vem ganhando espaço na teoria econômica, ao chamar atenção para o caráter coletivo, presentes em arranjos sociais complexos, das decisões econômicas. A principal crítica que sociologia econômica faz a economia refere-se aos efeitos cognitivos da difusão de práticas e modos de pensar próprios da economia (STEINER, 2016).

Dividido em duas partes, iniciamos o debate apresentando as contribuições mais recentes da chamada economia comportamental, para em seguida, na segunda parte, abordarmos as contribuições da sociologia econômica e a performatividade presente nessa vertente teórica da economia.

ECONOMIA COMPORTAMENTAL E A CRÍTICA A ECONOMIA RACIONAL

As pessoas escolhem quando (e quanto) expandir seus negócios ou fazer novas aquisições, como comprar carros e casas logo, espera-se que elas procurem as melhores oportunidades. O livro “*Phishing for phool*”, traduzido no Brasil para “Pescando tolos”, refere-se a qualquer tipo de manipulação ou fraude feito e/ou elaborado por pessoas que aproveitam as oportunidades dessas pessoas para “pescar” aqueles que muitas vezes não sabem que foram “pescados”.

Baseado na abordagem da economia comportamental, os autores George Akerlof⁶ e Robert Shiller⁷, trazem à tona as fraquezas do ser humano que são exploradas pelos pescadores ao fazerem indivíduos serem pescados numa espécie de armadilha. A questão enfatizada pelos autores é que essa pescaria afeta as decisões dos indivíduos e que na sociedade, se alguém não faz isso para se tornar competitivo, outrem faria. Dessa forma, desenvolve-se o que eles chamam de equilíbrio da pescaria.

A obra parte do pressuposto de que as pessoas tomam decisões que não são de seu próprio interesse, entendidas como fraquezas praticadas das más decisões. Neste momento, tem-se a exploração dos marqueteiros que irão aproveitar qualquer oportunidade. Essa condição leva a vários problemas, e ao debate sobre a regulamentação dessa pescaria por parte do governo, pois as fraudes e manipulações não ocorrem apenas pelas decisões ruins, mas por informações fornecidas de forma errada ou enganosa.

A economia comportamental tece sua crítica à escolha racional de forma cautelosa. No caso dos autores de “*Nudge*”, que não tem tradução para o português, mas pelo contexto nos arriscamos a traduzi-lo como “empurrão” ou “cutucão”, ou seja, o ato de empurrar ou cutucar significa alertar indivíduos nos seus processos de decisão a tomarem a melhor decisão para si. Em “*nudge*”, os autores explicam que os indivíduos tomam decisões muito ruins por alguns motivos, entre eles são citados: o poder da inércia, o aproveitamento desse poder sobre a inércia, e forte tendência das pessoas em acompanhar o *status quo*.

Os autores do *best seller* não condicionam os indivíduos, ou impõem algo sobre eles. Em teoria, eles ainda exercem seu livre arbítrio no processo de escolha, apenas se veem diante de uma arquitetura de escolhas pre-montadas que os empurram a fazerem opções.

As arquiteturas de escolhas têm como objetivo organizar o contexto em que as pessoas tomam decisões, sejam decisões sobre alimentação, saúde ou investimentos, em que, muitas dessas arquiteturas, e o livro trás vários exemplos na vida cotidiana, são feitas e/ou organizadas por arquitetos de escolhas, ou seja, pessoas que

⁶ George Arthur Akerlof é um economista estadunidense, professor de economia na Universidade de Berkeley. Ganhador do Prêmio de Ciências Econômicas em Memória de Alfred Nobel de 2001.

⁷ Robert James Shiller é professor de economia na Universidade de Yale e membro do centro internacional para as finanças, da mesma instituição universitária. Ganhador do Prêmio de Ciências Econômicas em Memória de Alfred Nobel de 2013, juntamente com Eugene Fama e Lars Peter Hansen.

determinam os contextos das escolhas, podendo ser proposital ou não. Os ditos bons arquitetos, mesmo não tendo o resultado desejado, acabam por organizar os contextos de maneira a fazer escolhas de design que tragam bons frutos para os indivíduos.

No livro, os autores citam exemplos no setor privado ao considerarem os empregadores como importantes arquitetos de escolhas e é nesse ambiente privado, mas com “empurrões” eles justificam a teoria do paternalismo libertário. Os autores usam o termo libertário para modificar a palavra paternalismo ao mesmo tempo em que se preserva a liberdade diante de uma arquitetura de escolha, que influencia o comportamento do indivíduo, a fim de direcionar para escolhas que melhoram suas vidas.

A nudge, as we will use the term, is any aspect of the choice architecture that alters people's behavior in a predictable way without forbidding any options or significantly changing their economic incentives. To count as a mere nudge, the intervention must be easy and cheap to avoid. Nudges are not mandates. Putting the fruit at eye level counts as a nudge. Banning junk food does not⁸. (SUNSTEIN; THALER, 2008, p. 6).

De acordo com a definição de “*nudge*”, um empurrão é qualquer fator que altera significativamente o comportamento dos seres humanos. Os autores iniciam o livro com um exemplo sobre a disposição de alimentos mais e menos saudáveis na prateleira de uma conveniência. Se o governo encarece os doces com taxas, os indivíduos comprarão menos doces, mas é equivocado pensar que esses mesmos indivíduos não são influenciados por fatores irrelevantes como a ordem em que as opções são exibidas, no exemplo citado, doces ao alcance dos olhos ou doces escondidos nas prateleiras. Os seres humanos também respondem aos incentivos, também são influenciados pelos *nudges*. Nesse contexto, ressaltam que a neutralidade na arquitetura da escolha é improvável, pois qualquer que seja a disposição da prateleira ela impactará na escolha do consumidor.

Citamos aqui o estudo dos autores sobre alteração do padrão de contribuição nas poupanças de aposentadorias e a importância de uma escolha padrão que melhore a vida dos indivíduos, pelo fato deles estarem envolvidos na inércia.

PLANOS DE POUPANÇA

Os casos de planos de poupança estudados pelos autores é um bom exemplo para ilustrar alguns princípios básicos da arquitetura de escolha, de *nudge*, da importância de definir opções padrão e do poder da inercia.

O fato de muitas pessoas não economizarem para a aposentadoria, de acordo com os autores, se dá pelo fato de que em média as famílias dos Estados Unidos gastaram mais do que ganharam e emprestam mais do que economizaram, exacerba os problemas que enfrentam o sistema de seguridade social do país. Para lidar com a situação, os autores propõem dois *nudges*; o primeiro é inscrição automática em planos de poupança; o segundo é o programa *Save More Tomorrow*.

Os autores afirmam que a teoria econômica padrão de poupança para aposentadoria acredita que se as pessoas calculassem o quanto ganharão durante o resto da vida, descobrirão o quanto precisarão quando se aposentarem, e depois, basta economizar o suficiente para usufruir de uma aposentadoria confortável. Essa suposição só é possível em teoria, na prática não funciona bem assim (SUNSTEIN, THALER, 2008).

A decisão sobre quando se aposentar não é simples. Os autores explicam que a única decisão que um trabalhador tem que fazer é quando começar a receber benefícios. Os benefícios recebidos pelos empregados na aposentadoria dependem das decisões que tomam sobre quanto economizar e como investir. De acordo com os autores, é racional pensar que os custos de poupar muito pouco são maiores do que os custos de poupar muito, mas o caso que os autores descrevem é que as algumas pessoas economizam muito pouco, portanto, isso parece não muito racional (SUNSTEIN, THALER, 2008).

Enfim, se as pessoas não estão economizando o suficiente e isso não parece ser muito racional, essas pessoas estão abertas a um empurrão, a um “*nudge*”. No caso relatado pelos autores, a inscrição automática em planos de poupança se mostrou eficaz, pois aumentou os valores da contribuição definida dos EUA. Eles evidenciaram que sob a inscrição automática, poucos funcionários abandonam os planos uma vez matriculados. Outra es

⁸ Um “*nudge*”, como usaremos o termo, é qualquer aspecto da arquitetura de escolha que altera o comportamento das pessoas de forma previsível sem proibir quaisquer opções ou alterar significativamente seus incentivos econômicos. Para contar como um simples empurrão, a intervenção deve ser fácil e barata de evitar. *Nudges* não são mandatos. Colocar a fruta ao nível dos olhos conta como um empurrão. Proibir a *junk food* (comida não saudável/comida lixo) não. (Tradução nossa).

tratégia, relacionada a primeira, foi simplificar o processo de inscrição, a simplificação fez com que as pessoas não ficassem em dúvida sobre em qual plano se matricular. A inscrição automática ou a matrícula rápida torna o processo de aderir a um plano de aposentadoria menos assustador, enquanto que expandir o número de fundos disponíveis para os participantes pode ter o efeito oposto (SUNSTEIN, THALER, 2008).

A importância em definir uma boa opção padrão, que não prejudique os trabalhadores, nesse caso, é vista pelos autores como primordial, pois uma vez implementada a inscrição automática, poucas pessoas iriam se movimentar para cancelar a contribuição. De forma semelhante, se não fosse implementada a inscrição automática, poucas pessoas buscariam fazer a poupança. Definir opções padrão e outras estratégias de mudança, aparentemente triviais, podem ter enormes efeitos sobre os resultados, desde o aumento das poupanças até melhoria dos cuidados de saúde. A preocupação dos autores, portanto, é que em um ambiente em que as pessoas precisam fazer uma única decisão por vida, guardar dinheiro para aposentadoria, os fazedores de “*nudge*” devem se esforçar, ajudar as pessoas a acertar, tomar a decisão correta (SUNSTEIN, THALER, 2008).

A educação financeira foi a experiência usada por alguns empregadores antes do “*nudge*” para poupar dinheiro. Segundo os autores, o empregador forneceu um programa gratuito de educação financeira, medindo sua eficácia administrando um teste antes e depois da alfabetização financeira. O resultado foi que os funcionários, na maioria das vezes, deixam seminários educacionais excitados sobre poupar mais, mas depois não conseguiram seguir seus planos. A contribuição automática nesse sentido, fez-se mais eficaz (SUNSTEIN, THALER, 2008).

No entanto, mesmo a matrícula automática impactando positivamente nos valores salvos e no número de trabalhadores que passaram a salvar dinheiro, os participantes tendem a manter uma taxa de contribuição padrão. O segundo *nudge* aparece para lidar com essa situação sob a forma de um programa de escalação automática de contribuições, desenvolvido por Thaler e Shlomo Benartzi⁹, chamado *Save More Tomorrow*. O livro explica que o *Save More Tomorrow* é um sistema de arquitetura de escolha e que o programa foi construído com referência a princípios psicológicos subjacentes ao comportamento humano¹⁰. O programa, ao sincronizar os aumentos de salários e as poupanças, faz com que os participantes não verem suas contribuições de aposentadoria aumentadas como perdas.

O *Safelite Group*¹¹ foi o primeiro a implementar a inscrição automática em um plano *Save More Tomorrow*. O programa foi apresentado aos funcionários em junho de 2003. Mais recentemente, a Vanguard¹² introduziu treze planos de inscrição automáticos *Save More Tomorrow*. Nos doze meses antes da implementação da inscrição automática, apenas 23% dos funcionários optaram por *Save More Tomorrow*. Nos doze meses após a inscrição automática, 78% dos funcionários estavam participando do programa. A mudança dramática na participação ilustra o poder da inércia, e em relação à poupança, o importante papel da escolha da arquitetura. Esse e outros casos discutidos no livro foram um fenômeno do setor privado. Segundo os autores, as empresas tentaram a inscrição automática sem qualquer pressão do governo (SUNSTEIN, THALER, 2008).

As obras destacadas nessa parte entram no debate sobre performatividade pois visam, claramente, aplicação de uma teoria econômica em um contexto de práticas institucional. A discussão do *nudge* como um mecanismo de performatividade será apresentada a seguir.

A PERFORMATIVIDADE ECONÔMICA CONTEMPORÂNEA

A implantação de artifícios como o *nudge*, ou empurrão, criam mercados, e impactam diretamente no contexto social da sociedade como um todo. Eles são artifícios complexos, operadores de performatividade, e crescem em número de projetos implementados. Com os *nudges*, espera-se que as pessoas sejam mais racionais, pois os mecanismos funcionam de forma a otimizar a escolha dos indivíduos.

O papel exercido pela economia no mundo social é apresentado de forma bastante clara por Steiner (2016). O autor demonstra, com autores e estudos, como a economia atingiu o status de produtora de crenças, tal qual

⁹ Professor e co-presidente do Behavioral Decision-Making Group na UCLA Anderson School of Management em Los Angeles, Califórnia.

¹⁰ Os princípios são cinco: 1) os participantes pensam que devem estar economizando mais, e planejam economizar mais, mas nunca seguem. 2) As restrições de autocontrole são mais fáceis de adotar se ocorrerem algum tempo no futuro, ou seja, pensamos em começar uma dieta, mas não hoje, deixamos pra amanhã e/ou depois. 3) Aversão à perda: as pessoas odeiam ver os seus cheques de pagamento caírem. 4) Ilusão do dinheiro: as perdas são sentidas em dólares nominais. 5) A inércia desempenha um papel poderoso.

¹¹ Safelite Group, Inc. é uma empresa americana de gerenciamento de reclamações e vidro para automóveis, com sede em Columbus, Ohio.

¹² O Vanguard Group é um consultor de investimentos registrado nos EUA com sede em Malvern, Pensilvânia. É o maior provedor de fundos mútuos e o segundo maior provedor de fundos negociados em bolsa do mundo, depois do iShares da BlackRock. Fonte: <https://investor.vanguard.com/corporate-portal/> [Acesso em: Agosto de 2020].

nós entendemos crença religiosa, abordagem desenvolvida por Bourdieu (1930 – 2002) e seus herdeiros, entre eles Frederic Lebaron.

Pierre Bourdieu (2012) define a *doxa* como um sistema de crenças capaz de (re)produzir a dominação no interior de um campo social. É através dela que a classe dominante realiza a manutenção da sua posição social. Além disso, essa dominação é aceita e legitimada pelos dominados. O engajamento em um determinado campo, envolve adesão tácita a uma mesma *doxa*. Essa posição dominante ocorre por conta do reconhecimento político e social.

Lebaron (2001) analisa o campo dos economistas franceses que, durante os anos 1990, aumentaram sua influência junto ao governo e no debate público. Em estudo anterior, Lebaron (1996) apresentou o que ele chama de “índices” do envolvimento e crescimento da influência da economia que abrange desde o ensino da economia nas escolas de elite, economistas compondo equipes e comissões ministeriais e transformação na escolaridade de dirigentes de empresas e altos funcionários. O autor discute a diferenciação e a heterogeneidade do mundo dos economistas, as disputas acerca das definições de economista e de ciência econômica.

De acordo com Lebaron (2001) “as lutas de classificação entre os economistas remetem a diferentes formas de autoridade, de prestígio, de poder social” (LEBARON, 2001, p. 11), que se encontram em constante disputa pela definição do “verdadeiro economista”, quais são seus legítimos atributos, qualificação e técnicas. A linguagem é um dos primeiros aspectos que Lebaron (2001) destaca como traço característico da forte autonomia do campo dos economistas, que foge ao senso comum. As diversas correntes intelectuais, normas técnicas, critérios próprios de avaliação e um sistema próprio de gratificação, como o Prêmio Nobel, são demais traços dessa aparente autonomia ou autonomização.

Lebaron (2001) questiona a autonomia do campo econômico e cita a criação de prêmios e a intromissão constante de poderes políticos e midiáticos no interior desse campo. O autor destaca que a hipótese de um campo autônomo, desenvolvido por pesquisadores e professores universitários, recrutados e avaliados por seus pares, e com publicações segundo critérios formais de avaliação ignora a presença de outros campos de outros tipos de economistas, no qual abrangem o mundo empresarial e midiático sendo que, simultaneamente, coexistem diferentes esferas de consagração, com diferentes definições de economistas e distintas fontes de capital simbólico. O autor afirma que é forte a dependência em relação ao campo político, sendo que nomeação para postos de responsabilidades econômica (Economista-chefe do Banco Mundial, secretário do Tesouro) são formas de consagração.

No passado, autores como Comte, Durkheim e Bourdieu se preocuparam em entender os efeitos da propagação da teoria econômica. Tal propagação produz um efeito sobre as representações práticas dos indivíduos. Simiand (1934), ao realizar seu estudo sobre salários dá pistas para entendermos as causas e consequências dessa performatividade econômica. A primeira delas, o aumento da institucionalização do ensino da economia como disciplina didática em toda Europa. Outra pista, ao discutir fórmulas de cálculos dos salários e adicionais de remuneração com objetivo de incitar os trabalhadores, o autor aponta que tal estruturação é papel dos *experts* (economista), nesse momento se estabelecem a teorização e o comportamento capaz de produzir um efeito teoria, ou seja, incorporação social da teoria nas instituições. (STEINER, 2016).

O aumento do papel da economia é possível devido a esforços de pensamento, as estimativas e a crença social sobre o futuro ganham espaço e robustez diante das relações de força dos grupos sociais. Como exemplo, Steiner (2016) cita o setor financeiro e a dimensão cognitiva que o reveste.

No caso brasileiro, Grün (2013) reflete sobre características do contexto nacional, no qual, cita a adaptação local de ferramentas financeiras, e cita a governança corporativa como a primeira “ferramenta” dos pressupostos da visão financeira do mundo¹³; e a relação entre finanças e o espaço político, no qual, segundo autor, “fica claro como o espaço financeiro é dependente de disputas culturais “metapolíticas” que circunscrevem o espaço das discussões e soluções dos problemas e contenciosos” (GRÜN, 2013, p. 179).

Grün (2013) se debruça sobre o estudo da governança corporativa e a considera como uma “ferramenta” pelo fato dela proporcionar modos de pensar que produz realidades e desfaz antecedentes. O autor apresenta

¹³ “[...] chamar a governança corporativa de ferramenta causa incômodo. Ela não é um instrumento com escopo e finalidade delimitados, como um “fundo de recebíveis”, ou um “certificado de depósito bancário”. Antes, ela é uma expressão genérica que designa a relação entre as empresas e todos aqueles que têm interesse direto ou indireto no funcionamento delas e em suas consequências. Chamá-la de “ferramenta”, entretanto, é um procedimento heurístico necessário para entender as profundas transformações recentemente produzidas, nos espaços econômico e político contemporâneos, pelo aumento de importância dos pressupostos financeiros observado tanto no Brasil, quanto no cenário internacional.” (GRÜN, 2013, p. 180)

que a nova maneira de ver a empresa, através de agentes externos e parâmetros de excelência avaliativos, alteram a estrutura do jogo no qual os atores organizacionais estavam acostumados. A empresa deixa de ser o agente central, há mudanças no processo que reorganizam a hierarquia dos atores que devem ser levados em consideração no que diz respeito a tomada de decisão da empresa. O mercado financeiro, ou genericamente, “mercados” é que passa a ter a primazia. Segundo o autor, são “os agentes externos à empresa observam, fiscalizam e corrigem os rumos das empresas e demais organizações”. (GRUN, 2013, p. 182).

Steiner (2016) constrói a perspectiva de “Grande Performatividade”, unindo a teoria geral da performatividade econômica (CALLON, 1998; MACKENZIE; MUNIESA; SIU, 2007; CALLON; MILLO; MUNIESA, 2007) as teses de Karl Polanyi em “A grande transformação: as origens de nossa época” (2000). A “Grande Performatividade” objetiva um “duplo movimento performativo”. Há, portanto, um movimento que busca instaurar a racionalidade econômica, através da Teoria Econômica Ortodoxa ou *Mainstream*. Todavia, por outro lado, há também uma tentativa de enfraquecer a influência dessa teoria na sociedade por meio da Sociologia e da Antropologia Econômicas.

A performance é o processo de conversão do conhecimento em ação. Segundo a teoria geral da performatividade econômica (CALLON, 1998; MACKENZIE; MUNIESA; SIU, 2007; CALLON; MILLO; MUNIESA, 2007) a teoria econômica não está apenas interessada em descrever como o mercado funciona, mas operá-lo. Essa operação ocorre por meio da aplicação de modelos econômicos. Apesar de outras disciplinas, como Sociologia, Antropologia e Psicologia também performarem o mercado a sua maneira, quando falamos em mercado, a teoria econômica assume algo muito parecido com um “trono legítimo” para atuar sobre ele.

Vale destacar também que a Teoria Econômica Ortodoxa ou *Mainstream* é a *doxa* do Campo Econômico¹⁴. Segundo Bruno Amboise (2015), a “eficiência performativa” dessa teoria está intimamente ligada ao seu reconhecimento social. Esse reconhecimento é conquistado por meio de relações de poder, por disputas políticas. Ou seja, para além do valor científico, algumas teorias são mais aceitas que outras, simplesmente pelas relações poder que as envolvem (BRISSET, 2016).

O reconhecimento dessa teoria e de seu discurso, acabou por criar um “Moinho Satânico” (POLANYI, 2000, p.51) que “triturou homens”, transformando-os em um “animal econômico” (MAUSS, 2003, p.307). Noutras palavras, criou-se o *homo economicus*. O *homo economicus* funciona como instrumento de consagração da teoria econômica ortodoxa. É por meio dele que esses economistas constituem o Mercado como uma “esfera autônoma da vida social” (ABRAMOVAY, 2004, p.39).

Foram nossas sociedades ocidentais que, muito recentemente, fizeram do homem um “animal econômico”. Mas nem todos somos ainda seres desse gênero. Em nossas massas e em nossas elites, o dispêndio puro e irracional é de prática corrente; ele é ainda característico dos poucos fósseis de nossa nobreza. O *homo economicus* não está atrás, está adiante de nós; assim como o homem da moral e do dever; assim como o homem da ciência e da razão. O homem foi por muito tempo outra coisa e não faz muito que é uma máquina, complicada de uma máquina de calcular. (MAUSS, 2003, p.307).

O *homo economicus* é o indivíduo performado pela teoria econômica ortodoxa. Posta-se como um agente puramente racional, que busca maximizar o lucro por meio da realização de interesses. Os economistas acreditam que os indivíduos são independentes e autônomos e que desses resulta toda a ordem social, inclusive o próprio mercado. (ABRAMOVAY, 2004). Com isso, o mercado assume uma forma sacralizada, desenraizado¹⁵ da vida social. Essa autonomia da vida social demonstra que para os economistas o mercado é um ente dotado de vida própria, essencialmente racional e impessoal.

Essa “vida própria” da economia fora identificada por Karl Polanyi em meados do século XVIII com a Revolução Industrial, em que a sociedade permitiu e criou um mercado autorregulado. Segundo Polanyi (2000, p. 51), esse processo culminou em um gigantesco “moinho satânico” que “triturou os homens transformando-os em massa” e “desarticulou totalmente a vida das pessoas comuns”. Dessa forma, esse “moinho”, sendo um fenômeno histórico, criado socialmente, não poderia ser desenraizado, como afirmaram os economistas ortodoxos.

¹⁴ Ler “O campo econômico” de Pierre Bourdieu, publicado em 2005 na Revista Política e Sociedade, nº 6.

¹⁵ O enraizamento social é um dos principais conceitos da Sociologia Econômica. Segundo Granovetter (1985), os mercados são enraizados socialmente, ou seja, podem ser entendidos por fenômenos sociais, historicamente situados.

Essa contradição também fora identificada por Marie France Garcia-Parpet (2003) em seu estudo sobre a venda morangos em Fontaines-en-sologne na França. Segundo Garcia-Parpet, nessa região da França existia um mercado tecnológico para venda de Morangos. A priori, o mercado aparentava servir de modelo a teoria econômica ortodoxa. Existia naquele mercado uma concorrência perfeita, autorregulada. Todavia, a posteriori, foi identificado que, na verdade, a própria teoria econômica estava servindo como base para fundamentação daquele mercado e não o contrário, como aparentava. Portanto, a autora demonstrou que aquele mercado não era desenraizado, autônomo ou impessoal. Fora construído pelo estabelecimento de laços entre os agentes, em que um de seus mentores tinha formação em economia.

Tal crítica a economia ortodoxa representada por Polanyi e Garcia-Parpet, ocorreu na Sociologia Econômica, segundo Abramovay (2004, p. 44), no movimento denominado de “virada cognitiva” que propôs “os mercados como resultados de formas específicas, enraizadas, socialmente determinadas de interação social”. Esse movimento gestado desde os clássicos da Sociologia, contrapôs-se totalmente ao *homo economicus* e utilizou-se do *homo sociologicus*. O *homo sociologicus* atua socialmente, está inserido em relações de poder e é capaz de gerir mercados através da cultura e da história. Dessa forma, segundo Jardim (2015, p. 7), o mercado pode ser objetivado como uma instituição histórica, localizada no tempo e espaço, “(...) nem sagrado e nem profano, apenas um fato social ou ainda, um fato social total onde indivíduos expressam seus gostos e preferências por meio de suas escolhas.”

Trata-se de uma formação historicamente definida no tempo e no espaço, formada por indivíduos, os quais, diferentemente do homo racional pregado pelos economistas, são homens e mulheres de carne e osso, cujas decisões, nada racionais, são orientadas pela cultura e pela formação simbólica na qual estão envolvidos (JARDIM; CAMPOS, 2012, p. 1).

Assim sendo, na medida em que a Economia Ortodoxa se firma em suas perspectivas de *homo economicus*, concorrência perfeita e racionalidade, a Sociologia e Antropologia Econômicas praticam a defesa do enraizamento social, da compreensão do mercado inserido no tecido social, gerido por agentes historicamente situados. Há assim, um movimento e um contra movimento. Performatividade e contra performatividade. Segundo Steiner (2016, p.234), as ciências sociais utilizam de seu arcabouço teórico “para limitar a influência da performatividade econômica sobre as sociedades contemporâneas.” Todavia, como demonstraram Ambrose (2015) e Brisset (2016), os dispositivos de reconhecimento social e consagração social, as relações de poder e as relações políticas, dão à Economia maior potencial para atuar sobre a sociedade.

Por trás dos *nudges*, temos economistas, como os autores aqui citados na primeira parte, são professores de economia das mais importantes e reconhecidas universidades americanas. Apesar de admitirem a inexistência do *homo economicus*, eles deixam de reconhecer a assimetria de imersão dos indivíduos nas sociedades. De certo modo, os artifícios de performatividade despertam o comportamento interessado dos indivíduos, objetivam deixar eles mais racionais, pouco influenciados pelas fraquezas humanas. “A teoria econômica é assim performatizada pelas decisões dos indivíduos que não sabem e nem sequer suspeitam da sua existência”. (STEINER, 2016, p. 220).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A principal crítica da sociologia econômica à economia clássica é sobre os efeitos cognitivos que essa teoria exerce sobre as práticas e modos de pensamento. A sociologia econômica e os autores que contribuem para a sistematização desta abordagem elucidam a performatividade da economia, do *homo economicus* e mais recentemente, podemos dizer, colhendo os frutos desse debate, a economia comportamental.

Steiner (2016) descreve o fenômeno da virada pragmática da teoria econômica no século XX. Descrita por Steiner (2016), ele cita a ascensão dessa virada contou com a ascensão de diversas correntes teóricas, entre elas, economia experimental, da economia comportamental e da engenharia econômica, crítica à completa racionalidade do ser humano no processo de escolha e de tomada de decisão. O exemplo do “*nudge*” da primeira parte do artigo reforça a vertente que vai na contramão da escolha racional, pois um indivíduo informado e ciente de suas opções não seria influenciado por um *nudge*, o fato dele não ser racional é o que faz o impacto do *nudge*.

Mesmo estas vertentes fazendo sua crítica a racionalidade do indivíduo, ou seja, ao *homo economicus*, elas

são vertentes econômicas e são frutos da performatividade conquistada pela economia ao longo desses séculos. Apesar de clara inspiração nos movimentos contra-performativos da antropologia e da sociologia econômicas, a economia comportamental, ainda sim, está enraizada nas relações de poder e nos sistemas de consagração social da Teoria Econômica. Todavia, é também a representação de um pensamento contra-performativo que vem sendo aplicada na sociedade, e que por consequência vem modificando o modo de agir e de pensar dos indivíduos, oferecendo saídas aos modelos hegemônicos. Resta-nos aguardar. Os próximos anos serão decisivos na compreensão do papel da Economia Comportamental nessa “Grande Performatividade” (STEINER, 2016).

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. “Entre Deus e o Diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais”. **Tempo Social revista de sociologia da USP**, V.16, n. 2. 2004.

AMBROISE, B. Performativité de L'économie ou pouvoir symbolique? **Revue Française de Socio-Économie**, 2015/2 Hors-série, p.19 - 35. 2015.

ARIELY, D. **Previsivelmente irracional**: as forças ocultas que formam nossas decisões. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier Brasil, 2008.

BRISSET, N. Economics is not always performative: some limits for performativity, **Journal of Economic Methodology**, 23:2, 160-184, 2016.

BOURDIEU, P. O Campo Econômico. **Dossiê Política e Sociedade**. N. 6, abril de 2005

BOURDIEU, P. O. **A Dominação Masculina**. Tradução Maria Helena Kuhner. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CALLON, M. MILLO, Y. MUNIESA, F. (Ed.). **Market devices**. Oxford: Blackwell, 2007

CALLON, M. The embeddedness of economic markets in economics. *In*: CALLON, M. (Ed.). **The laws of the market**. Oxford: Blackwell, 1998. p. 1-57.

GARCIA - PARPET, M. F. “A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaine”. **Sologne. Estudos Sociedade e Agricultura**. 20 de Abril de 2003, P. 5-44. 2003.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, n. 90, 1985.

GRUN, R. A dominação financeira no Brasil contemporâneo. **Tempo Social, Revista de sociologia da USP**, v. 25, n. 1. 2013

LEBARON, F. O campo dos Economistas franceses no fim dos anos 90. **Mana**, v. 7, p. 09-29, 2001.

LOPES JUNIOR, E. As potencialidades analíticas da Nova Sociologia Econômica. **Soc. estado.**, Brasília , v. 17, n. 1, p. 39-62, June 2002 .

MACKENZIE, D.; MUNIESA, F.; SIU, L. (Ed.). **Do economists make markets?: on the performativity of economics**. Princeton: Princeton University Press, 2007.

MAUSS, M. “**Ensaio sobre a dádiva**: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas” em Sociologia e antropologia. São Paulo: Cosac Naif, 2003.

MONDADORE, A. P. C. *et al.* **Sociologia econômica e das finanças: um projeto em construção**. São Carlos: Edufscar, 2009.

PEDROSO NETO, A.; JARDIM, M. C. As ações econômicas governamentais como construção social. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, n. 39, 2014, Caxambu. **Anais...** Caxambu: ANPOCS, 2014. p.134- 138.

POLANYI, K. **A grande transformação**. Rio de Janeiro: Campus, 1980

SHILLER, R. J.; AKERLOFF, G. A. “**Pescando Tolos - A Economia da Manipulação e Fraude**”. Rio de Janeiro, RJ: Alta Books, 2016.

SIMIAND, F. La monnaie, réalité sociale. **Annales Sociologiques**, Paris, série D, n.1, p.1-86, 1934.

STEINER, P. **Altrismo, Dons e Trocas Simbólicas**: Abordagens sociológicas da troca. São Paulo, SP: Cultura Acadêmica, 2016.

SUNSTEIN, C. R.; THALER, R. H. **Nudge**: Improving decisions about Health, Wealth and Happiness. USA: Penguin Books, 2008.

SWEDBERG, Richard. Sociologia econômica: hoje e amanhã. *Tempo Social*, **Revista de sociologia da USP**, v.16, n.2, novembro 2004.