

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - ICSA  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS - DEECO**

Evelin Aparecida Miranda de Oliveira

**O MERCADO COMO MODELO E COMO CONSTRUÇÃO SOCIAL**

Uma análise comparativa das perspectivas da teoria econômica *mainstream* e da sociologia econômica sobre a noção de mercado

Mariana - MG

**2021**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO**  
**INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - ICSA**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS - DEECO**

Evelin Aparecida Miranda de Oliveira

**O MERCADO COMO MODELO E COMO CONSTRUÇÃO SOCIAL**

Uma análise comparativa das perspectivas da teoria econômica *mainstream* e da sociologia econômica sobre a noção de mercado

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Ouro Preto, como parte dos requisitos para a obtenção do Grau de Bacharel em Ciências Econômicas.

**Orientadora:** Marisa Alice Singulano

Mariana - MG

**2021**

## SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

O48m Oliveira, Evelin Aparecida Miranda De .  
O mercado como modelo e como construção social [manuscrito]: uma análise comparativa das perspectivas da teoria econômica mainstream e da sociologia econômica sobre a noção de mercado. / Evelin Aparecida Miranda De Oliveira. - 2021.  
44 f.: il.: gráf., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Marisa Alice Singulano.  
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.  
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Ciências Econômicas .

1. Mercado. 2. Sociologia econômica. 3. Teoria econômica. I. Singulano, Marisa Alice. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 330.342.146

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa-Bibliotecário ICSA/UFOP-CRB6A1407



## FOLHA DE APROVAÇÃO

**Evelin Aparecida Miranda de Oliveira**

### O MERCADO COMO MODELO E COMO CONSTRUÇÃO SOCIAL:

Uma análise comparativa das perspectivas da teoria econômica *mainstream* e da sociologia econômica sobre a noção de mercado

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas

Aprovada em 22 de abril de 2021

#### Membros da banca

Doutora Marisa Alice Singulano - Orientadora (Departamento de Ciências Sociais - Universidade Federal de Ouro Preto)  
Doutora Giulie Adriana Vieira da Mata (Departamento de Ciências Sociais - Universidade Federal de Ouro Preto)  
Doutor Paulo Roberto de Oliveira (Departamento de Ciências Econômicas - Universidade Federal de Ouro Preto)

Marisa Alice Singulano, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 26/04/2021



Documento assinado eletronicamente por **Marisa Alice Singulano Alves**, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR, em 27/04/2021, às 10:38, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [http://sei.ufop.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0157185** e o código CRC **32A47C16**.

## DEDICATÓRIA

Aos meus pais, que me ensinaram o valor da educação e por sempre acreditarem em mim.

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente, a Deus, por ter me conduzido à graduação, pela riqueza desse percurso, pelo privilégio de ter convivido e aprendido com pessoas brilhantes. Toda gratidão a Ti, Senhor.

Em especial, agradeço aos meus pais, Glaucilene e Álvaro Filho, que, desde sempre, me incentivaram muito e não mediram esforços para que eu pudesse ter uma educação de qualidade, além de me fazerem acreditar que os estudos seriam a maior herança que poderiam me deixar. Hoje, eu tenho certeza disso. Obrigada pelo esforço para contribuir financeiramente nos momentos que mais precisei, por acreditarem nos meus sonhos junto comigo e por estarem por mim em todos os momentos que precisei de carinho, conselho e apoio. Aos meus irmãos, Álvaro Neto e Emily, por estarem presentes, mesmo com toda distância física, e por todo amor.

Agradeço à minha família, que sempre sonhou essa graduação comigo, por compreender minha ausência nesses últimos quatro anos. Vó Elizalma, Glaucia, Rafael, Alicia, Gustavo, Raissa, Leticia, Stephanie, Silvana, obrigada por todo apoio e carinho. Em especial, agradeço à minha madrinha Cláudia pelo carinho e cuidado de sempre. À Tia Silvia por estar sempre presente. Não poderia deixar de agradecer à minha tia, Silmara Heloisa, que hoje está ao lado de Deus, por tanto que fez por mim em vida e por ser meu exemplo de dedicação e força. Também agradeço à minha avó Maria Aparecida, que também está ao lado de Deus, mas ainda hoje é um dos meus maiores exemplos de vida. Amo muito todos vocês.

Quero agradecer também àqueles que foram parte importante para que a jornada da graduação fosse mais alegre e por todas as boas trocas: os amigos que a graduação me deu. Ana, Victor e Regiane, obrigada também pelas risadas e distrações dos nossos momentos.

Agradeço imensamente à República Lança-Perfume, que me acolheu e onde passei os momentos mais felizes e incríveis da minha graduação. Agradeço por ter encontrado, longe de casa, pessoas a quem chamo hoje de família. Amo vocês.

À professora Marisa, por todas as boas trocas durante a graduação, por ter me acolhido e me incentivado a participar dos projetos da agricultura familiar na

universidade e por todas as contribuições com o estudo desta pesquisa, que me ajudou a compreender a importância da sociologia econômica para a formação de um economista. Obrigada pela orientação, disponibilidade e motivação de sempre.

## RESUMO

Este trabalho busca realizar uma análise comparativa dos modelos teóricos oriundos da ciência econômica e da sociologia para o estudo da realidade mercantil. São evidenciadas as diferenças entre as abordagens que se referem, sobretudo, a aspectos metodológicos e ao modo como compreendem e explicam o comportamento dos indivíduos ao estabelecerem transações mercantis. Assim, a visão da teoria econômica *mainstream* pode ser sintetizada na ideia de mercado como um modelo (abstrato) de equilíbrio na troca, estabelecida entre agentes igualmente idealizados a partir do pressuposto da racionalidade. Para a sociologia econômica, por sua vez, o(s) mercado(s) são estruturas de interação construídas pelos agentes sociais e que condicionam seu comportamento. A pesquisa foi desenvolvida com o uso da metodologia de pesquisa bibliográfica a partir de materiais publicados, livros e artigos. Este trabalho se propõe ainda argumentar sobre a importância de novas percepções e renovações teóricas e analíticas sobre a organização social da vida econômica para a formação de um economista.

**Palavras-chave:** Sociologia econômica, teoria econômica *mainstream*, mercado.

## **ABSTRACT**

This research seeks to conduct a comparative analysis of the theoretical models derived from economics and sociology for the study of market reality. The differences between the approaches are evidenced, which refer mainly to methodological aspects and to the way they understand and explain the behavior of individuals when establishing mercantile transactions. Thus, the vision of mainstream economic theory can be summarized in the idea of the market as an (abstract) model of equilibrium in trade, established between equally idealized agents based on the assumption of rationality. For economic sociology, on the other hand, market(s) are interaction structures built by social agents and that condition their behavior. The research was developed using the methodology of bibliographic research based on published materials, books, and articles. This study also proposes to argue about the importance of new perceptions and theoretical and analytical renovations about the social organization of economic life for the formation of an economist.

**Keywords:** Economic Sociology, mainstream economic theory, market.

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 - Oferta e demanda .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 2 - Sociologia econômica x mainstream econômico .....</b>	<b>34</b>

## SUMÁRIO

<b>1- Introdução .....</b>	<b>11</b>
<b>2- O mercado na perspectiva da sociologia econômica.....</b>	<b>14</b>
2.1 O pioneirismo do estudo do mercado na sociologia clássica. ....	14
2.2 A abordagem do mercado na Nova Sociologia Econômica .....	20
<b>3- O mercado na teoria econômica <i>mainstream</i>.....</b>	<b>26</b>
3.1 A funcionalidade do mercado para a ciência econômica .....	26
3.2 Princípios que determinam o comportamento de mercado .....	27
<b>4- Comparação entre a teoria da sociologia econômica e a microeconomia neoclássica em torno da concepção de mercado.....</b>	<b>31</b>
4.1 Panoramas e princípios gerais da sociologia economia e do <i>mainstream</i> econômico. .....	31
4.2 As diferenças metodológicas das duas ciências e as falhas do modelo econômico. .	33
<b>5- Considerações finais .....</b>	<b>40</b>
<b>Referências bibliográficas.....</b>	<b>42</b>

## 1- Introdução

O campo das ciências sociais pode ser considerado como eminentemente interdisciplinar, na medida em que para dar conta de diversos aspectos da realidade dos indivíduos e da sociedade, abordagens teórica e metodologicamente distintas, derivadas de diversas tradições disciplinares, podem ser utilizadas. Este trabalho se baseia em duas ciências sociais, economia e sociologia, que compartilham a análise do fenômeno econômico "mercado", ainda que sob metodologias diferentes.

Desde a década de 1970, um dos campos que tem experimentado maior crescimento nas ciências sociais é o da sociologia econômica. Este campo toma como objeto de estudo a organização social da vida econômica a partir de marcos teóricos e analíticos oriundos da tradição das ciências sociais. Assim como a ciência econômica, a sociologia econômica muitas vezes parte da análise das ações econômicas, contudo, diferentemente daquela ciência, esta tende a considerar os diferentes tipos de ação, incluindo a ação racional como uma variável.

Na ciência econômica, a vertente dominante ou *mainstream*<sup>1</sup>, originada dos desenvolvimentos da teoria econômica clássica e sobre a neoclássica, historicamente, desenvolveu um modelo de análise da ação econômica pautado no pressuposto da racionalidade, representado pela noção de *homo economicus*<sup>2</sup>. Este modelo analítico é centrado na figura do agente racional e, portanto, parte do princípio argumentativo de que as escolhas dos agentes econômicos são previsíveis. Este modelo de ação irá orientar as análises do mercado na ciência econômica.

Neste trabalho, buscamos realizar uma análise comparativa sobre os modelos teóricos oriundos da ciência econômica e da sociologia para o estudo da realidade mercantil. Um ponto fundamental para ambas as abordagens é compreender e explicar como é determinado o comportamento dos indivíduos ao estabelecerem relações nas transações mercantis. Ao longo do trabalho discorreremos sobre as

---

<sup>1</sup> *Mainstream* é o termo utilizado para se referir a um conjunto de escolas de pensamento consideradas ortodoxas. A economia *mainstream* se refere às teorias econômicas predominantes nos meios acadêmicos, basicamente derivadas da perspectiva neoclássica ou marginalista criada no século XIX pela chamada Escola Austríaca, mas desenvolvidas posteriormente por autores de diversas escolas e difundida sobretudo por pensadores norte-americanos da Escola de Chicago.

<sup>2</sup> O termo "homem econômico" é utilizado para fazer referência a um ser inerentemente maximizador de ganhos materiais, cujas motivações são automaticamente movidas por esse interesse (NUNES, 2018, p. 51)

formas pelas quais os fenômenos econômicos são entendidos pelas duas ciências, focando principalmente no comportamento individual como ponto de partida para a compreensão do funcionamento dos mercados, buscando apontar as divergências explicativas e/ou convergências entre as duas ciências.

Contudo, tendo em vista a delimitação do campo de conhecimento de cada ciência, é preciso questionar: Qual quadro teórico é mais adequado para fazer uma análise dos fenômenos econômicos? E qual a importância das contribuições sociológicas para a formação de um economista?

Ao longo da formação e da produção deste trabalho, buscamos ampliar o espaço teórico para a análise dos fenômenos econômicos, compreendendo a possibilidade de alternativas em termos de interesses, temáticas e metodologias. Acreditamos ainda que seja possível a formação em economia estruturada por uma abordagem social concreta.

Este trabalho se compõe de três capítulos além desta introdução e da conclusão. Iremos discorrer no capítulo dois sobre algumas teorias da sociologia econômica sobre o mercado e os comportamentos individuais no contexto econômico. Primeiramente abordaremos as obras de Max Weber e de Émile Durkheim, considerados pioneiros do campo e que são resgatados posteriormente com a emergência da nova sociologia econômica. Em seguida, tratamos de Karl Polanyi, que introduz um dos principais referenciais para a nova sociologia econômica em seu livro "A Grande Transformação", onde propõem-se a investigar os processos específicos de institucionalização do mercado e apresenta a noção de *embeddedness*. Por fim, trataremos de alguns autores contemporâneos ou da chamada nova sociologia econômica. A partir da obra de Polanyi, o sociólogo Mark Granovetter busca desenvolver e dar maior significado ao termo *embeddedness*, o termo busca construir uma relação significativa entre o social e o econômico. Por último, abordaremos Pierre Bourdieu que introduz importantes conceitos para a abordagem contemporânea da sociologia econômica, como *habitus* e *campo*.

No capítulo três, trazemos a abordagem do *mainstream* da economia sobre o mercado. São apresentados os elementos que compõem a visão determinante do equilíbrio estável na economia de mercado. No capítulo seguinte, continuamos essa discussão e apresentamos as falhas contemplativas da realidade da ciência

econômica ao interpretar os fenômenos de mercado. Ainda no quarto capítulo apresentamos de forma comparativa as abordagens sobre o mercado da sociologia econômica e da ciência econômica.

Finalmente, argumentamos que a ciência econômica pode se beneficiar de contribuições da sociologia no sentido de um alargamento das visões sobre os fenômenos econômicos, bem como buscamos evidenciar a importância da sociologia econômica para a formação de um cientista econômico.

## **2- O mercado na perspectiva da sociologia econômica**

Este capítulo se baseia na perspectiva da Nova Sociologia Econômica (NSE), tratando do desenvolvimento do conceito sociológico de mercado e das contribuições de autores contemporâneos que abordam a instituição mercantil como um processo de construção social.

### **2.1 O pioneirismo do estudo do mercado na sociologia clássica.**

De acordo com Gislain e Steiner (1995), conforme citado por Raud-Mattedi (2003, p. 1), a sociologia econômica (SE) ganha força no final do século XIX em contrapartida à hegemonia crescente da teoria econômica marginalista e aos limites evidentes de seu programa de pesquisa. A sociologia busca questionar o domínio da teoria econômica neoclássica e propõe que as ações econômicas não devem ser entendidas apenas sob a perspectiva da racionalidade utilitária. Isso se dá com a proposição de métodos alternativos de pesquisa em relação ao paradigma dominante na teoria econômica. Assim, como propõe Steiner (2006, p. 10):

A sociologia econômica não age como a economia pura. (...) ela realiza pesquisas históricas e sociológicas precisas para demonstrar que o comportamento egoísta, associado a outras formas de comportamento, varia conforme o contexto histórico e social para produzir tal resultado.

Para Swedberg (2004), a sociologia econômica pode ser definida de modo conciso como a aplicação de ideias, conceitos e métodos sociológicos aos fenômenos econômicos: mercados, empresas, lojas, sindicatos e assim por diante (p. 7). Assim podemos identificar que na SE o mercado é objeto de pesquisa de modo a serem observados comportamentos sociais que se revelam nas relações de trocas e que as objetivam. Swedberg (2004, p. 7) sob uma analogia da obra de Weber, ressalta essa característica da sociologia que adentra aos estudos dos fenômenos econômicos e por tanto se consolidar como SE:

Apoiando-se no enfoque de Max Weber, a sociologia econômica estuda tanto o setor econômico na sociedade (“fenômenos econômicos”) como a maneira pela qual esses fenômenos influenciam o resto da sociedade (“fenômenos economicamente condicionados”) e o modo pelo qual o restante da sociedade os influencia (“fenômenos economicamente relevantes”) (Weber, 1949).

Assim é possível entender que a sociologia economia busca a dimensão social da ação econômica, ou seja, a SE irá trazer a perspectiva sociológica aplicada a

fenômenos econômicos. A metodologia dá SE como ciência é considerar sob sua análise a história e as instituições econômicas, como o mercado, repensando por exemplo as noções de racionalidade.

Durkheim e Weber são considerados como pioneiros do campo da sociologia econômica entre o fim do século XIX e início do século XX. Foram os primeiros pensadores a focar seus métodos de pesquisa e ir a campo para compreender as estruturas sociais. Assim, Raud-Mattedi (2003, p. 2) destaca a importância dos estudos dos dois cientistas para a SE:

Durkheim e Weber iniciaram o estudo sociológico do mercado em termos de construção social, contribuindo assim diretamente para a emergência da nova sociologia econômica na década de 1970. Ambos refletiram sobre o papel das instituições na orientação do comportamento do ator econômico e, portanto, na regulação do mercado, com conclusões frequentemente semelhantes.

Assim, Durkheim e Weber são conhecidos e frequentemente citados como precursores da sociologia econômica, a mesma ao ser reconhecida como uma ciência autônoma. David Émile Durkheim foi um filósofo, sociólogo, antropólogo e cientista político francês, com os conhecimentos adquiridos por sua formação em direito e economia, procurou interpretar a sociedade e por tanto foi considerado um dos grandes pensadores da sociologia econômica.

Através do estudo de campo dos comportamentos dos indivíduos em sociedades, Durkheim introduziu e consolidou a sociologia como uma disciplina científica. Ao concretizar suas análises sociais, ele nos propõe a perceber que existem fatos sociais que vão muito além da racionalidade utilitária pois segundo sua análise são constituídos por uma consciência coletiva das sociedades. Para dar sentido a isso, a teoria durkheimiana desenvolve, como conceito central, a noção de fato social. Assim, SILVA (2006, p. 102), descreve como é conceituado o fato social na obra de Durkheim:

De acordo com essa teoria, o fato social é toda maneira de agir, fixa ou não, suscetível de exercer sobre o indivíduo uma coerção exterior; ou, ainda, que é geral ao conjunto de uma sociedade dada e, ao mesmo tempo, possui existência própria, independente das manifestações individuais que possa ter. (Durkheim, p. 87-109.).

Por ações fixas se entende como os comportamentos já consolidados, como por exemplo as regras jurídicas e o funcionamento dos sistemas financeiros. Já as ações não fixas podem ser consideradas como os comportamentos que serão

impulsionados a serem realizados de uma determinada forma durante um período de tempo, curto ou passageiro.

Colocando o mercado em análise, por ser considerado um mecanismo de interações sociais, a sociologia política Raud-Mattedi (2003) constata que apesar de Durkheim não definir realmente o que ele entende por mercado, ele não deixa de considerar este fenômeno econômico como uma instituição.

Ressaltando o conceito, pode-se afirmar que "instituição" é outro nome dado ao fato social durkheimiano para designar tanto os arranjos sociais fundamentais (uma constituição política) quanto fenômenos como a moda ou os preconceitos (Steiner, 2006, p. 11). Assim, a teoria durkheimiana nos traz a percepção de que o fato econômico relacionado ao mercado será considerado como um fato social, pois desse modo ele pode assumir um caráter moral e vestir uma forma institucional.

Raud-Mattedi (2003), apoiando sobre a análise de Steiner (1992) e Durkheim (1975) destaca que a abordagem institucional caracteriza a sociologia econômica durkheimiana: Durkheim identifica o mercado como uma das "instituições relativas à troca", no quadro de sua definição da sociologia econômica enquanto sociologia específica que analisa as instituições relativas à produção de riquezas, à troca e à distribuição (p. 4-5).

No entendimento de Durkheim é a estrutura social que molda a ação individual, ou seja, a sociedade define e influencia a ação individual sendo um indivíduo considerado um reproduzidor de ações da estrutura social ao qual está inserido. Assim, o comportamento de mercado do indivíduo será caracterizado pela influência das "instituições" e da estrutura social.

Durkheim traz em suas obras análises consideradas fundamentais à sociologia do mercado, porém isso não é evidente e de forma direta, isso é observado no decorrer de sua obra à medida que ele mostra o papel socializador da troca mercantil contextualizada a partir da divisão social do trabalho. Assim, Raud-Mattedi (2003, p. 6), parte do pressuposto de que a sociologia durkheimiana do mercado podia ser deduzida de sua análise do contrato na sociedade moderna:

"Mesmo onde a sociedade repousa da maneira mais completa na divisão do trabalho, ela não se resolve numa poeira de átomos justapostos, entre os quais só se podem estabelecer contatos externos e passageiros. Mas seus

membros são unidos por vínculos que se estendem muito além dos momentos tão curtos em que a troca se consuma” (Durkheim, 1995, p. 217). Portanto, a relação mercantil gera um laço social, mesmo sem passar por relações pessoais íntimas, na medida em que este laço não se esgota no único ato da troca, mas se enraíza em - e participa do processo de reprodução de - as instituições sociais.

Desse modo, Durkheim (1995) traz a reflexão que a maioria das nossas relações com outros indivíduos em sociedade são de natureza contratual, ou seja, a sociedade moderna é caracterizada por relações contratuais, como por exemplo a situação em que os trabalhadores buscam vender sua mão de obra disponível de modo a garantir a aquisição de instrumentos necessários à sua sobrevivência, assim ao comprarmos ou vendermos isso será configurado em condições de existência para as transações mercantis. Portanto, Steiner interpreta que o mercado não é um resultado de um arranjo espontâneo de agentes econômicos:

(...) as transações mercantis, são o resultado de um conjunto não coordenado de decisões institucionais (políticas, jurídicas, econômica), de relações pessoais e culturais que sofrem e veiculam as contingências da história (2006, p. 75).

O outro pioneiro, responsável pela constituição da sociologia econômica como ciência, foi Maximilian Karl Emil Weber. Viveu entre 1864 e 1920 e dedicou-se aos estudos do direito, filosofia, sociologia e da história, entretanto usou dos seus conhecimentos nesses campos de estudos para compreender melhor as relações sociais e assim se aprofundou no estudo da sociologia. É consolidado como um importante sociólogo e destacado economista alemão, seus estudos e contribuições para a sociologia seguiram sobre a constante compreensão das chamadas “ações sociais” para explicar suas lógicas causais.

Weber, produz uma de suas mais importantes obras, “Economia e sociedade” (1922), em uma época em que as noções da ciência de mercado eram dominadas pela influência da economia neoclássica. Entretanto, o “percurso que ele percorre em sua obra, destoa completamente do adotado pelo mainstream econômico”. (Silva; Duarte, 2018, p. 279)

Em comparação a Durkheim, que desenvolve sua teoria sobre a percepção de que a ação sobrepõe o indivíduo, Weber se distancia ao dizer que a primazia da ação está no indivíduo. Ao explicar e dar sentido a isso ele irá se preocupar com

subjetividade na análise das relações e ações sociais. Desse modo, ele conceitua a ação:

Por “ação” entende-se, neste caso, um comportamento humano (tanto faz tratar-se de um fazer externo ou interno, de omitir ou permitir) sempre que e na medida em que o agente ou os agentes o relacionem com um sentido subjetivo. Ação “social”, por sua vez, significa uma ação que, quanto a seu sentido visado pelo agente ou os agentes, se refere ao comportamento de outros, orientando-se por este em seu curso (Weber, 1991, p. 3).

Desmistificando a teoria, entendemos que na percepção de Weber a ação econômica social sofre a influência das expectativas relativas ao comportamento dos outros membros da sociedade (Raud-Mattedi, 2003, p. 10). Assim cada indivíduo age por uma razão ou motivo, e é o indivíduo que dá sentido à sua ação social, ao estabelecer uma comunicação em sociedade.

Weber (1991) propõe três diferentes tipos de ação social. Primeiramente citamos a afetiva, impulsionada por estados emocionais e sentimentos, como o amor, prazer, a raiva, etc. Essa ação é dotada de sentido próprio para o indivíduo e parte da busca pela satisfação de suas necessidades sentimentais.

A segunda é a ação tradicional, essa carrega a força do hábito, ou seja, agir conforme os costumes. Weber ressalta que mesmo com a modernidade caracterizada por uma racionalização crescente, a tradição é persistente na tomada de decisão dos indivíduos: “mesmo com considerável racionalização da ação, a influência exercida pela orientação tradicional permanece relativamente importante” (Weber, 1991, p. 41).

A terceira é a ação racional, essa dividida em duas subpartes, (1) a ação racional determinada por valores, que irá carregar forte influência de crenças e convicções, e (2) a ação racional determinada por fins, ou seja, que está relacionada ao interesse de ganhar algo em troca de uma determinada ação. Como podemos observar com as próprias palavras de Weber, a ação racional que se objetiva a um fim é determinado por:

“... expectativas no comportamento dos objetos do mundo interior como de outros homens, utilizando essas expectativas como “condições” ou “meios” para o alcance de fins próprios racionalmente avaliados e perseguidos” (Weber, 1991, 417).

Vale ressaltar que compreendendo a ação social em Weber, ele identifica que a mesma pode ser racional com objetivos determinados, em termos de valores, em

termos afetivos e tradicionais. A partir do argumento que identifica toda a ação humana como dotada de uma racionalidade, Weber sugere que é papel das ciências sociais identificá-las e estabelecer o vínculo que estabelece a relação de causa e consequência entre os fatos de um determinado fenômeno social ou organizacional (Weber, 1991). Em tese, Garcez (2014) destaca os rumos da pesquisa sociológica de Weber, que buscou compreender interpretativamente a ação social e assim explicá-la causalmente:

Em sua pesquisa procurou demonstrar que todos os fenômenos do mundo sociocultural se originam da interação social e podem ser referidos a ela. Weber buscou demonstrar ainda que o papel central da sociologia é compreender o sentido que o ator designa a sua própria ação, por isso a utilização da expressão "sentido subjetivo" (p. 67).

Na abordagem de Weber e Schumpeter, a história deve ser considerada nas análises dos fatos econômicos, assim, a sociologia econômica é parte complementar à economia política para tais autores (Steiner, 2006). Weber parte de uma estratégia de junção, buscando reunir a teoria econômica à análise dos fatos históricos, ou seja, a união da Economia Política e da Sociologia. Assim, Steiner (2006, p. 14) identifica como Weber propõe que a sociologia econômica deve interpretar e abordar as ações econômicas:

(...) a partir de três aspectos: (1) análise da estrutura das relações socioeconômicas presentes nos fenômenos; (2) análise da formação histórica dessas relações; (3) análises de sua significação cultural. Dando origem às três dimensões (analítica, histórica e cognitiva), que designa a sociologia econômica contemporânea, com a exigência que se enfatizem as instituições e ações econômicas.

Contudo, o mercado dentro do contexto da teoria deve ser observado por uma ótica de oportunidades de trocas desafiadas por relações diversas, culturais e históricas. Compreende-se que o mercado em Weber é o "arquétipo de toda ação social" racional; ou seja, é o lugar onde age o ator racional, onde o ator social busca a satisfação de seus interesses: "interesses racionais ligados a um fim determinam em grau muito alto os processos de mercado" (Weber, 1991, p. 419 e 420).

Segundo a análise de Silva e Duarte (2018), o mercado para Weber é considerado como uma instituição social e não um dado com o qual a humanidade convive desde sempre e conviverá para sempre. Mais profundamente em suas análises, apontam que os diferentes graus de obtenção de riqueza caracterizam o

mercado como uma relação de poder, onde segundo Weber a troca é por excelência o poder exercido de forma não violenta.

## 2.2 A abordagem do mercado na Nova Sociologia Econômica

A partir da década de 1940, Karl Paul Polanyi, filósofo, historiador, antropólogo econômico, sociólogo e economista político, propõe uma visão da economia que servirá de base para a compreensão do mercado na Nova Sociologia Econômica.

Uma das principais obras de Polanyi e importante referencial para a sociologia economia é o livro “A Grande Transformação” (1944). Nesta obra, o autor faz uma contextualização dos fatos históricos concernentes à evolução do padrão de mercado e sobre as formas de organização social frente à abrangência da economia do mercado, desde as sociedades primitivas, e assim como as relações de trocas evoluíram ao estágio de organização do comércio exterior.

No panorama das ciências sociais, Karl Polanyi é usualmente considerado o “pai” do conceito de incrustação (*embeddedness*) (Machado, 2010). A tradução mais fiel de *embeddedness* é “Imersão”, sendo que o termo designa os comportamentos e as instituições que são compelidos pelas relações sociais. Para Schneider e Escher (2011), o conceito de Imersão, levando em consideração o termo empregado por Polanyi, se refere:

(...) à formação de significado para as ações dos atores inseridos num contexto ou ambiente institucional historicamente determinado, e expressa a ideia de que as estruturas sociais, estabelecidas e enraizadas em regras, normas, convenções, hábitos etc. condicionam o comportamento social dos indivíduos (p. 196)

Em sua obra, (Polanyi 2012) faz uma distinção entre as economias formalistas e substantivas, buscando explicar os diferentes significados da economia. Os sociólogos Sérgio Schneider e o economista Fabiano Escher (2011) também sistematizam em suas análises a identificação dos dois significados na obra de Polanyi:

O primeiro significado, o “formal”, que “deriva do caráter lógico da relação entre meios e fins”, se refere à escolha racional entre usos alternativos de recursos escassos em busca de maximização. O segundo significado, o “substantivo”, que “deriva da dependência em que se encontra o homem em relação à natureza e a seus semelhantes para conseguir seu sustento”, se refere ao intercâmbio com o meio natural e social, através do qual os seres humanos conseguem satisfazer suas necessidades materiais (2011, p. 190)

Polanyi irá considerar que as ciências sociais poderão desfrutar apenas do significado “substantivo” da economia para se aprofundar em análises históricas de todas as econômicas existentes, que constitui a economia como parte de um processo de interação entre o homem e o seu ambiente natural e social que objetiva as satisfações das necessidades humanas. E para Polanyi é essa interação que constitui a base da institucionalização. Seguindo essa lógica da economia institucionalizada nas relações sociais, Schneider e Escher (2011) ressaltam a concepção de Polanyi:

Polanyi, irá analisar que em vez de a economia estar embutida nas relações sociais, são as relações sociais que estão imersas [embedded] no sistema econômico (2000, p. 77). Contudo, a sociedade tornara-se um acessório do sistema econômico (p. 97). Ou seja, a esfera econômica parece se desvincular e se autonomizar em relação à esfera social” (p. 197).

Sobre essa perspectiva o mercado será identificado como uma instituição imersa em vínculos históricos e culturais, e serão regulados por tais estruturas sociais. Schneider e Escher (2011, p. 189), apoiando sobre a análise de Polanyi (1977) explica que a mentalidade dos homens e sua própria racionalidade são informadas pelas instituições vigentes e que os mercados são complexos, institucionais e historicamente constituídos

Para o autor, a sociedade dita regras e comportamentos que são fatores influenciadores do comportamento econômico e, assim, constata e destaca que são as relações sociais do homem que o controla, ou seja, a economia está contida nas relações sociais do homem.

Polanyi (2000), faz uma análise crítica ao discorrer sobre os fatos históricos, evidenciando o fato de que a partir do século XX a motivação do lucro, com a modernização do mercado, passa a substituir a motivação da subsistência, através da idealização do homem econômico. A trajetória das mudanças e a evolução do mercado o levou ao ponto de se moldar como um grande sistema autorregulável. O mercado no âmbito capitalista dá margem à motivação utilitarista da ação econômica, reguladas por instituições.

Em meados do século XX, o americano, sociólogo e professor, Mark Sanford Granovetter, muito conhecido por sua teoria das redes sociais e também como importante referência da sociologia econômica, dá continuidade à perspectiva da

imersão desenvolvida por Polanyi. O conceito de *embeddedness* é usado para construir uma relação entre o social e econômico, ou seja, para dizer que a atividade econômica está inserida nas relações sociais. O termo e a análise tornam-se um referencial essencial da NSE a partir de Granovetter. Assim, é nítida a ligação das investidas teóricas de Polanyi com os estudos de Granovetter<sup>3</sup>, mesmo que se posicionem de maneiras distintas sobre alguns pontos, sobretudo por Polanyi buscar avançar mais nitidamente a uma análise sobre as instituições sociais enquanto Granovetter se encarrega da análise das ações individuais através do processo de investigação da natureza dos laços entre os indivíduos em sociedade, como diz no trecho:

Minha abordagem da sociologia econômica apóia-se em duas proposições sociológicas fundamentais: em primeiro lugar, a ação é sempre socialmente localizada e não pode ser explicada, fazendo-se referência, apenas, aos motivos individuais que possam tê-la ensejado; em segundo lugar, as instituições não brotam automaticamente tomando uma forma incontornável; elas são construídas socialmente (GRANOVETTER, 1990, p. 95-6, apud STEINER, 2006, p. 27-28).

Assim, Granovetter caracteriza sua concepção de sociologia econômica e propõe a concepção de que as ações econômicas se encontram enraizadas em redes de relações interpessoais que não devem ser consideradas como elementos independentes de contexto social. Com isso, analisa os fatos econômicos como fatos sociais. Para ele, o indivíduo não age fora do contexto social em que está inserido. Assim:

Os atores não se comportam nem tomam decisões como átomos fora de um contexto social, e nem adotam de forma servil um roteiro escrito para eles pela intersecção específica de categorias sociais que eles porventura ocupem. Em vez disso, suas tentativas de realizar ações com propósito estão imersas em sistemas concretos e contínuos de relações sociais. (GRANOVETTER, 2007, p. 9).

Para Steiner (2006, p. 30), à medida que a sociologia econômica se debruça sobre o tema “mercado”, ela se enriquece, se desenvolvendo conceitualmente (teoria

---

<sup>3</sup> Granovetter tem sua teoria fortemente influenciada por Polanyi e busca retornar em sua obra algumas das importantes concepções do autor. Destacamos que Polanyi considerava importante a análise dos fenômenos econômicos a partir de perspectivas de economias formadas além da lógica do pensamento ocidental. Entretanto, a análise descolonial dos fenômenos econômicos não é considerada e retomada por Granovetter no NSE.

da inserção social da economia) e tecnicamente (análise de redes ou análise estrutural).

Assim, para a sociologia econômica contemporânea, o mercado não é constituído de atores atomizados e dissociados das influências das relações sociais. No mercado, portanto, as relações de trocas se dão por um conjunto de ações sobrepostas em redes concretas de relações sociais. Granovetter contribui para esta visão ao identificar que as ações econômicas dos agentes estão inseridas numa teia de relações e redes sociais, em que as escolhas dos indivíduos sucedem num tecido de conexões com outros agentes e não num vazio:

As redes sociais são percebidas pelo autor como impulsionadoras de confiança, permitindo relações cooperativas. As redes são o elemento estrutural que define padrões de comunicação, hipóteses de difusão, quadros de mobilização de recursos materiais e humanos, contribuindo para o desenvolvimento de alianças determinantes para o futuro do mundo econômico (Granovetter, 2001, p.77, apud ARAUJO, 2006, p. 25).

Para SANTOS (2014, p. 24), Granovetter cunha o conceito de imersão para enfatizar que sua forma operatória está nas redes sociais, que são um conjunto regular de contatos ou conexões sociais similares entre indivíduos e grupos. Santos (2014) também cita Higgins (2005), que faz uma análise da obra de Granovetter em contextualização do termo imersão:

(...) para Granovetter, a relação social significa o contexto de interações em que se movimentam os agentes econômicos, por isso, o conceito de imersão visa “trazer de volta a noção de relação social que fica anulada pela ideia atomista de ator social” (Higgins 2015 p. 113, apud SANTOS, 2014).

Conforme o caminho adotado pela pesquisa de Granovetter, de fundir as ideias de Polanyi sobre “enraizamento” com a análise das redes, sucede que a tarefa da NSE seria descrever a maneira como as ações econômicas se dão através de redes, assim, as ações não estariam em busca de caminhos diretos da maximização, mas sim os caminhos complexos dados pelas redes existentes. (SWEDBERG. 2004)

Ainda tratando da perspectiva da NSE sobre o mercado, podemos encontrar uma análise sobre dimensões socializadoras das instituições mercantis, fruto das contribuições do autor Pierre Félix Bourdieu. O sociólogo francês em duas de suas principais contribuições na pesquisa sociológica do mercado – “As Estruturas Sociais da Economia” (2001) e “O Campo Econômico” (2005) – constrói uma ideia de mercado centrada na ação orientada por significados socialmente construídos.

Para Bourdieu (2005), o mercado é fruto de uma construção social, tida como um mecanismo histórico. Para ele as ações econômicas, que influenciam nas práticas mercantis, são influência do social e há referências históricas que justificam essas ações. Assim, o mercado, para o autor, pode ser compreendido como:

Sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, como princípio gerador e estruturador das práticas e das representações que podem ser objetivamente “reguladas” e “regulares” sem ser o produto da obediência a regras, objetivamente adaptadas a seu fim sem supor a intenção consciente dos fins e o domínio expresso das operações necessárias para atingi-los e coletivamente orquestradas, sem ser o produto da ação organizadora de um regente (Bourdieu, 1994, p. 60-61)

Bourdieu desenvolveu o conceito de *habitus* como instrumento interpretativo da realidade. Assim, em sua análise, as estruturas estruturantes fazem referência à construção dos indivíduos sobre uma trajetória histórica do mesmo em sociedade, influências essas que se dão predispostas ao indivíduo. De modo geral, o termo *habitus*, significa que a ação dos indivíduos será determinada por estruturas sociais, assim os mesmos agem de forma predisposta pelas estruturas e essas ações, dotadas de sentidos culturais e sociais, têm a capacidade de modificar a própria estrutura social.

Em Bourdieu (1994), as relações sociais são munidas de contribuições mútuas, entre o que representa o indivíduo e a sociedade. Assim, podemos observar que ele faz uma junção entre o que é defendido por Durkheim e Weber, ao concluir que tanto as estruturas sociais influenciam as ações sociais, quanto as ações individuais têm o poder de modificar as estruturas sociais.

A visão de mercado em Bourdieu é constituída em torno da ideia de construção social, perspectiva marcante da NSE de modo geral. Assim, contextualizando *habitus* em função do mercado, o termo pode ser colocado em prática nas preferências de consumo que estão ligadas às condições e trajetórias sociais da existência das pessoas.

Uma importante contribuição se tratando do tema da construção social de mercados foi dada por Garcia-Parpet (2003) ao estudar o mercado de morangos na região da Sologne, na França. Em seu estudo empírico, a socióloga irá aplicar as teorias da NSE para analisar um mercado construído socialmente.

Esse mercado de morangos é caracterizado por um grupo de produtores na região de Sologne que, a princípio, insatisfeitos com o arranjo de escoamento de produção para o mercado, onde não tinham poder sobre a negociação de preços, se reuniram para a implementação de uma espécie de bolsa local de morangos. A operação objetivava somar forças entre os comerciantes da região para que o jogo da concorrência pudesse operar mais livremente, de modo que os preços resultassem mais do jogo da oferta e da demanda do que da imposição dos “expedidores” ou “corretores” (Garcia-Parpet, 2003, p. 22).

Garcia-Parpet (2003) em sua pesquisa de campo e análise procura descrever as características desse mercado, que é marcado pelo uso de tecnologia de ponta, onde as transações comerciais são realizadas por meio da informação imediata dos compradores sobre os preços propostos em leilão através de um painel operado por computador. Portanto, esse mercado se consolida como uma rede de comunicação eficiente e muito dinâmica, com informação plenamente disponível e uma relação equilibrada entre oferta e demanda.

Em sua análise, Garcia-Parpet (2003) identifica o mercado de morangos de Fontaines-en-sologne como uma realização particular do modelo de concorrência pura e perfeita. No entanto, a construção desse mercado foi marcada por um processo organizacional dos agentes de interesses e foi criado devido a um processo de construção social e econômica onde foram fortalecidos vínculos entre os agentes envolvidos. Assim, a autora dá corpo e existência social à suposta “mão-invisível” do mercado, contribuindo para a validação empírica da perspectiva da nova sociologia econômica.

### **3- O mercado na teoria econômica *mainstream***

Este capítulo se baseia na perspectiva da Microeconomia neoclássica, um dos principais campos de estudos na ciência econômica. A mesma tem pressuposto central a ideia de que o homem busca agir em sociedade através de uma mentalidade racional, o que implica em uma abordagem específica dos fenômenos mercantis que será analisada no capítulo.

#### **3.1 A funcionalidade do mercado para a ciência econômica**

A consolidação da ciência econômica acompanha o desenvolvimento do próprio mercado e da sociedade de mercado. No século XIX se desenvolve e consolida aquela que se tornaria a visão dominante nesse campo científico – a teoria econômica neoclássica.

O pensamento neoclássico é tido como uma das principais correntes do pensamento econômico e tem como pioneiro Alfred Marshall que, em sua obra publicada em 1890, “Princípios de Economia”, aborda importantes contribuições de autores clássicos e utilitaristas. Marshall é considerado pela ciência econômica como criador da microeconomia neoclássica.

Considerado como um dos principais campos de estudos da ciência econômica, a microeconomia busca compreender o comportamento racional dos tomadores de decisão, indivíduos e organizações (empresas, governos e associações), em situações de mercado. Assim, o mercado é uma ferramenta analítica da microeconomia, ao passo que também constitui um pressuposto sobre a organização da sociedade e, conseqüentemente, sobre o comportamento humano.

Segundo Morcillo<sup>4</sup> (2006, p. 17, tradução nossa), mercado é toda instituição social na qual os bens e os serviços, assim como os fatores produtivos, são objetivo de troca. Essas trocas são manipuladas por duas forças da economia de mercado – demanda e oferta – que irão determinar a quantidade de produção e a oferta e os preços. Assim Pindyck e Rubinfeld (2013), analisam como são determinados os preços no mercado:

---

<sup>4</sup> *Un mercado es toda institución social en la que los bienes y servicios, así como los factores productivos, se intercambian.*

O preço de mercado é determinado pela interação entre compradores e vendedores. Em mercados perfeitamente competitivos, um único preço costuma prevalecer. Em mercados que não sejam perfeitamente competitivos, diferentes vendedores podem cobrar diferentes preços. Nesse caso, o preço de mercado será o preço médio predominante (p. 18).

Assim, os mercados possibilitam transações entre compradores e vendedores, que, por meio de suas interações efetivas ou potenciais, determinam o preço de um produto ou de um conjunto de produtos (Pindyck; Rubinfeld, 2013, p. 708). A determinação do “preço de mercado” pode levar em consideração diversas variantes como custo de produção, maximização do lucro, estratégia de participação de mercado etc. Essas variantes determinantes do preço operam de diferentes maneiras em cada tipo de estrutura de mercado.

A microeconomia estuda as relações entre as famílias e as instituições da economia (empresas), bem como as formas por meio das quais este relacionamento se efetiva. Este campo da ciência econômica se interessa pela forma como se dá essa interação, ou seja, como as empresas operam no mercado e como os consumidores fazem suas escolhas, com base nas crenças de que os indivíduos fazem escolhas racionais visando a maximização da utilidade.

Para a microeconomia, o mercado pode ser identificado por meio de duas estruturas: monopólio e concorrência perfeita, e entre eles pode existir uma estrutura de concorrência imperfeita, que envolve desde oligopólio até a concorrência monopolística. Essas estruturas de mercado vão ser determinadas de acordo com suas posições estratégicas, que são determinadas por preços, qualidade, marca, tecnologia, etc. A determinação do “preço de mercado”, por exemplo, só prevalece em um mercado competitivo, onde são estabelecidas as leis de oferta e demanda, mas em mercados não competitivos os preços dependem, entre outros fatores, da posição e da formação da demanda, da estrutura de custo e da interação das empresas no mercado.

### **3.2 Princípios que determinam o comportamento de mercado**

Na microeconomia, o comportamento dos seres humanos pode ser baseado em dois princípios, como bem descrito por Varian:

- 1) Princípio de otimização: As pessoas tentam escolher o melhor padrão de consumo ao seu alcance (Varian, 1947, p. 3);

- 2) Princípio de equilíbrio: os preços ajustam-se até que o total que as pessoas demandam seja igual ao total ofertado (Varian, 1947, p. 3).

Nos princípios anteriores, é considerado o comportamento dos seres humanos sob a perspectiva da economia clássica, ou seja, considerando que as pessoas se comportam em situação de mercado, de modo racional, fazendo suas escolhas e determinando suas preferências de acordo com as alternativas disponíveis, de modo a maximizar suas utilidades. Também considera que o indivíduo detém todas as informações disponíveis necessárias para fazer suas escolhas, sobre o contexto do item de consumo.

O princípio da otimização irá argumentar que os agentes buscarão maximizar o seu nível de satisfação dada a sua dotação orçamentária. O mesmo leva em consideração que as pessoas farão suas escolhas obedecendo a lei de utilidade marginal.

A lei da utilidade marginal postula que uma unidade a mais de determinado bem ou serviço gera uma unidade a mais de satisfação ao consumidor, até que o consumidor esteja totalmente satisfeito. Ao atingir a satisfação, o aumento de unidades no consumo irá reduzir gradativamente a utilidade marginal de cada unidade até chegar a zero ou ao limite do que o indivíduo em questão pode gastar dada sua restrição orçamentária.

Assim, para Pindyck e Rubinfeld (2013, p. 93), no princípio da utilidade marginal decrescente, à medida que se consome mais de determinada mercadoria, as quantidades adicionais que forem consumidas irão gerar cada vez menos utilidade. E a maximização da utilidade ocorrerá somente quando o consumidor tiver satisfeito o princípio da igualdade marginal, quando os consumidores igualam a utilidade marginal por unidade monetária gasta em cada um dos bens.

Portanto, os consumidores irão em busca de maximizar suas satisfações, mas estão sujeitos a restrição da renda que dispõem para consumo. Dessa forma, ao fazerem escolhas de mercado, os consumidores tentarão obter os menores preços disponíveis diante das variedades de produtos consumidos. O consumidor, diante dos preços, escolhe entre bens que devem ser consumidos em menor quantidade diante da vantagem de preço de outro que possa ser consumido em maior quantidade e que

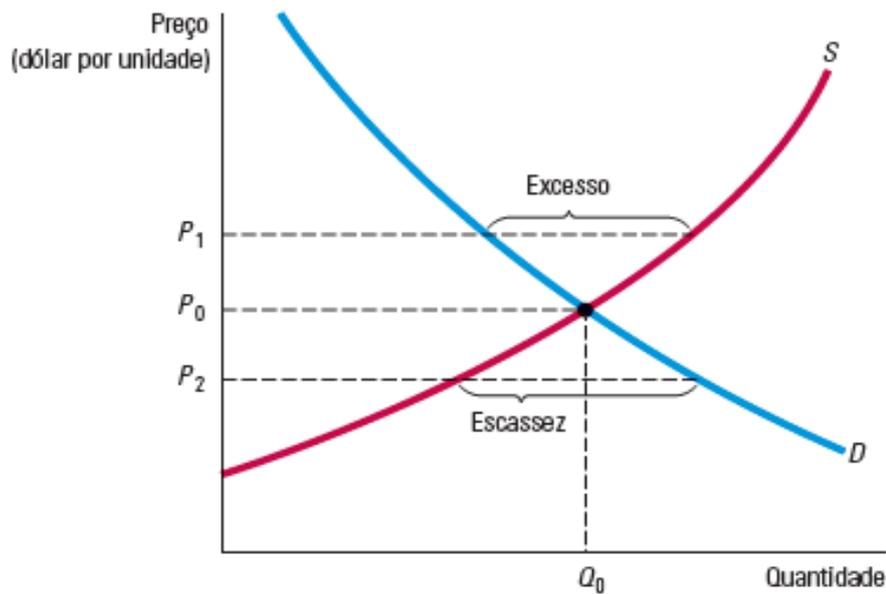
possa atender a necessidade do consumidor. Essa comparação é considerada em termos de quantidades marginais, onde leva-se em conta a vantagem de fazer ajustes nos padrões de consumo. É necessário sempre considerar que determinados bens não são substitutos perfeitos na satisfação de necessidades de cada consumidor.

Varian (2012), analisa o princípio de equilíbrio sob a perspectiva de que os preços se ajustam até que o total que as pessoas demandam seja igual ao total ofertado. Em uma situação de equilíbrio, o agente individual irá fazer as melhores escolhas possíveis, levando em consideração o conjunto de ações tomadas pelos outros indivíduos e a estrutura institucional que define as ações individuais.

Sobre a análise microeconômica dos preços de mercado, partindo da perspectiva de que os consumidores estão em busca de satisfazerem suas necessidades, isso levará a relação entre demanda e oferta a um ponto de equilíbrio de mercado onde não só os consumidores, mas também as firmas chegaram a um equilíbrio no preço, valor que os consumidores estariam dispostos a pagar e os ofertantes estariam dispostos a colocar à venda.

No livro intitulado de “Microeconomia”, redigido por Robert Pindyck e Daniel Rubinfeld (2013), e que é referência de estudo do campo, determina-se que o ponto de equilíbrio de mercado é representado pela figura abaixo. Seguindo a análise da obra, no ponto em que as duas curvas se cruzam, é atingido o equilíbrio entre o preço e a quantidade. Nesse ponto, não há escassez nem excesso de oferta. A oferta e a demanda podem não estar sempre em equilíbrio, mas a tendência do mercado é sempre ir em busca de tal equilíbrio, onde há a satisfação dos consumidores e das firmas.

**Figura 1:** “Oferta e demanda”:



Fonte: Pindyck, Robert S. Rubinfeld, Daniel, 2013, p. 25

Conforme a teoria microeconômica, em uma situação em que o governo decide, através de estratégia política, impor o controle de preços, mantendo o preço abaixo do nível que equilibra oferta e demanda, resultará, a longo prazo, em uma escassez da quantidade, ou seja, a quantidade demandada excederá a quantidade ofertada.

Assim, diversos fatores sociais e eventos econômicos poderão influenciar a curva da demanda e da oferta como, por exemplo, uma mudança significativa do PIB com base na renda nacional, aumento da população, gostos, moda, preços de bens substitutos ou complementares. Assim como eventos que podem afetar diretamente a oferta, mudanças nas condições naturais, disponibilidade e preços de insumos, tecnologia, ou políticas fiscais que afetem a produção podem alterar a curva e a situação de equilíbrio.

#### **4- Comparação entre a teoria da sociologia econômica e a microeconomia neoclássica em torno da concepção de mercado.**

Esse capítulo busca fazer uma comparação entre a teoria da SE e o *mainstream* da economia, esta última apresentada anteriormente a partir das contribuições da microeconomia neoclássica. Esta comparação visa evidenciar as concepções de mercado das duas correntes de pensamento.

Primeiramente, será retornado neste capítulo, de forma resumida, valiosas contribuições de alguns dos principais autores em ambas as vertentes para que, por fim, possam ser destacadas possíveis lacunas na teoria econômica e contribuições da teoria sociológica.

##### **4.1 Panoramas e princípios gerais da sociologia economia e do *mainstream* econômico.**

Do ponto de vista da análise dos mercados, destacamos importantes avanços na economia e na SE no sentido de priorizar o estudo das relações mercantis. Em um contexto geral, o mercado é identificado pelo *mainstream* da economia como parte de um comportamento engessado e universal. Já a sociologia econômica identifica os mercados como estruturas sociais construídas em contextos históricos.

O final do século XIX e início do século XX foram marcados, em termos científicos, pelo surgimento até a consolidação da SE como ciência autônoma. Um novo marco analítico começou a ganhar força em meios acadêmicos de modo a questionar os principais pressupostos da Economia Clássica definidos pelo individualismo metodológico. A SE avançou muito nos últimos tempos, como tratamos no segundo capítulo, sendo reconhecida atualmente como uma ciência que busca desmistificar os fenômenos econômicos sob a análise de seu contexto histórico, social e cultural.

Dois sociólogos foram responsáveis por marcarem a consolidação da SE como ciência. Durkheim e Weber, pioneiros do campo, contribuíram com valiosas bases teóricas que serviram para aprofundamento dos estudos da Sociologia Econômica ao longo do tempo.

A teoria durkheimiana buscou outras formas de racionalidade e outras causas de comportamentos econômicos que não os advindos da racionalidade defendida pelo *mainstream* da economia. Em sua obra, como relatamos nesta pesquisa, não é possível encontrar um estudo específico sobre a realidade mercantil e Durkheim também não define mercado. Porém, o sociólogo busca destacar a importância que o fenômeno econômico, que ele caracteriza como instituição, teve para a formação da sociedade moderna. O mercado como uma instituição social pode ser compreendido também em sua obra a partir da noção de contrato. Para ele, o contrato é uma instituição social que resulta não apenas do cálculo econômico, mas da evolução social.

Já para Max Weber, a sociologia econômica seria constituída pela teoria econômica, pela história econômica e pela sociologia (SWEDBERG, 1998). O conceito central da teoria weberiana é o indivíduo e sua ação “social”. O indivíduo é movido por seus interesses que, contudo, não são apenas materiais. O sociólogo alemão se encarregou de definir o fenômeno econômico e as realidades mercantis, conceituando mercado como: “quando pelo menos por um lado há uma pluralidade de interessados que competem por oportunidades de troca” (Weber, 1991, p. 419).

É perceptível que Durkheim e Weber se diferem por notáveis diferenças teóricas. De forma sucinta, descrevemos que para Durkheim, a sociologia econômica é capaz de substituir a teoria econômica, considerada por ele como cientificamente inadequada em seus fundamentos. Já para Weber, a sociologia econômica passou a ter como vocação completar a economia, já que a mesma dá brechas para que os contextos históricos sejam levados em consideração.

É importante destacar que a sociologia econômica não é uma síntese da sociologia e da economia e sim uma parte do um todo representado pela sociologia, situada no campo das ciências sociais, o que implica em um arcabouço teórico e em metodologias específicas.

Destacamos que a ideia básica da sociologia econômica é que todos os fenômenos econômicos possuem raízes sociais. Para os sociólogos da economia, o *homo economicus* não existe, existem apenas atores econômicos concretos que possuem uma determinada idade, uma determinada inserção, pertencem a um gênero e assim por diante (Swedberg, 2004. p. 2).

A outra vertente comparada neste trabalho, o *mainstream* da economia, se baseia em modelos definidos matematicamente em que o *homo economicus* é tido como o padrão que define o agente econômico, o qual é onisciente, e desconsidera o ser como socializado, ou seja, não leva em consideração esse aspecto da realidade dos indivíduos em seus modelos. Além disso, essa perspectiva considera que o agente econômico é movido pela busca exclusiva da maximização de ganhos. Assim, o *mainstream* econômico se pauta pela noção de equilíbrio de mercado e pelo pressuposto de que os agentes irão competir por melhores decisões.

Assim a ciência conceitua o mercado através de um modelo pré-definido de determinação de preço que é tido como o resultado procedente das demandas de eficiência. Economistas, marginalistas e filósofos utilitaristas definiram o próprio objeto da ciência econômica como o cálculo das dores e dos prazeres, ou seja, como o estudo da racionalidade econômica (JEVONS, 1970, p. 55).

#### **4.2 As diferenças metodológicas das duas ciências e as falhas do modelo econômico.**

Apresentamos a seguir um quadro comparativo entre a Sociologia econômica e o *mainstream* da economia visando evidenciar suas diferenças metodológicas. A economia tem como base métodos matemáticos nos quais o contexto histórico e social é desconsiderado. Já a sociologia econômica busca contemplar a realidade social e identificar o agente econômico como um ator social que tem suas escolhas carregadas por sentidos sociais, culturais e econômicos.

**Figura 2: “Sociologia econômica x mainstream econômico”**

	SOCIOLOGIA ECONÔMICA	MAINSTREAM ECONÔMICO
CONCEITO DE ATOR	Reconhece que o comportamento social do ator o influencia.	O ator não é influenciado por outros atores.
AÇÃO ECONÔMICA	Diferentes tipos de ação econômica, incluindo a ação racional. O comportamento racional é uma variável.	Toda ação econômica é racional e tem como objetivo a geração lucros; Racionalidade tida como pressuposto.
DETERMINANTES DA AÇÃO	Determinada pela escassez de recursos, estrutura social e cultura.	Determinada pela escassez de recursos e preferências.
A ECONOMIA EM RELAÇÃO À SOCIEDADE	Economia como parte de um processo de interação entre o homem e o seu ambiente natural e social; A sociedade é sempre a referência básica.	O mercado e a economia são as referências básicas; Sociedade é tomada como um “dado”.
O MERCADO	Mecanismo de interações sociais.	Mercado como mecanismo único/exclusivo onde os fatores produtivos são objeto de troca; desconsidera as relações sociais.
OBJETIVOS DA ANÁLISE E MÉTODOS UTILIZADOS	Descrição e explicação; Diferente métodos são utilizados, incluindo o histórico comparativo.	Predição e explicação; Modelos matemáticos pré-definidos.
TRADIÇÃO INTELLECTUAL	Marx, Weber, Durkheim, Polanyi, Parsons/Smelses; Os autores clássicos e fundadores da Sociologia Econômica (SE) são tidos como referências.	Smith, Ricardo, Mill, Marshall, Keynes <sup>5</sup> . Os clássicos pertencem ao passado, a ênfase está na teoria e nas realizações atuais.

Fonte: Smelser e Swedberg. 1994, p 4. apud Júnior (2002, p 43).

No que concerne à postura de rompimento ou de colaboração com a economia de parte dos autores da sociologia econômica, é necessário fazer alguns comentários. Primeiramente, destacamos a visão de Durkheim. Em um panorama geral da sua obra, consideramos que o autor busca evidenciar as regras morais instituídas em

<sup>5</sup> Smith e Ricardo, são considerados economistas das correntes de pensamentos denominadas por “Clássicos”. Mill e Marshall estão incluídos na concepção de marginalistas e neoclássicos. Keynes faz parte da corrente de pensamento que vai em oposição aos “clássicos” e “neoclássicos”, corrente que se formulou a partir da história do pensamento econômico.

sociedade, ou seja, aquelas que permitem realizar a adequação entre os interesses individuais e a coletividade. Para ele, os agentes econômicos ao se relacionarem em instituições são incentivados a seguirem a lógica de interesses sociais. Raud-Mattedi (2003), faz uma análise a partir do que é conceituado por Durkheim:

Diferentemente dos conceitos da racionalidade econômica, Durkheim mostra que o bem-estar coletivo não pode decorrer da busca egoísta dos interesses individuais. Pelo contrário, existe um antagonismo entre ambos, pois, sem disciplina moral, a sede de riqueza é sem fim (Durkheim, 1983).

Durkheim faz a crítica radical do pressuposto do comportamento racional. Nesse sentido, Raud-Mattedi (2003) afirma que o autor insiste sobre o fato de que o comportamento dos atores sociais não é obrigatoriamente lógico, nem consciente das razões últimas, ressaltando que apesar desse pensamento ser aplicado por Durkheim essencialmente aos fenômenos religiosos, nada indica que ele não possa servir também em outros âmbitos. Assim, segundo Durkheim (1994):

Aquilo que nos governa não são as poucas ideias que ocupam a nossa atenção no momento presente, mas, pelo contrário, os resíduos deixados por nossa vida anterior: os costumes adquiridos, os diversos preconceitos, as diferentes tendências que nos movem, todos eles atuando sem que nós mesmos nos demos conta, ou seja, em uma palavra, tudo o que constitui o nosso caráter moral (p. 16).

No contexto da época, para Durkheim, não são as teorias científicas que ‘incentivam’ a ação e sim a religião, porém, com a perda de influência da religião, a instituição social que representaria essa instituição social é mais bem relacionada a importância dos valores republicanos/democráticos para orientar o comportamento do ator econômico e regular o funcionamento do mercado: os direitos individuais e a noção de justiça (Raud-Mattedi, 2003, p. 33). Identificamos aqui a influência da mentalidade econômica sobre um aspecto político da realidade social para determinar relações de mercado.

Dessa forma, Raud-Mattedi (2003) também nos leva à reflexão de que as regras tradicionais, morais e jurídicas são assim condicionantes básicos do comportamento do ator econômico e do funcionamento do mercado:

Através a noção de mentalidade econômica, percebemos até que ponto, para Weber como para Durkheim, o ator econômico não age como um autômato reagindo aos estímulos do mercado, mas de acordo com elementos subjetivos, que não são individuais, mas

sociais, isto é, enraizados no longo prazo e veiculados pelas instituições (Raud-Mattedi, 2003, p. 34).

Dentro da sociologia econômica, uma outra abordagem relevante para compreender que a percepção de mercado da economia neoclássica é incompleta, é a do sociólogo Max Weber. Ele desenvolve sua teoria sociológica sob a percepção de ciência necessária a uma nova percepção da sociedade de mercado, porém ele não rompe completamente com a teoria econômica neoclássica, ele propõe que é necessário a união das análises econômicas com as explicações sociológicas. Em seus escritos, Richard Swedberg (2005) refere que a sociologia econômica de Weber se aplica a fenômenos econômicos: “uma característica particularmente sugestiva da sociologia econômica de Weber é a forma como ele conceitua a ação econômica e assim tenta introduzir uma dimensão social na análise do comportamento econômico” (SWEDBERG, 2005, p.17).

Porém, Weber aponta como falha analítica o fato da teoria econômica neoclássica considerar que as relações econômicas são destituídas de interferências sociais e culturais. Ele teoriza sobre duas formas de ação advindas dos atores sociais, a ação econômica e a ação econômica social, como bem descrito por SWEDBERG (2005):

“ação social econômica”, isto é, a ação movida principalmente pelos interesses materiais que é voltada para a utilidade (racional e econômica) e que leva outros agentes em conta. A ação social e a ação social econômica também podem ser movidas pelo hábito (ou tradição) e pelas emoções, combinadas com os interesses materiais. (p. 48)

A contribuição perceptível que ele traz é que a sociologia econômica também se interessa pela ação econômica. Porém, ele se atenta ao fato de que a teoria econômica se interessa apenas por tal, enquanto que para a sociologia econômica também faz sentido a capacidade analítica das ações irracionais com o objetivo econômico e ações racionais ou irracionais com objetivos não econômicos. Ou seja, as duas ciências se diferenciam pelas tarefas específicas de cada uma e assim considera como uma falha da ciência econômica o fato de não considerar em sua análise a trajetória social dos atores.

Contextualizando o mercado sob essa perspectiva, o mesmo é tido como o centro de interesse e/ou o ponto de encontro do estudo da teoria econômica e da

sociologia econômica. No mercado, temos indivíduos interagindo com parceiros e competidores e que, como afirma a teoria econômica, a racionalidade é conceituada na ação desses atores. Já a sociologia econômica introduz a compreensão de que esses atores irão interagir com instituições construídas politicamente e culturalmente, assim esses indivíduos se deparam com mercados formados por estruturas sociais caracterizadas por relações sociais extensas entre firmas, trabalhadores, fornecedores, clientes e governos e completadas por padrões culturais e morais.

A economia quando busca definir o funcionamento da sociedade apenas às margens dos interesses marginais das escolhas de consumo, acaba minimizando que as ações dos indivíduos são previsíveis e também matematicamente calculáveis. Assim, idealiza uma sociedade onde indivíduos possuem todas as informações disponíveis e os mesmos discernimentos. Quaisquer desvios do modelo são considerados como falhas de mercado. Por outro lado, a sociologia econômica considera essa postura como uma falha do modelo, pois seria irreal que diferentes atores econômicos e sociais fizessem as mesmas escolhas de mercado, desconsiderando a história coletiva e individual.

De modo geral, a teoria sociológica econômica argumenta que a economia dominante não contempla de forma eficiente todas as nuances dos processos econômicos e sociais e não considera as diferentes motivações da ação. Mas, é importante destacar que essa pesquisa não tem como objetivo desqualificar o importante papel da ciência econômica, ao contrário, reconhece o avanço da ciência formada por uma metodologia consistente e bem estruturada por modelos amplamente utilizados. Deste modo, ao destacarmos algumas de suas falhas, apontadas por outras perspectivas teóricas, buscamos identificar lacunas na abordagem de determinados temas, que podem ser preenchidos na colaboração interdisciplinar.

O fato de a ciência econômica idealizar agentes racionais detentores de todas as informações possíveis para as escolhas, se descredibiliza na realidade social. Assim, segundo a perspectiva sociológica, os modelos econômicos não conseguem capturar os processos sociais importantes para a formação das escolhas de mercado e o que se concretiza em um ambiente econômico é que existem elementos como conflitos e incertezas.

O mercado é, obviamente, uma importante instituição econômica, sendo assim, considera-se a troca mercantil como uma ação econômica. A teoria sociológica também afirma que os mercados não são uma mera construção espontânea e completamente independente das manifestações sociais. Valores culturais, históricos e religiosos estão em constante interação com as realizações mercantis, influenciando e sendo influenciadas por elas.

A teoria neoclássica define que o agente racional conhece suas preferências, sabendo o que lhe causa prazer e o que lhe causa dor. Portanto, em situação de mercado, os agentes fazem suas escolhas com base em atingir sua satisfação ótima. Weber dá uma importante contribuição para ampliar a perspectiva analítica sobre a racionalidade. Para ele, a racionalidade é dimensionada em uma perspectiva histórica e não como pressuposto definitivo, como é afirmado na teoria neoclássica. Swedberg (2005) argumenta que Weber encara o comportamento racional como evoluindo historicamente, ou seja, o comportamento racional é uma variável e não é uma proposição como define a economia. Além disso, o comportamento racional ou a racionalidade muda de acordo com a esfera da vida social em observação.

De fato, a sociologia econômica proposta inicialmente por Weber propõe que os indivíduos não agem necessariamente motivados por um tipo específico de racionalidade como propõem os modelos econômicos, mas por uma junção dos processos racionais e irracionais de escolha, como a influência da emoção, do afeto, do medo, do orgulho e de demais virtudes e vícios humanos.

Raud-Mattedi (2003) traz a seguinte percepção a partir da concepção de Steiner: Granovetter, que tem sua obra fortemente influenciada por Weber, segue parte de sua metodologia ao tentar desenvolver uma teoria sociológica complementar à Teoria Econômica (Steiner, 1998). Ele busca reconhecer a importância de modelos econômicos, porém considera que a teoria neoclássica não contempla a totalidade da realidade social. Em particular, Granovetter considera necessário acrescentar a análise do comportamento do ator econômico as “motivações não econômicas” (Granovetter 1992; Swedberg 1998, apud Colombo, 2017).

Raud-Mattedi (2005), aborda que o mercado sob a percepção de Granovetter, não consiste num livre jogo de forças abstratas, a oferta e a procura, entre atores

atomizados e anônimos, mas num conjunto de ações estreitamente imbricadas em redes concretas de relações sociais. E com base nisso, destaca que Granovetter (1985) argumenta que as ações dos atores sociais são condicionadas pelo seu pertencimento a redes de relações interpessoais:

Em particular, as redes sociais facilitam a circulação de informações e asseguram a confiança ao limitar os comportamentos oportunistas. Se, na Ciência Econômica, a ausência de comportamentos oportunistas pode ser explicada por um interesse pessoal bem entendido, no quadro da teoria dos jogos, por exemplo, Granovetter insiste no “[...] papel das relações pessoais concretas e das estruturas (ou ‘redes’) destas relações no desenvolvimento da confiança” (1985, p. 490). As relações econômicas são assim facilitadas entre indivíduos que se conhecem diretamente, ou cuja reputação conhecem indiretamente através de um terceiro.

De modo geral, neste estudo identificamos e evidenciamos os princípios básicos da economia neoclássica. Em seguida, com base nas contribuições da sociologia econômica, realizamos a crítica da percepção de mercado da economia neoclássica, que não contempla a realidade, pois os atores sociais e econômicos reais não são movidos unicamente pela racionalidade econômica e o mercado não é externo aos indivíduos, mas é construído por eles. Assim, concluímos concordando com a sociologia econômica que busca repensar os mercados, não como mecanismos abstratos de equilíbrio, mas como construções sociais.

## 5- Considerações finais

O presente trabalho analisou contribuições das ciências econômicas e da sociologia econômica considerando suas diferentes perspectivas sobre o funcionamento dos mercados.

Com os estudos realizados, pôde-se perceber que o *mainstream* da economia é baseado em modelos matemáticos pré-definidos usados como mecanismos de previsão de comportamentos racionais dos atores econômicos, consolidando a microeconomia como a ciência da eficiência de mercado.

Consideramos que a sociologia econômica se consolidou com as contribuições de Weber e Durkheim e, a partir disso, desenvolveu-se ao longo do século XX dando origem à chamada nova sociologia econômica, que tem se concentrado no estudo da construção social de fenômenos econômicos.

Constatamos que conforme cresce a complexidade das economias, as dificuldades das análises através das teorias econômicas tradicionais aumentam, ou seja, a ciência econômica se depara com limitações que requerem inovações teórico-metodológicas. Ao final de nosso estudo, apontamos que, a partir da perspectiva sociológica, é possível apontar falhas nos modelos econômicos da teoria *mainstream*, uma vez que não contemplam a realidade dos fenômenos econômicos.

E, por fim, é necessário responder a uma questão inicial desta pesquisa: qual é a importância da sociologia econômica para a formação de um economista? Para tentar responder a essa questão, voltamos a ressaltar as importantes contribuições de Durkheim e de Weber para a sociologia econômica. A visão de Durkheim, mais estreita e crítica em relação à teoria econômica, considerando que esta poderia ser substituída pela sociologia econômica, coloca um problema em termos da formação do economista. Por outro lado, a perspectiva weberiana, que considera que a sociologia econômica se coloca de modo complementar à teoria econômica, pode contribuir mais fortemente para uma aproximação entre as áreas. A NSE, sobretudo em sua vertente de inspiração weberiana, tem se destacado no esforço de complementar a teoria econômica, oferecendo uma contribuição importante para o estudo da economia e para a formação dos futuros economistas.

Entende-se como necessário que economistas voltem sua atenção para aspectos do contexto social dos atores econômicos. Pois, de fato, a realidade em que vivemos é bem diferente do que é presumido pela ciência econômica neoclássica, o comportamento e as relações dos indivíduos se deparam diariamente com informações incompletas, racionalidade limitada, mercados imperfeitos, elevados custos de transação, incertezas, comportamento oportunista e inúmeras características imprevisíveis.

Com base na teoria da SE, ampliamos nossa concepção de mercado e compreendemos que se faz necessário incluir condicionantes sociais no entendimento do comportamento do ator econômico, de forma a pautar a complexidade de suas escolhas. Portanto, compactuamos com a percepção de que o mercado não é uma entidade descolada e autônoma e sim o contrário, ele é um reflexo do social, resultado das estruturas e interações sociais, que reflete culturas e o contexto histórico dos indivíduos.

Da mesma forma, mostra-se mais eficaz a aplicabilidade de modelos econômicos se consideradas variáveis sociais, assim, propõe-se que uma análise econômica deve trazer argumentos não apenas baseados nos modelos matemáticos, mas embasados na realidade dos fatos sociais. Para tanto, mesmo que se considerem modelos pré-definidos em uma análise econômica, é necessário afirmar a racionalidade como um atributo variável da ação humana. Com base nesse entendimento, possibilita-se uma ciência aplicada a resultados, necessária à tomada de decisões mais eficientes e de maior confiabilidade.

## Referências bibliográficas

ARAÚJO, Iara Maria de. Os novos espaços produtivos: relações sociais e vida econômica no Cariri cearense. 2006. 229 p. Tese (Doutorado) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2006.

BOURDIEU, Pierre Félix. As estruturas sociais da economia. Lisboa: Instituto Piaget, 2001. 288 p.

\_\_\_\_\_. Esboço de uma teoria da prática. 2. ed. São Paulo: Ática, 1994. 46-81 p.

\_\_\_\_\_. O campo econômico. Política & Sociedade, Santa Catarina, ano 2005, v. 4, ed. 6, p. 15-58, 1 jan. 2005.

COLOMBO, Luciléia Aparecida. Guerra fiscal na federação brasileira: a contribuição das abordagens da sociologia econômica. Revista Sociedade e Estado, Brasília, ano 2017, v. 32, ed. 2, p. 291-312, 30 maio 2017.

COSTA, Fernando Nogueira. Comportamentos dos investidores: do homo economicus ao homo pragmaticus. Texto para Discussão. IE/UNICAMP, Campinas, n. 165, ago. 2009.

DURKHEIM, David Émile. Sociologia e filosofia. São Paulo: Ícone, 1994. 147 p.

\_\_\_\_\_. Da divisão do trabalho social. São Paulo: Martins Fontes, 1995. 384 p.

GARCEZ, Eliane Fioravante. Weber, Schutz e a busca de “sentido” na ação social: Uma análise comparativa. Revista Eletrônica dos Pós-graduandos em Sociologia Política da UFSC, Santa Catarina, ano 2014, v. 11, ed. 1, p. 63-90, 31 jul. 2014.

GARCIA-PARPET, Marie. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-sologne. Estudos Sociedade e Agricultura. Abril, p. 5-44. 2003.

GRANOVETTER, Mark Sanford. Ação econômica e estrutura social: O problema da imersão. RAE-eletrônica, São Paulo, ano 2007, v. 6, n. 1, p. 1-41, 1 jan. 2007.

\_\_\_\_\_. Getting a job: a study of contacts and careers. Harvard: Harvard University Press, 1974.

JEVONS, W. S. The theory of political economy. 2 ed. Baltimore: Penguin, 1970.

JUNIO, Edmilson. As potencialidades analíticas da Nova Sociologia Econômica. Sociedade e Estado, Brasília, ano 2002, v. 17, ed. 1, p. 39-62, janeiro 2002.

MACHADO, Nuno Miguel. Karl Polanyi e a Nova Sociologia Económica: Notas sobre o conceito de (dis)embeddedness. Revista Crítica de Ciências Sociais(online), 90, p. 71-94, 15 out. 2010

MARSHALL, Alfred. Princípios de Economia. São Paulo: Nova Cultural. Vol. II. 2ª ed. 1985 [1890].

MORCILLO, F. M. Principios de economia. Tercera edición. España: Editora Ana Navarro, 2006.

NUNES, Ticiania. Marx e Polanyi: a construção de uma epistemologia crítica ao Liberalismo Econômico. Revista Café com Sociologia, v.7, n.3, p. 50-66, ago./dez., 2018

PINDYCK, Robert; RUBINFELD, Daniel. Microeconomia. 8º ed. São Paulo: Editora Pearson, 2013.

POLANYI, Karl. A grande transformação: as origens de nossa época. 1944. 2. ed. Rio de Janeiro: Compus, 2000.

\_\_\_\_\_. A subsistência do homem e ensaios correlatos. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

RAUD-MATTEDI, Cécile. A construção social do mercado em Durkheim e Weber. Uma análise do papel das instituições na sociologia econômica clássica. Cadernos de pesquisa – PPGSP -UFSC. Florianópolis, nº 34, outubro/2003.

SANTOS, Djalma. A construção social do mercado de alimentos orgânicos na região metropolitana de Belo Horizonte. 2014. 187 p. Tese Sociologia Econômica. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2014.

SILVA, José Otacílio da. Elementos da Sociologia Geral: Marx, Durkheim, Weber, Bourdieu. 2. ed. Cascavel: Edunioeste, 2006.

SILVA, Marconi; Duarte, Francisco. Notas sobre "O mercado em Weber": Espaço de poder e dominação. Periódicos UNIMONTES, 2018.

SCHNEIDER, Sergio; ESCHER, Fabiano. A Contribuição de Karl Polanyi para a sociologia do desenvolvimento rural. Sociologias, Porto Alegre, ano 13. 2011, p. 180-219.

STEINER, Philippe. "Da antiga à nova sociologia econômica", A Sociologia Econômica. S.P.: Atlas, 2006, p. 7-30.

SWEDBERG, Richard. Max Weber and the idea of economic sociology. New Jersey: Princeton University Press, 1998.

\_\_\_\_\_. Max Weber e a Ideia de Sociologia Econômica. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

\_\_\_\_\_. "Sociologia econômica: hoje e amanhã". Tempo Social, vol. 16, n. 2 (nov. 2004), pp. 7-34.

VARIAN, H. R. 1947. Microeconomia: Uma abordagem moderna. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2012.

WEBER, Max (1922). Economia e Sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília. Editora da Universidade de Brasília, 1991.