



HABITUS E A TEORIA DOS CAMPOS DE BOURDIEU

PAIXÃO, Vivian Santana

RESUMO

Este artigo tem como objetivo entender dois conceitos importantes na obra do sociólogo francês Pierre Bourdieu: a noção de *habitus* e a teoria dos campos.

Palavras-chave: Bourdieu. *Habitus*. Teoria dos Campos.

ABSTRACT

This article aims to understand two important concepts in the work of the French sociologist Pierre Bourdieu: the notion of *habitus* and the theory of fields.

Keywords: Bourdieu. *Habitus*. Field Theory.

INTRODUÇÃO

Como as pessoas escolhem suas músicas e livros preferidos, seus pratos prediletos, as roupas que irão vestir na festa de amanhã, suas revistas que as manterão informadas sobre o mundo? Como, diante de uma infinidade de possibilidades, somente determinadas escolhas são feitas? Será que é somente gosto pessoal, seguindo a já gasta ideia de que “gosto não se discute” ou existe algo mais complexo por trás de cada decisão tomada?

O sociólogo francês Pierre Bourdieu, por meio de um longo processo de estudos, entrevistas e pesquisas, tenta responder a essas perguntas feitas que, somente a primeira vista, parecem ser simples e despretensiosas. Ele mostra que como pano de fundo de cada decisão tomada há inúmeras influências e imposições que, na maioria das vezes, o sujeito não tem noção de que existem.

BOURDIEU E A NOÇÃO DE HABITUS

Bourdieu, ao falar sobre gostos, utiliza um conceito que é de extrema importância ao se discutir sobre este tema: a noção de *habitus*. Para ele:

O *habitus*, que é o princípio gerador de respostas mais ou menos adaptadas às exigências de um campo, é produto de toda a história individual, bem como, através das experiências formadoras da primeira infância, de toda a história coletiva da família e da classe; em particular, através das experiências em que se exprime o declínio da trajetória de toda uma linhagem e que podem tomar a forma visível e brutal de uma falência ou, ao contrário, manifestar-se apenas como regressões insensíveis (BOURDIEU, 1990, p.31).

O autor mostra que a definição de *habitus* ajuda a pensar sobre as características que compõem um ser social no que diz respeito ao ato de escolher, mostrando que essa escolha não é aleatória, pois cada um traz consigo uma experiência de vida que é diferente da experiência vivenciada por outros indivíduos. A família, a educação, os laços afetivos e a mídia criam um arcabouço que sustenta e predispõe cada um a fazer determinada escolha.

Os agentes de algum modo caem na sua própria prática, mais do que a escolhem de acordo com um livre projeto, ou do que são empurrados para ela por uma coação mecânica. Se isso acontece dessa maneira, é porque o *habitus*, sistema de disposições adquiridas na relação com um determinado campo, torna-se eficiente, operante, quando encontra as condições de sua eficácia, isto é, condições idênticas ou análogas às daquelas de que ele é produto (BOURDIEU, 1990, p.130).

O cotidiano é formado por pequenas escolhas: entre aquilo que as pessoas acham prazeroso, bonito e confiável, e por aquilo que acham ser simples modismo, feio, cafona. No entanto, Bourdieu ensina que as diferentes escolhas são todas distinções, ou melhor, são escolhas que se opõem às aquelas feitas por indivíduos de outras classes. Para o autor, o mundo social age como um sistema de relações de poder e como um sistema simbólico, em que diferenças em relação ao gosto se tornam a base do julgamento social. Tudo depende do capital simbólico que cada indivíduo possui.

o espaço social é construído de tal modo que os agentes ou os grupos são aí distribuídos em função de sua posição nas distribuições estatísticas de acordo com os dois princípios de diferenciação que, em sociedades mais desenvolvidas, como os Estados Unidos, o Japão ou a França, são, sem dúvida, os mais eficientes - o capital econômico e o capital cultural. Segue-se que os agentes têm tanto mais em comum quanto mais próximos estejam nessas duas dimensões, e tanto menos quanto mais distantes estejam nelas. As distâncias espaciais no papel equivalem a distâncias sociais. (BOURDIEU, 1996, p.19)

É a noção de *habitus* que permitiu Bourdieu entender a conduta do indivíduo, isoladamente, e o comportamento dos grupos sociais. No que se refere às classes sociais, o “*habitus* de classe” é o mediador entre as estruturas e as práticas. Ainda que Bourdieu declare que o *habitus* seja uma experiência de cunho biográfico, ele não descarta a formação do *habitus* de classe: escolhas

e ações comuns a determinados grupos de pessoas que tenham percorrido trajetórias sociais parecidas.

Os *habitus* são princípios geradores de práticas distintas e distintivas - o que o operário come, e sobretudo sua maneira de comer, o esporte que pratica e sua maneira de praticá-lo, suas opiniões políticas e sua maneira de expressá-las diferem sistematicamente do consumo ou das atividades correspondentes do empresário industrial; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão e gostos diferentes (BOURDIEU, 1996, p.21).

É fundamental compreender a visão espacial da sociedade elaborada por Bourdieu; para ele, o “espaço social” é organizado pela distribuição desigual de diferentes capitais, e a descrição da sociedade em termos de “espaço social” permite enfatizar a dimensão dos relacionamentos entre as posições sociais. Assim, os diferentes tipos de capital que estruturam o espaço social e que definem as oportunidades na vida do indivíduo são o capital econômico, o capital cultural, o capital social e o capital simbólico.

Para Bourdieu, mesmo as escolhas mais pessoais são resultados de “fios invisíveis” que interligam interesses de classe. Esses fios tanto consolidam afinidades como criam antipatias firmadas pelo preconceito. Desta maneira, ao incorporar o *habitus* de classe, o processo de socialização produz a “filiação de classe” das pessoas, reproduzindo, ao mesmo tempo, a classe enquanto grupo que divide o mesmo *habitus*. Este conceito está no centro da reprodução da ordem social.

O autor explica que o conceito de classe social deve ser tratado em relação, não com o indivíduo ou com uma população, mas sim com o *habitus* de classe, que é definido como um sistema socialmente constituído de disposições que orientam pensamentos e ações. No livro *Distinção: crítica social do julgamento*, ele mostra a hipótese de que o gosto é um determinante de classe, e que o consumo de bens culturais preenche uma função social de confirmar as diferenças sociais. O gosto funciona como distinção, separando e unindo pessoas e, como consequência, dividindo grupos.

(...) a observação científica mostra que as necessidades culturais são o produto da educação: a pesquisa estabelece que todas as políticas culturais (frequência dos museus, concertos, exposições, leituras etc.) e as preferências em matéria de literatura, pintura ou música estão estreitamente associadas ao nível de instrução (avaliado pelo diploma escolar ou pelo número de anos de estudo) e, secundariamente, à origem social (BOURDIEU, 2011, p.9).

SOBRE A TEORIA DOS CAMPOS

Entre os vários conceitos criados pelo francês Pierre Bourdieu para entender as relações sociais de forma mais precisa, está a noção de campo. No texto, *Algumas teorias dos campos*, publicado no livro *Questões de Sociologia*, o autor explica este conceito e mostra a sua importância no dia a dia dos sujeitos e das corporações que eles fazem parte. Bourdieu explica que o campo se estrutura na relação de força entre os agentes ou as instituições envolvidas na

distribuição do capital específico que, acumulado, orienta as decisões e estratégias posteriores (2003).

Os campos apresentam-se à apreensão sincrônica como espaços estruturados de posições (ou de postos) cujas propriedades dependem de sua posição nesses espaços e que podem ser analisadas independentemente das características dos seus ocupantes (em parte determinadas por elas) (BOURDIEU, 2003, p.119).

O campo é um espaço social com inúmeras relações de interesses entre as pessoas que possuem objetivos em comum e disputam por meios de se sobressair, mas nem todos possuem os mesmos capitais simbólicos para isso. É importante mencionar que o campo é um espaço de competição entre aqueles que têm o poder de dar as ordens e os que têm somente a opção de acatá-las, ou melhor, é um ambiente em que a disputa pelo poder e por atender as exigências do campo é latente. De acordo com Bourdieu, há uma disputa entre um campo existente e outro que procura se estabelecer.

Mas sabemos que em qualquer campo descobriremos uma luta, cujas formas específicas terão de ser investigadas em cada caso, entre o novo que entra e tenta arrombar os ferrolhos do direito de entrada e o dominante que tenta defender o monopólio e excluir a concorrência (BOURDIEU, 2003, p.119-120).

Para que se possa compreender melhor como este conceito é vivenciado pelos seus agentes, recorreremos à relação entre a comunicação e a semiótica; em que ambas, apesar de trabalharem em parceria com a linguagem, fazem parte de campos diferentes.

Levando-se em conta que a semiótica é a ciência da significação e de todos os tipos de signos, afirmar que as teorias semióticas e suas respectivas metodologias podem ser aplicadas às linguagens das mídias mais diversas e seus respectivos processos de comunicação, desde a oralidade até o ciberespaço, é uma asserção passível de pouca discussão, chegando a se constituir em um truísmo (SANTAELLA, NÖTH, 2004, p.7).

COMUNICAÇÃO, SEMIÓTICA E A TEORIA DOS CAMPOS

A comunicação faz parte da vida humana desde sempre. Seja como meio de comunicação ou como sinônimo de mídia, ela é cada vez mais essencial para o desenvolvimento e para a compreensão do mundo. Sendo assim, a semiótica que tem como objeto todas as linguagens existentes auxilia a comunicação em todos os seus potenciais possíveis. As relações entre comunicação e semiótica são íntimas e as partes essenciais de ambas se cruzam. A professora de Comunicação da Universidade de São Paulo, Irene Machado, explique que

uma das propriedades inalienáveis da comunicação é a capacidade de organizar informações em mensagens valendo-se, para isso, de linguagens com diferentes codificações. Uma das características fundamentais da semiótica é a compreensão do *modus operandi* dos signos no processo de criação das significações a partir das relações estabelecidas em atividades interativas que acontecem entre homens, organismos, aparelhos e máquinas ou em qualquer

outra atividade de linguagem. Nesse sentido, todo ato comunicativo mostra-se, a um só tempo, produtor e resultado de algum tipo de enredamento sógnico. A linguagem é a potencialidade da base tanto organizadora da comunicação quanto criadora da rede semiótica (2001, p.2).

Campo é um dos conceitos essenciais na obra de Bourdieu e pode ser definido como um espaço em que chefes e subordinados lutam por postos importantes de atuação; todos querem ter o seu lugar sem se preocupar com o que é preciso fazer para isso. De acordo com Bourdieu,

em termos analíticos, um campo pode ser definido como uma rede ou uma configuração de relações objetivas entre posições. Essas posições são definidas objetivamente em sua existência e nas determinações que elas impõem aos seus ocupantes, agentes ou instituições, por sua situação (situs) atual e potencial na estrutura da distribuição das diferentes espécies de poder (ou de capital) cuja posse comanda o acesso aos lucros específicos que estão em jogo no campo e, ao mesmo tempo, por suas relações objetivas com outras posições (dominação, subordinação, homologia etc.). Nas sociedades altamente diferenciadas, o cosmos social é constituído do conjunto destes microcosmos sociais relativamente autônomos, espaços de relações objetivas que são o lugar de uma lógica e de uma necessidade específicas e irredutíveis às que regem os outros campos. Por exemplo, o campo, artístico, o campo religioso ou o campo econômico obedecem a lógicas diferentes (BOURDIEU apud BONNEWITZ, 2005, p.60).

Bourdieu define algumas características que os campos precisam ter para serem considerados como tal: de início, é necessário que um espaço social para ser considerado campo deva ser autônomo em relação a outros campos; é importante também que exista o reconhecimento dos agentes ao que diz respeito aos objetos de interesses; por fim, é preciso haver focos de disputa e pessoas que os reconheçam e que queiram fazer parte deste jogo de interesses. O campo só se constitui se houver disputa comum por reconhecimento.

A estrutura do campo é um estado da relação de força entre os agentes ou as instituições envolvidas na luta ou, se se preferir, da distribuição do capital específico que, acumulado no decorrer das lutas anteriores, orienta as estratégias posteriores. Esta estrutura, que está no princípio das estratégias destinadas a transformá-la, está ela própria sempre em jogo: as lutas cujo lugar é o campo têm por parada em jogo o monopólio da violência legítima (autoridade específica) que é característica do campo considerado, quer dizer, em última análise, a conservação ou a subversão da estrutura da distribuição do capital específico (BOURDIEU, 2003, p.120-121).

Para o sociólogo francês, o que faz com que o universo social se estruture é a posse de diversos tipos de capital. A representatividade e a importância dos sujeitos dependem, principalmente da quantidade e da importância do seu capital simbólico.

Além das leis gerais do campo, há especificidades próprias a cada campo particular. Em cada um deles, a disputa entre os participantes, a maneira que devem se comportar, as regras de pertencimento e os prêmios pelos quais se lutam possuem propriedades próprias que, em muitos casos, são inaceitáveis a outros campos. Todos devem possuir o *habitus* daquele campo, estar de acordo sobre o valor do jogo e contribuir para a sua manutenção.

Um campo, ainda que do campo científico se trate, define-se entre outras coisas definindo paradas em jogo e interesses específicos, que são irreduzíveis às paradas em jogo e aos interesses próprios de outros campos (não se pode fazer correr um filósofo com as paradas em jogo dos geógrafos) e que não são percebidos por alguém que não tenha sido construído para entrar nesse campo (cada categoria de interesses implica indiferença perante outros interesses, outros investimentos, assim votados a serem percebidos como absurdos, insensatos, ou sublimes, desinteressados). Para que um campo funcione, é necessário que haja paradas em jogo e pessoas prontas a jogar esse jogo, dotadas do *habitus* que implica o conhecimento e o reconhecimento das leis imanentes do jogo, das paradas em jogo, etc (BOURDIEU, 2003, p.120).

Tendo em vista o conceito criado por Bourdieu, a comunicação pode ser considerada um campo, pois possui todos os requisitos solicitados – é autônoma em relação aos outros campos, os agentes reconhecem os objetos de interesse e há disputa. A comunicação, não somente a que se vê como sinônimo de mídia, permeia a vida humana e faz parte de todos os fenômenos cotidianos. Ela está tão ligada aos acontecimentos espontâneos que, muitas vezes, nem se é dada a sua devida importância. Em todas as épocas, grupos humanos sempre utilizaram a comunicação e as manifestações de sentido para se expressarem e se constituírem como sociedade, tecendo assim as suas redes sociais no sentido lato do termo.

Pensando nisso, pode-se considerar que, por também ter as características necessárias, a semiótica é um campo autônomo ao que diz respeito à comunicação. Todos os fenômenos sociais e culturais são articulados pelo ser humano por meio da linguagem. Assim, todos os significados são transformados em outros signos, ou seja, os elementos semióticos traduzem todos os acontecimentos para que o falante consiga interpretá-los a partir de processos mentais que são utilizados para a compreensão do mundo. De acordo com Fiorin, linguista e professor da Universidade de São Paulo, “os textos criados pelos meios de comunicação são produtos de linguagens e, por conseguinte, podem ser examinados pelas teorias linguísticas e semióticas” (2004, p.14).

Com o a criação dos meios de comunicação de massa,

existe infelizmente uma tendência para se restringir o campo da comunicação ao limite estrito da comunicação de massa, ou, o que é pior, meramente ao dos meios de comunicação de massa. [...] Assim como a comunicação, também os signos, isto é, a produção e troca simbólicas, sempre existiram e são fatores de constituição da própria condição humana. Por isso mesmo, a semiótica, mesmo que nem sempre com esse nome, enquanto reflexão sobre a linguagem e seus sentidos, teve suas origens já no mundo grego e atravessou, com características próprias de cada época, toda a história humana desde então” (SANTAELLA; NÖRTH, 2004, p.23-24).

No mundo de hoje, a internet com as suas mídias digitais se tornou propícia à interação da semiótica com a comunicação, já que é nesse contexto que surge um grande número de linguagens com a criação de signos que representam uma realidade virtual. A semiótica não é somente um campo autônomo como também pode “invadir” todos os outros campos. Existem signos em todos os lugares, mas isso não quer dizer que a semiótica está tomando os territórios alheios. Pelo contrário, a semiótica contribui para a compreensão de todos os tipos possíveis de signos e todo o seu comportamento e propriedades.

A semiótica auxilia a eficácia da comunicação na medida em que tem como objetivo o estudo dos signos, considerando os contextos das mensagens. Por isso, devido a sua natureza, a semiótica é muito importante no estudo de qualquer fenômeno relacionado à transmissão de informação: a linguagem, as artes e a própria comunicação.

Por não existir comunicação sem troca de signos, pode-se entender que a comunicação e a semiótica caminham lado a lado. Sem a interpretação das mensagens transmitidas, não há o campo da comunicação, por isso ambas estão intrinsecamente ligadas. Os signos são a base das mensagens, então se a semiótica é o estudo dos signos, logo o ponto em que comunicação e semiótica se cruzam fica nítido.

Se levarmos ainda em consideração que o estudo da ação dos signos não se reduz a um mero formalismo descritivo das propriedades internas dos signos, mas inclui suas relações de referência, suas ligações contextuais, seus processos de emissão, os efeitos que estão aptos a produzir nos receptores e, sobretudo, se levarmos em conta que signo é mediação entre algo a que ele se refere ou aplica-se e os efeitos que serão produzidos no receptor, o que inclui as consequências que disso podem advir no futuro, as relações entre a comunicação e a semiótica ficam mais intrincadas e muito mais substanciais do que pode parecer à primeira vista (SANTAELLA; NÖRTH, 2004, p.77).

Como foi dito, todo campo tem como fator principal a imposição de critérios de atuação e objetivos para aqueles que dele fazem parte, precisa haver disputa, jogos de interesses e, muitas vezes, conflitos. Por possuírem todas essas características, a comunicação e a semiótica podem ser consideradas campos sociais.

Outra propriedade, já menos visível, de um campo: todas as pessoas que estão cometidas num campo têm em comum um certo número de interesses fundamentais, a saber tudo o que está ligado à própria existência do campo: daí uma cumplicidade objetiva que está subjacente a todos os antagonismos (BOURDIEU, 2003, p.121).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A noção de *habitus*, apresentada por Pierre Bourdieu, explica que por trás de todas as escolhas feitas há algo mais complexo que a simples ideia de “gosto”. As preferências de cada um estão relacionadas ao capital social recebido na escola e também herdado através da família, fatores estes que fornecem as possibilidades de escolhas advindas de uma origem social. Ou seja, as escolhas feitas diferenciam aquilo que será reconhecido como gosto refinado, de classe média ou popular.

Já a teoria do campo, como foi dito, tem como fator principal a imposição de critérios de atuação e objetivos para aqueles que dele fazem parte, precisa haver disputa, jogos de interesses e, muitas vezes, conflitos. Por possuir todas essas características, a comunicação pode ser considerada um campo social.

A comunicação faz parte da vida humana desde sempre. Seja como meio de comunicação ou como sinônimo de mídia, ela é cada vez mais essencial para o desenvolvimento e para a compreensão do mundo. Sendo assim, a semiótica que tem como objeto todas as linguagens

existentes, por mais que alguns discordem, auxilia a comunicação em todos os seus potenciais possíveis. As relações entre comunicação e semiótica são íntimas e as partes essenciais de ambas se cruzam.

BIBLIOGRAFIA

ALVES, Emiliano Rivello. Pierre Bourdieu: a distinção de um legado de práticas e valores culturais. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/se/v23n1/a09v23n1.pdf>

ARAÚJO, F.M.de B., ALVES, E.M., CRUZ, M.P. Algumas reflexões em torno dos conceitos de campo e *habitus* na obra de Pierre Bourdieu <http://revistascientificas.ifrj.edu.br:8080/revista/index.php/revistapct/article/viewFile/14/14> Ac

BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 2007.

_____. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Zouk, 2011.

_____. Coisas ditas. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. Razões Práticas. São Paulo: Papirus, 1996.

_____. Algumas propriedades dos campos in Questões de sociologia. Lisboa: Edições, Sociedade Unipessoal, 2003.

CAVALCANTI, José Carlos. Gosto não se discute?

Disponível em: <http://www.creativante.com.br/download/Gosto3.pdf>

FIGUEIREDO, Calors. O poder simbólico da notícia: mídia, eleições e escândalo político.

Disponível em: http://sbpjr.kamotini.kinghost.net/sbpjr/admjr/arquivos/individual_16_carlos_figueiredo.pdf

SANTAELLA, Lucia; NÖTH, Winfried. Comunicação e semiótica. São Paulo: Hacker Editores, 2004.