

A teoria da prática em estudos sobre consumo: uma revisão pelo biblioshiny

Practice theory in consumption studies: a biblioshiny review

Victor Galindo de Mello^{1i*}, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3458-9071>; Olga Maria Coutinho Pépece²ⁱⁱ, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9155-9285>.

1. State University of Paraná, Department of Management, Campo Mourão, Paraná, Brazil

2. State University of Maringá, Department of Management, Maringá, Paraná, Brazil

***Autor correspondente:** victor.mello@ies.unespar.edu.br; Av. Comendador Norberto Marcondes, 733 - Centro, Campo Mourão - Paraná, 87302-060

Resumo

A Teoria da Prática vem apresentando relevantes contribuições para a compreensão dos fenômenos de consumo. Por meio da análise dos elementos da prática (materiais, competências e significados), diferentes atividades humanas podem ser interpretadas. Entretanto, ainda se faz necessária uma atenção de quais temáticas podem ser desenvolvidas dentro da área de administração. O presente estudo tem como objetivo uma análise bibliométrica da temática da Teoria da Prática e Consumo dentro do campo de administração. Buscou-se realizar uma análise bibliométrica nas bases da *Scopus* e *Web of Science*. Adotou-se a ferramenta Biblioshiny para realizar as análises descritivas, de co-citação e clusterização temática. Quatro agrupamentos temáticos, sendo as práticas de consumo sustentável, práticas de consumo colaborativo, práticas de compras e práticas alimentares e *green-marketing*. Como temáticas promissoras para futuras pesquisas, encontram-se temas como práticas de compras e consumo alimentar. Novos direcionamentos de pesquisa podem ser empregados com base nos dados levantados.

Palavras-chave: Teoria da Prática; Consumo; Biblioshiny.

Abstract

The Practice Theory presents relevant contributions to the understanding of consumption phenomena. Analyzing practice elements (materials, competencies, and meanings), different human activities can be interpreted. However, it is still necessary attention to which themes can be developed within the management area. The present study sought to perform a bibliometric analysis of Practice Theory and Consumption themes within the management field. A bibliometric analysis was carried out based on Scopus and Web of Science databases. The Biblioshiny tool was used to perform descriptive, co-citation, and thematic clustering analysis. Four thematic groups were identified, encompassing sustainable consumption practices, collaborative consumption practices, purchasing practices, and food practices and green-marketing. Important themes for future studies are directed to purchasing practices and food consumption. New research directions can be used based on the analyzed data.

Keywords: Practice Theory; Consumption; Biblioshiny.

Citação: Mello, V. G., & Pépece, O. M. C. (2022). A teoria da prática em estudos sobre consumo: uma revisão pelo biblioshiny. *Gestão & Regionalidade*, v.40, e20248233. <https://doi.org/10.13037/gr.vol40.e20248233>

1 Introdução

A Teoria da Prática vem se demonstrando uma relevante abordagem teórica para a compreensão dos fenômenos de consumo atuais (CORSINI *et al.*, 2019; WARDE; WELCH;

PADDOCK, 2017; WELCH; HALKIER; KELLER, 2020). Entretanto, distintas atenções foram adotadas para a análise das práticas (RECKWITZ, 2002). Isboli (2019) argumenta que não existe apenas uma “Teoria” da Prática, mas um conjunto de “Teorias”. Dois momentos, identificados como “ondas”, representam as diferentes atenções para a Teoria da prática (WARDE, 2016). A primeira onda engloba os estudos desenvolvidos por Pierre Bourdieu, Anthony Giddens, Marshall Sahlins e Michel Foucault a partir dos anos 1970. O objetivo se concentrava na compreensão da “ação” de modo a superar a dicotomia sistema-estrutura na compreensão dos fenômenos (CORSINI *et al.*, 2019).

A segunda onda de estudos começou a ganhar força a partir do ano 2001, com a chamada “*the practice turn*”, compreendendo as pesquisas de Schatzki, Knorr Cetina e Von Savigny (WARDE, 2016). Esses estudos buscaram reformular o foco para as práticas como unidade central de análise e autores como (BOURDIEU, 1977; GIDDENS, 1984; RECKWITZ, 2002; SCHATZKI, 2002; SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012), buscaram compreender as práticas na esfera social. Embora os estudos apresentem preocupações distintas ao abordar as práticas, Schatzki (2012) apresenta três similaridades entre os autores. Inicialmente, a compressão de que a prática é organizada por atividades de diferentes pessoas é compartilhada dentro da abordagem. A segunda se refere à atenção de que as características das atividades humanas devem ser entendidas por meio de práticas. Por fim, a visão de que a atividade humana não requer a separação entre o sujeito e objetivo, comum as outras abordagens filosóficas (SCHATZKI, 2012).

Dentro dos estudos sobre o consumo, o estudo de Warde (2005) representa um marco na demonstração de como os elementos da prática podem ser representados (WELCH, 2020). Além da definição dos elementos da prática, outra abordagem que se destaca na temática é a preocupação com o consumo sustentável (JAEGER-ERBEN; RÜCKERT-JOHN; SCHÄFER, 2015; MYLAN, 2015; SAHAKIAN; LEUZINGER; SALOMA, 2017). Contudo, ainda se faz necessária, uma atenção na compreensão de quais temáticas podem surgir ou poderiam ser melhor desenvolvidas dentro do campo de consumo, quais são os principais autores, *journals* e centros de pesquisa, e por fim, como estão as colaborações entre as produções.

O presente estudo tem como objetivo uma análise bibliométrica da temática da Teoria da Prática e Consumo dentro do campo de administração. Para isso, adotou-se nas análises dos estudos, o suporte da ferramenta Biblioshiny. O Biblioshiny utiliza a linguagem do software R por meio do pacote Bibliometrix (ARIA; CUCCURULLO, 2017). Os resultados possibilitam identificar a evolução da produção até o momento atual, bem como, a análise de agrupamentos temáticos e tópicos que podem se tornar relevantes para o campo de pesquisa.

Embora estudos recentes buscaram desenvolver algumas análises sobre a Teoria da Prática (CORSINI *et al.*, 2019; WELCH; HALKIER; KELLER, 2020), este estudo busca avançar em algumas considerações conforme segue. Distinto de Welch *et al.* (2020), o presente estudo não visa apenas concentrar a análise na aproximação de elementos culturais dentro da Teoria da Prática, mas compreender perspectivas distintas apresentadas nas publicações internacionais em língua inglesa. Corsini *et al.* (2019) buscaram desenvolver uma análise bibliométrica sobre os estudos que adotaram a Teoria da Prática dentro do campo de consumo até o ano de 2018. Entretanto, os autores adotaram apenas uma base de dados (*Scopus*), sendo o foco da pesquisa concentrado em estudos sobre consumo sustentável. O presente estudo buscou adotar mais bases de dados, utilizando a *Web of Science* e *Scopus*, além de incluir outros tipos de consumo que não apenas o consumo sustentável.

2 Compreensão das Práticas como Fenômeno Social



Considerando uma percepção distinta de outras teorias sociais, as quais utilizam conteúdos mentais, interações ou discursos para compreensão dos fenômenos sociais, a teoria da prática adota as práticas como unidade central de análise (RECKWITZ, 2002). As práticas envolvem a compreensão de como diferentes elementos são interligados e com isso, modelam comportamentos, emoções e significados (RECKWITZ, 2002). Schatzki (1996) expõe duas percepções centrais das práticas: as práticas como uma entidade coordenada e práticas como uma performance.

Pela percepção de entidade coordenada, as práticas compreendem “nexos temporalmente desdobrados e espacialmente dispersos de ações e ditos” (SCHATZKI, 1996, p. 89), ou seja, envolvem interações de elementos, pelos quais se compreende as atividades práticas (ações) e suas representações (WARDE, 2005). A constituição desses nexos requer o compartilhamento de compreensões, regras ou princípios explícitos, ou também, o que o autor chama de estrutura “teleoafetivas”, as quais abarcam tarefas, propósitos, crenças, emoções e humor (SCHATZKI, 1996). Como exemplo, o autor apresenta a prática de cozinhar, a prática de votar e a prática recreativa.

Por outro lado, a noção de performance, “denota o fazer, a atividade real ou energização, no cerne da ação” (SCHATZKI, 1996, p. 92). Warde (2005) expõe que essa percepção compreende a realização das práticas, ou seja, o desempenho dos fazeres e dizeres e sustenta as práticas. Desse modo, as práticas dependem da existência de entidades coordenadas, mas também, da *performance* (SCHATZKI, 1996; WARDE, 2005).

Além da compreensão do termo “práticas”, os estudos ressaltam o entendimento das práticas como um fenômeno social (SCHATZKI, 2002). Por meio delas, diferentes fenômenos sociais podem ser interpretados, como a compreensão da convivência humana (LODI, 2018). Com esse entendimento, estudos buscaram analisar como as práticas são desenvolvidas e modificam a sociedade (HALKIER; KATZ-GERRO; MARTENS, 2011; ISBOLI, 2019).

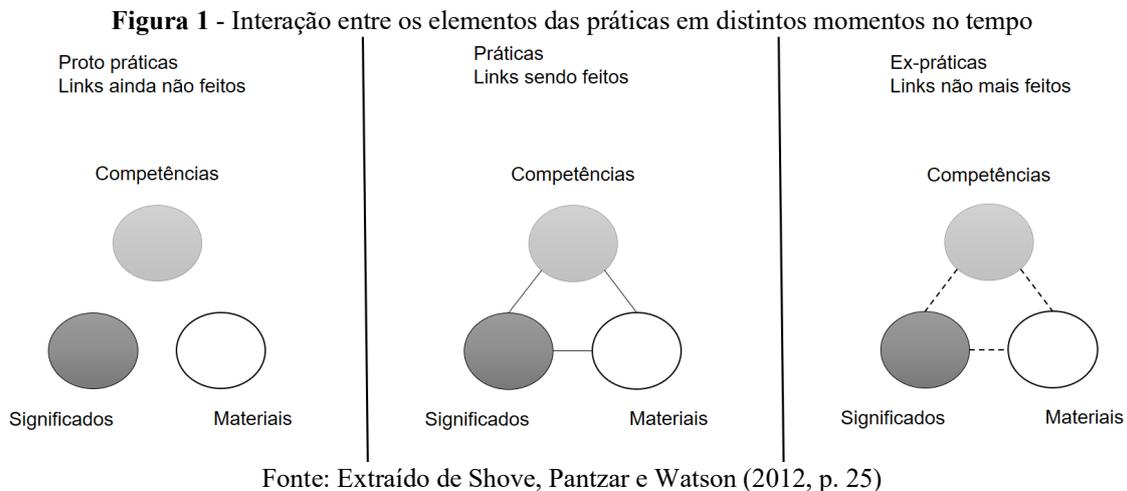
Reckwitz (2002) apresenta as práticas como sociais, pois elas compreendem “formas/tipos” de atividades que são desenvolvidas em diferentes locais, diferentes momentos no tempo e por diferentes pessoas (*mind/bodies*). Essa dimensão espaço-temporal das práticas também é apresentada por Schatzki (2012), na qual o autor argumenta que o entrelaçamento espaço-temporal de atividades por diferentes pessoas consiste na existência de elementos comuns, os quais interagem, são compartilhados e orquestrados. Para compreensão dos fenômenos sociais, estudos de Bourdieu (1977), Giddens (1984), Reckwitz (2002), Schatzki (2002) Shove, Pantzar e Watson (2012) buscaram analisar os elementos que compõem as práticas.

Para a compreensão da interação entre os elementos das práticas propostas por Reckwitz (2002), Shove, Pantzar e Watson (2012) analisaram os materiais, as competências e os significados para que fossem aplicados nos estudos sobre diferentes práticas sociais. Esses elementos apresentados por Shove, Pantzar e Watson (2012) vêm se demonstrando mais aplicáveis, do que estudos anteriores, para a compreensão dos fenômenos sociais por meio das práticas (FUENTES; SVINGSTEDT, 2017). Para Shove, Pantzar e Watson (2012), as práticas sociais são compostas pela associação desses três elementos em um momento do tempo, sendo: os elementos materiais, os elementos de competência e os elementos de significados.

Os elementos mudam e são trocados durante o decorrer do tempo (Figura 1), alterando portanto, a compreensão de como uma prática é constituída (WILLIAMS *et al.*, 2018). Como as práticas envolvem a interação entre esses componentes, Shove, Pantzar e Watson (2012) também ressaltam momentos em que os elementos existem, mas não estão associados (*proto-*



practices) e momentos em que as práticas se desintegram, ou seja, momento em que essas associações entre os elementos não são mais sustentadas (*ex-practices*).



Os elementos materiais compreendem os objetos, as tecnologias, entidades físicas e os materiais pelos quais os objetos são feitos (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012). Eles envolvem as “dimensões materiais” das práticas, ou seja, as ferramentas e elementos corporais utilizados na performance das práticas (FUENTES; SVINGSTEDT, 2017). Os elementos de competência são identificados por meio de habilidades, conhecimentos e técnicas necessárias para a execução das práticas (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012). Warde (2005) distingue a competência relacionada ao conhecimento para avaliar uma performance, da competência de possuir habilidades necessárias para a performance. Os elementos de competência dependem da capacidade cognitiva do indivíduo no entendimento e conhecimento sobre as práticas (FUENTES; SVINGSTEDT, 2017). Por fim, os elementos de significado incluem os significados simbólicos, ideias e aspirações envolvidas no desempenho das práticas. Esses elementos compreendem as atividades mentais, emoções e motivações (FUENTES; SVINGSTEDT, 2017).

As práticas sociais não ocorrem isoladamente (RECKWITZ, 2002; SCHATZKI, 2012). As interações entre os elementos são sobrepostas e comuns entre diferentes práticas. Essas podem ser materiais (equipamento) ou abstratas (compreensão) (HUI, 2017). Desse modo, os elementos da prática se relacionam dentro e entre diferentes práticas, os quais fortalecem alguns arranjos sociais complexos, como também, podem os separar em certos momentos (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012).

3 Procedimentos Metodológicos

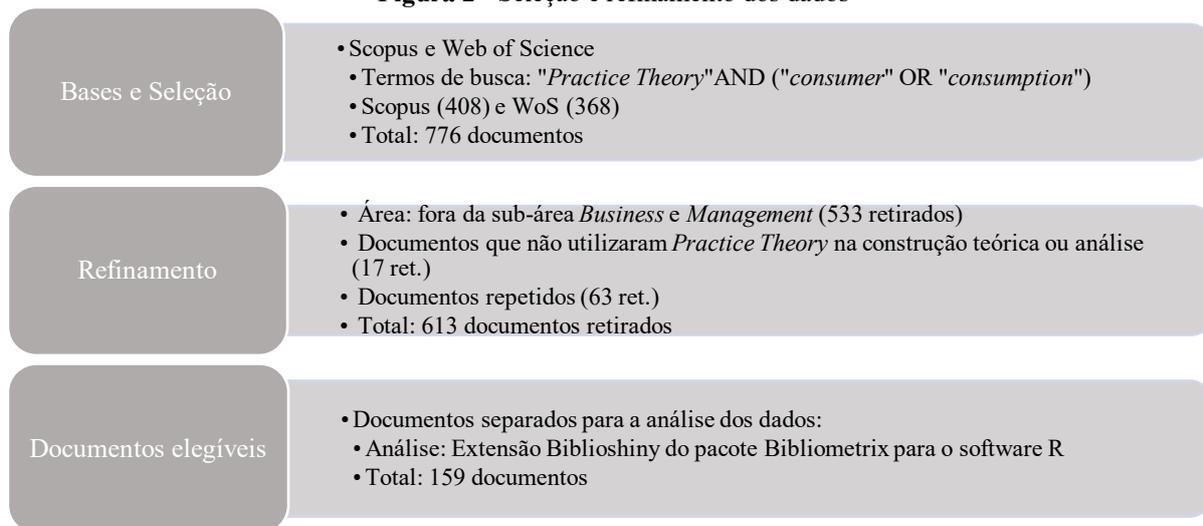
A metodologia de revisão sistemática da literatura vem sendo empregada para análise e revisão de publicações científicas (WANG *et al.*, 2021). Embora seja relevante para a análise do cenário de pesquisa dentro de uma temática, algumas limitações acabam sendo evidenciadas. Seja por meio do tempo necessário para o desenvolvimento do estudo (WANG *et al.*, 2019), ou mesmo por fatores subjetivos de análise dos autores (ADDO-TENKORANG; HELO, 2016).

A análise bibliométrica possibilita o processamento de uma grande quantidade de informações, permitindo a visualização e compreensão das temáticas publicadas (WANG *et al.*, 2021). Diferentes softwares auxiliam nessa análise (ARIA; CUCCURULLO, 2017; COBO *et*

al., 2011b), dentre elas a ferramenta Bibliometrix para o software R (ARIA; CUCCURULLO, 2017) vem sendo empregada recentemente de modo satisfatório em estudos de diferentes campos (BARDHAN, 2021; SINGH; ARTI, 2021; WANG *et al.*, 2021).

Para a primeira etapa da metodologia, o presente estudo adotou as bases Scopus e Web of Science como fonte de dados para levantamento dos estudos na temática (COBO *et al.*, 2011b). Pesquisas anteriores já adotaram essas bases como fonte de levantamento de materiais (ARIA; CUCCURULLO, 2017; BARDHAN, 2021; COBO *et al.*, 2011a; SINGH, JASBIR; ARTI, 2021; WANG, JIANXIN *et al.*, 2021), sendo duas bases relevantes dentre os sistemas de recursos acadêmicos (COBO *et al.*, 2011b; HU *et al.*, 2020). A Figura 2 apresenta as etapas adotadas para a seleção dos materiais relevantes para a pesquisa.

Figura 2 - Seleção e refinamento dos dados



Fonte: Elaborado pelos autores

Para a seleção dos estudos dentro das bases de dados, buscou-se inicialmente separar os estudos dentro da área de negócios (*business*) e gestão (*management*). Na sequência, adotaram-se os seguintes termos de pesquisa: "Practice Theory" AND ("consumer" OR "consumption"). Também foi levado em conta o uso da teoria da prática como o referencial teórico principal para a análise proposta. Conforme exposto por Isboli (2019), não existe uma única "teoria" da prática, e sim, um conjunto de teorias da prática para compreensão dos fenômenos sociais (BOURDIEU, 1977; GIDDENS, 1984; RECKWITZ, 2002; SCHATZKI, 2002; SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012). O outro foco do estudo é de compreender como a teoria da prática vem sendo adotada nos estudos sobre o consumo e comportamento do consumidor (WARDE, 2005, 2016). Desse modo, buscou-se empregar os termos *consumer* ou *consumption* como forma de seleção de documentos publicados internacionalmente em língua inglesa.

Para o refinamento dos dados levantados nas bases de dados Scopus e *Web of Science*, adotou-se a seleção dos estudos que efetivamente empregaram a teoria da prática no desenvolvimento da pesquisa. Conforme exposto por Aria e Cuccurullo (2017), o *bibliometrix* foi desenvolvido inicialmente como suporte às bases *Scopus* e *Clarivate Analytics' Web of Science*. Atualizações posteriores possibilitaram a inserção das bases *PubMed*, *Digital Science Dimensions* e *Cochrane* para realização das análises. As bases *PubMed* e *Cochrane* concentram estudos da área da saúde. A base *Digital Science Dimensions* apresenta uma recente alternativa

para mapeamento de estudos dentro da área de ciências sociais (SINGH, VIVEK KUMAR *et al.*, 2021). Entretanto, conforme exposto por Singh *et al.* (2021), a base da *Scopus* e *Web of Science* cobrem respectivamente 37% e 96% dos estudos da *Dimension*. Aria e Cuccurullo (2017) acrescentam que as diferentes bases de dados podem cobrir o campo científico de diferentes maneiras, podendo os dados dos artigos serem lançados de formas diferentes. O uso das bases *Scopus* e *Web of Science* é tradicionalmente reconhecido nos estudos bibliométricos (SINGH, VIVEK KUMAR *et al.*, 2021).

Dentre as plataformas alinhadas à ferramenta, as plataformas *Scopus* e *Web of Science* se apresentam adequadas para a análise de estudos dentro da temática proposta. Bem como, pelo agrupamento de dados de diferentes bases, buscou-se retirar os estudos que estavam duplicados. Após o refinamento da base de dados, foram elegíveis 159 estudos. A Tabela 1 apresenta algumas informações da base de dados. Os documentos elegíveis compreendem estudos desenvolvidos entre primeiro de janeiro de 2005 até 30 de junho de 2021. A base compreende pesquisas publicadas em diferentes formatos, sendo identificados artigos, livros e capítulos de livros, artigos publicados em eventos e revisões.

Os 159 estudos apresentam um total de 377 autores, sendo uma média de dois autores por estudo. Conforme apresentado anteriormente, para a análise dos dados, utilizou-se a ferramenta Biblioshiny. Essa ferramenta utiliza a linguagem do software R por meio do pacote Bibliometrix (ARIA; CUCCURULLO, 2017). A análise bibliométrica pode ser empregada por diferentes metodologias (ARIA; CUCCURULLO, 2017; COBO *et al.*, 2011b; WANG *et al.*, 2021). Para o estudo, a primeira metodologia compreende uma análise descritiva dos dados, na qual se buscou identificar os principais autores das publicações, as principais referências e principais *journals* (ARIA; CUCCURULLO, 2017; COBO *et al.*, 2011b).

Tabela 1 - Principais informações da base de dados

Descrição	Resultados
Linha do Tempo	2005:2021
Documentos	159
Média de publicações por ano	5,53
Média de citações por documento	42,16
Total de referências	9767
TIPOS DE DOCUMENTOS	
Artigos	140
Livros	5
Capítulos de livros	8
Artigos em eventos (<i>conference paper</i>)	1
Editoriais e Revisões	3
<i>Proceedings paper</i>	2
AUTORES	
Total de autores	377
Média autores por documento	2,01
Índice de colaboração	2,4

Fonte: Elaborado pelos autores

Na sequência, adotou-se o método de co-citação, o qual busca identificar a presença de dois artigos nas referências em diferentes estudos (Small, 1973). Essa técnica possibilita a identificação de mudanças em paradigmas e em escolas de pensamento quando analisada

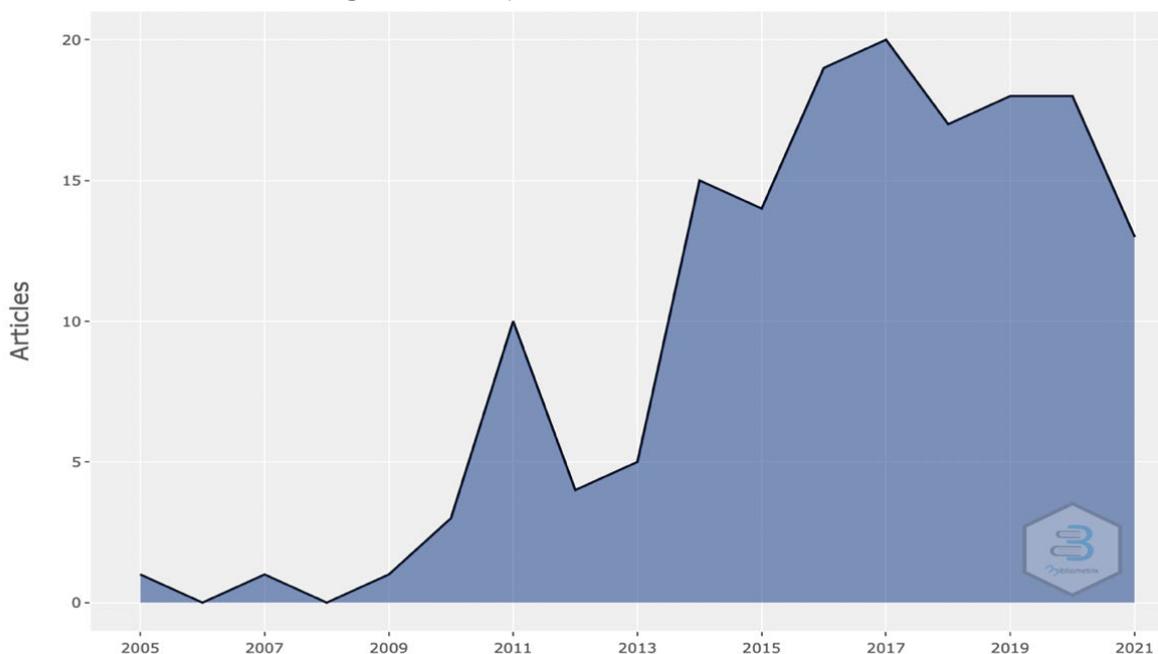


durante o tempo (ARIA; CUCCURULLO, 2017). Outra técnica adotada foi o método de acoplamento (KESSLER, 1963), no qual identificam-se artigos bibliograficamente acoplados quando ao menos uma das referências citadas apareça na bibliografia de ambos os documentos, possibilitando a identificação de conexões em grupos de pesquisa (ARIA; CUCCURULLO, 2017). Por fim, buscou-se adotar o método de clusterização, o qual se divide um certo número de elementos em diferentes agrupamentos, considerando o nível de similaridade entre os elementos (LEE; LEE, 2018) e a análise temática (COBO *et al.*, 2011a). A próxima seção apresenta os resultados encontrados com o estudo.

4 Análise e Discussão dos Resultados

Conforme demonstrado na seção de metodologia, o estudo buscou inicialmente realizar uma análise descritiva das produções desenvolvidas. Conforme Figura 3, identificou-se a evolução na produção da temática após o ano de 2005. A taxa de crescimento anual é de 20,11%. A aproximação entre a Teoria da Prática e os estudos sobre o consumo foi possibilitada por meio do estudo de Warde (2005), no qual o autor desenvolve a premissa que o consumo é desenvolvido por meio de práticas à medida que o consumidor necessita de competências, ferramentas adequadas e sentidos na conduta da prática de consumo.

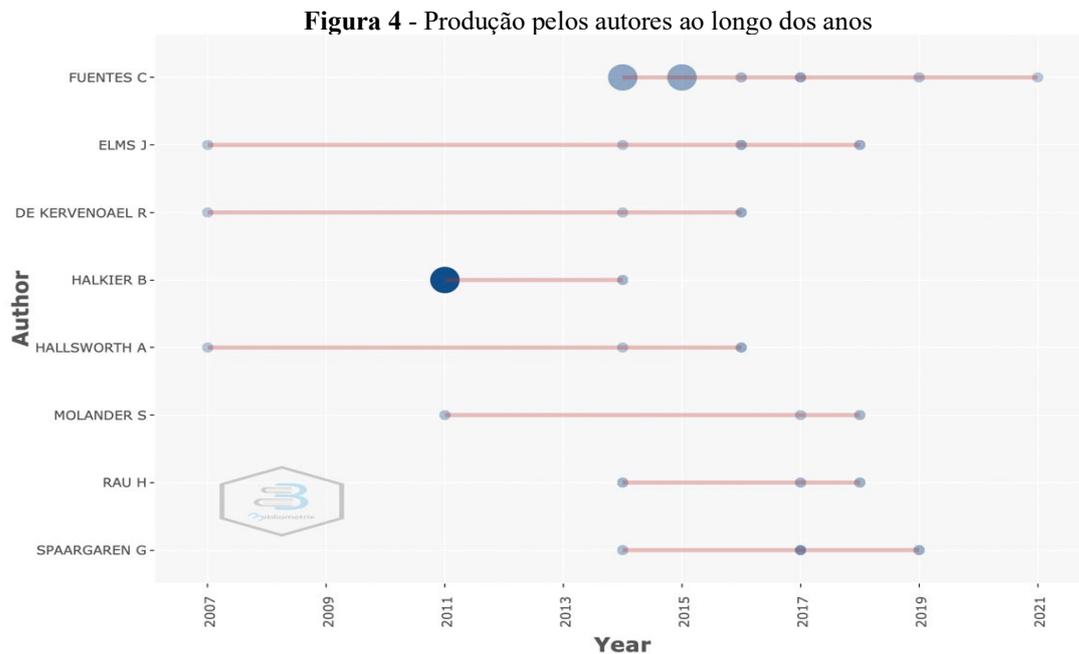
Figura 3 - Evolução no desenvolvimento da temática



Fonte: Elaborado pelos autores

Após essa importante aproximação de Warde (2005) para a temática, ressalta-se a contribuição de autores como Fuentes (8 estudos), Elms (4), De Kervernoael, Halkier, Molander, Rau e Spaargaren (3 estudos cada) na produção de estudos durante o período. Fuentes concentrou grande parte de seus estudos às práticas de consumo sustentável, associando-as a temas como estratégias e ferramentas de compras, construção de produtos em *green marketing*, consumo e serviços sustentáveis. Mais recentemente, o autor buscou abordar

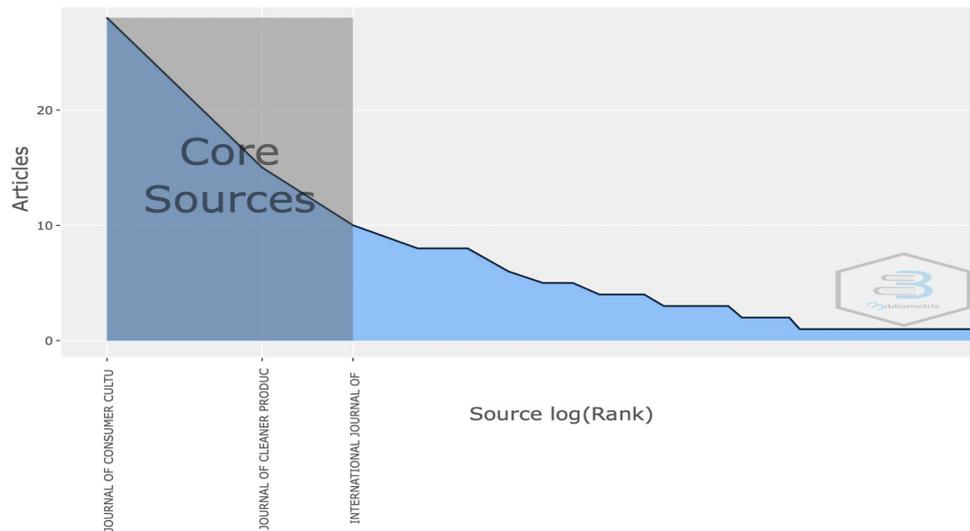
o uso de tecnologias digitais nas práticas de compras. Elms apresentou ênfase nas práticas de compras, buscando compreender as experiências pré-compras, o uso de tecnologias para compras on-line e também, a adoção de tecnologias (*serf-services*) em práticas de compras presenciais. A Figura 4 apresenta a produção acadêmica desenvolvida pelos autores ao longo do período. Embora Fuentes tenha desenvolvido a maior quantidade de estudos durante o período, o que pode ser observado por meio da quantidade produzida dentro de um mesmo ano, é possível identificar a contribuição de Elms com um maior tempo de produção dentro da temática, compreendendo o período de 2007 a 2018.



Fonte: Elaborado pelos autores

Dentre os periódicos mais relevantes para a produção da temática, encontram-se o *Journal of Consumer Culture* (28 estudos), *Journal of Cleaner Production* (15), *International Journal of Consumer Studies* (10), *Consumption Markets and Culture* e *Marketing Theory* (8 cada um), *European Journal of Marketing* (6) e *Journal of Business Research* e *Journal of Marketing Management* (5 cada um). Utilizando a divisão por zona desenvolvida pela *Bradford's Law*, foi possível identificar o núcleo de periódicos responsáveis pelo desenvolvimento da temática (NASH-STEWART; KRUESI; DEL MAR, 2012). Conforme Figura 5, três periódicos se encontram na zona central dos estudos envolvendo a Teoria da Prática e Consumo, sendo o *Journal of Consumer Culture*, *Journal of Cleaner Production* e o *International Journal of Consumer Studies*.

Figura 5 - Periódicos relevantes para a temática

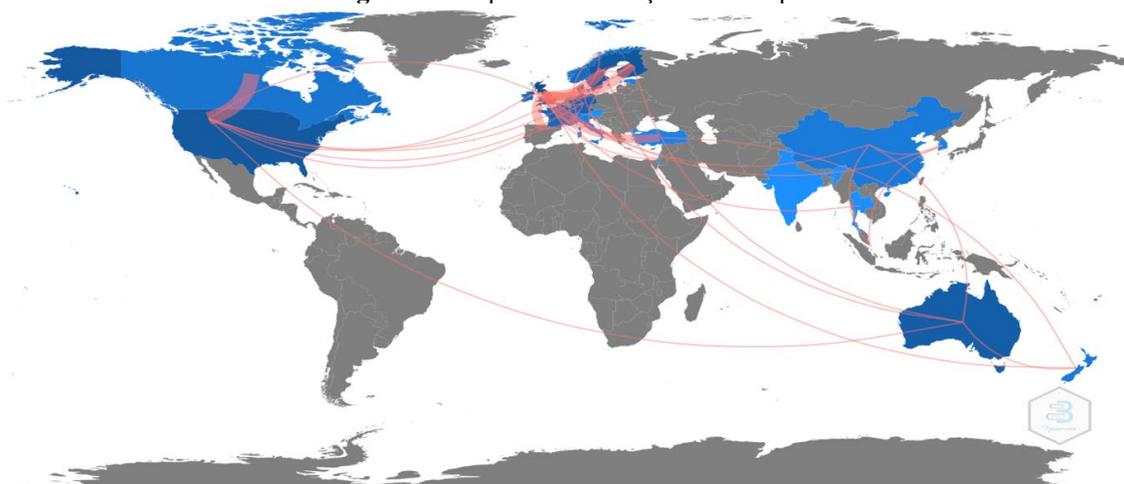


Fonte: Elaborado pelos autores

A segunda etapa da análise dos dados compreende a co-citação e acoplamento entre os estudos desenvolvidos. Considerando os países das instituições às quais os autores estão vinculados, a Figura 6 apresenta o mapa de colaboração entre os estudos. Conforme mais escura a cor do país, maior a quantidade de publicações desenvolvidas. Bem como, quanto mais espessa a linha entre os países, maior a quantidade de colaboração entre os mesmos.

Dentre os países (instituições) com maiores produções se encontram instituições do Reino Unido em 48 estudos (*University of Manchester; University West England; University of London*), Estados Unidos em 37 estudos (*University of Illinois at Chicago; University of Nevada; University of Arizona*), Suécia em 28 estudos (*Lund University; University of Gothenburg; Stockholm University*), Finlândia em 25 estudos (*University of Helsinki; Hanken School of Economics; University of Vaasa*) e Austrália em 20 estudos (*RMIT University; James Cook University; University of Melbourne*). Dentre a colaboração entre os países, as principais colaborações estão associadas a centros de estudos localizados nos Estados Unidos e no Reino Unido.

Figura 6 - Mapa de colaboração entre os países

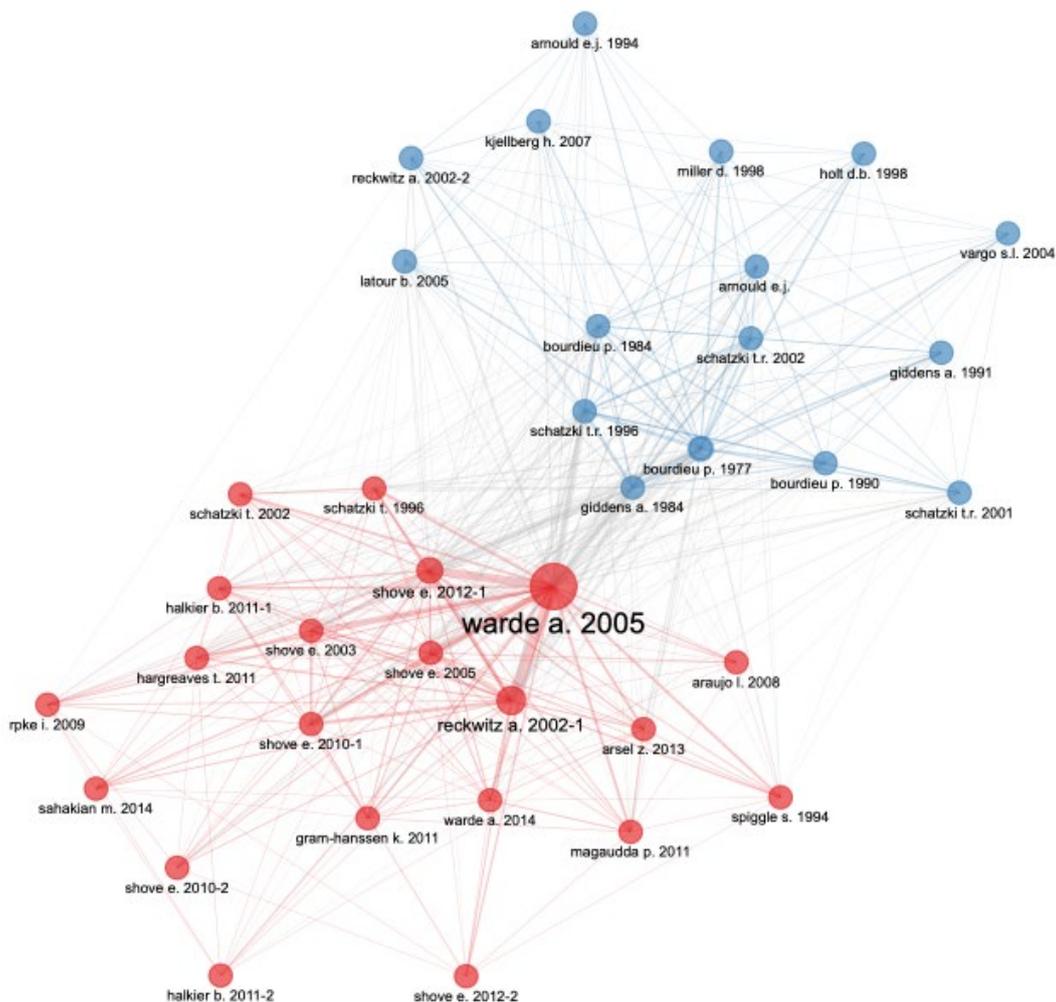


Fonte: Elaborado pelos autores.

Analisando a rede de co-citação entre as referências bibliográficas dos estudos (Figura 7), é possível identificar dois agrupamentos de estudos. Conforme ressaltado por Warde (2016), o desenvolvimento dos estudos sobre a Teoria da Prática pode ser analisado em duas ondas. Por uma vertente (de coloração azul), encontram-se estudos fundamentados em ideias desenvolvidas por Pierre Bourdieu e Anthony Giddens, com o propósito da compreensão da “ação” de modo complementar na compreensão dos sistemas e estruturas (WARDE, 2016). Outra vertente das pesquisas tem como ponto principal o estudo de Warde (2005) (em vermelho). Analisando os referenciais associados ao estudo de Warde, identificam-se estudos de Schatzki, Reckwitz e Shove, identificados na segunda onda da Teoria da Prática, reconhecida como “*the practice turn*” (WARDE, 2016).

Esses estudos buscam analisar as práticas como unidade de análise para compreensão de fenômenos complexos das práticas sociais. Ressalta-se o estudo de Shove, Pantzar e Watson (2012), os quais apresentam os elementos materiais, de competência e significados para que fossem aplicados nos estudos sobre as práticas em diferentes fenômenos sociais. Fuentes e Svingstedt (2017) expõe que esses elementos se apresentam mais aplicáveis para a análise empírica, o que pode evidenciar a grande quantidade de estudos adotando os elementos da prática desenvolvidos por Shove, Pantzar e Watson (2012), conforme apresentado dentre as associações identificadas na Figura 7.

Figura 7 - Agrupamento teórico



Fonte: Elaborado pelos autores.

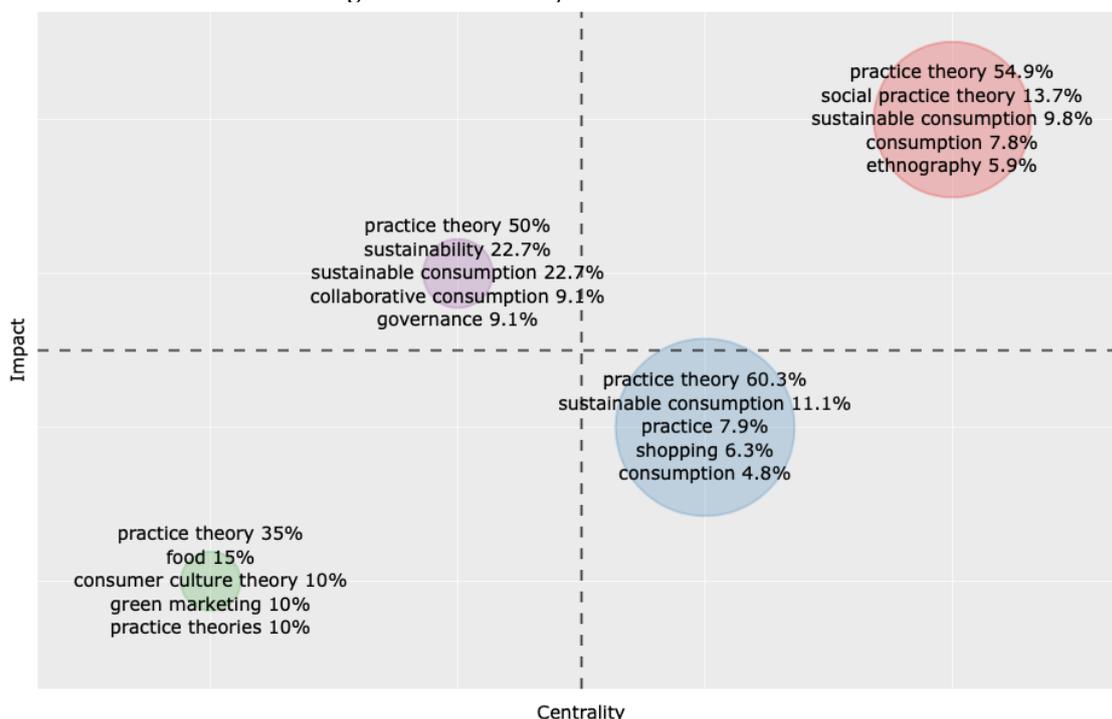


Buscando compreender os agrupamentos temáticos dentro da base utilizada, adotou-se a clusterização dos documentos com base nas palavras-chave apresentadas pelos estudos (Figura 8). Identifica-se uma grande atenção dos estudos às práticas de consumo sustentáveis. Entretanto, é possível identificar a presença de quatro agrupamentos relevantes, sendo formados por estudos relacionados ao consumo sustentável, ao consumo colaborativo, às práticas de compras e alimentação e ao *green-marketing*.

Dentre os estudos sobre as práticas sustentáveis de consumo, destaca-se a relevância dos estudos de Sahakian, Leuzinger e Saloma (2017) e Mylan (2015). Sahakian, Leuzinger e Saloma (2017) buscaram compreender como algumas práticas sociais sustentáveis influenciam na mudanças de práticas de consumo. Os autores evidenciam alguns estágios para aplicação das práticas sociais em objetivos sustentáveis, bem como, identificaram algumas armadilhas à serem evitadas. Mylan (2015) busca utilizar a teoria da prática na compreensão sobre o consumo e produção mais sustentável.

As práticas de consumo também são evidenciadas entre os estudos sobre o consumo colaborativo. Dentro de um contexto de economia colaborativa, diferentes práticas de consumo podem ser analisadas, sejam por meio do compartilhamento veicular (GUYADER, 2018) ou pelo empréstimo de produtos (PISCICELLI; COOPER; FISHER, 2015). As práticas sociais foram utilizadas para um entendimento dos valores sociais associados aos consumidores, bem como, a uma compreensão de como os elementos da prática de consumo colaborativo são organizados utilizando o estudo de Shove, Pantzar e Watson (2012).

Figura 8 - Clusterização temática dos estudos



Fonte: Elaborado pelos autores.

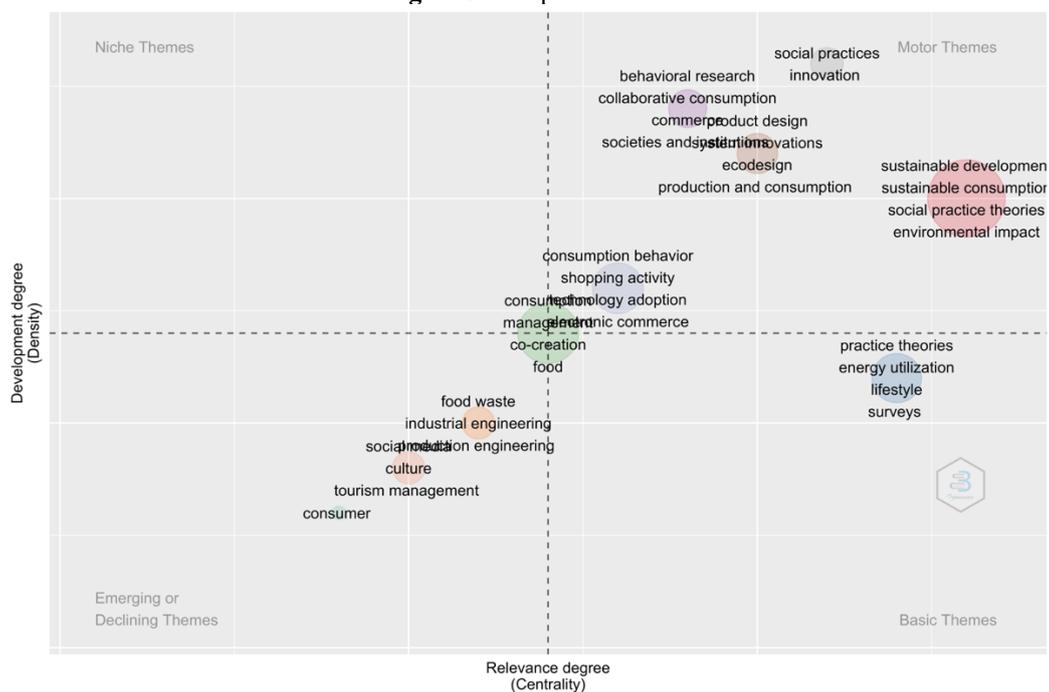
Os estudos sobre as práticas de compras apresentaram maior frequência dentre os agrupamentos identificados. Ressaltam-se os estudos de Bulmer, Elms e Moore (2018), Elms, De Kervenoael e Hallsworth (2016), Fuentes, Hagberg e Kjellberg (2019) e Fuentes e

Svingstedt (2017). As práticas de compras vêm sendo analisadas em diferentes contextos, sejam em lojas físicas ou por meio da internet (ELMS; DE KERVENOEL; HALLSWORTH, 2016). Recentemente, as tecnologias digitais estão ganhando maior relevância, seja por meio da interação dos consumidores com os dispositivos dentro das lojas físicas (BULMER; ELMS; MOORE, 2018), por meio de dispositivos portáteis, como os *smartphones* (FUENTES; SVINGSTEDT, 2017) e por meio de plataformas on-line, como o *streaming* de músicas (FUENTES; HAGBERG; KJELLBERG, 2019).

Por fim, o consumo alimentar e práticas de *green marketing* também foram ressaltadas. Dentro do contexto de *green-marketing*, ressaltam-se os estudos de Fuentes (2014, 2015), nos quais são avaliadas práticas de marketing associadas a produtos que causem menor impacto ao meio ambiente. O consumo alimentar é analisado por meio das práticas dentro do contexto familiar, como forma de avaliar mudanças entre gerações familiares (TREES; DEAN, 2018), bem como, repassam ensinamento sobre o desperdício alimentar (REVILLA; SALET, 2018).

A Figura 9, apresenta como os diferentes tópicos estão sendo trabalhados dentro da temática. Conforme apresentado por Cobo *et al.* (2011a), os tópicos encontrados no quadrante superior direito (Temas Motores) representam os temas bem desenvolvidos e que foram importantes para a estruturação do campo de pesquisa. Os temas no quadrante superior esquerdo (Temas de Nicho) apresentam temas bem desenvolvidos internamente, mas com poucas relações com outras temáticas. O quadrante inferior direito (Temas Básicos) aborda temas ainda pouco trabalhados pela temática, mas que são importantes. Por fim, o quadrante inferior esquerdo (Temas Emergentes ou em Declínio) expõe temas que foram pouco explorados e estão marginalmente associados à temática (ARIA; CUCCURULLO, 2017; COBO *et al.*, 2011a).

Figura 9 - Mapa Temático



Fonte: Elaborado pelos autores

Conforme abordado anteriormente, é relevante a presença de estudos associados a temas envolvendo o consumo e práticas sustentáveis (JAEGER-ERBEN; RÜCKERT-JOHN; SCHÄFER, 2015; MYLAN, 2015; SAHAKIAN; LEUZINGER; SALOMA, 2017). Mccoll-

Kennedy, Cheung e Ferrier (2015) em uma análise da produção, identificaram a emergência de temas sobre práticas de consumo familiar e preocupações do impacto do consumo em mudanças climáticas. Estudos recentes sobre as práticas de consumo sustentável vêm buscando avaliar o auxílio da tecnologia no consumo sustentável (FUENTES; CEGRELL; VESTERINEN, 2021), o impacto que intervenções institucionais podem contribuir para a sustentabilidade (PEKKANEN, 2021) e por outro lado, no desenvolvimento de resistência no consumo sustentável (GONZALEZ-ARCOS *et al.*, 2021) e por fim, nas mitigações de barreiras em práticas de consumo *green* (BEATSON; GOTTLIEB; PLEMING, 2020).

Temas como consumo colaborativo e produção ecológica também se encontram dentre os mais desenvolvidos. Quando considerada a colaboração entre os consumidores, diferentes propósitos são identificados, seja pelo compartilhamento da propriedade ou pela eficiência do processo (FRAANJE; SPAARGAREN, 2019). Portanto, os autores identificam que o tipo de consumo colaborativo não se baseia somente em atitudes pessoais, mas na organização de práticas de consumo. A internet e novos aplicativos mobile vem possibilitando diferentes formas de compartilhamento do consumo (GUYADER, 2018; PISCICELLI; COOPER; FISHER, 2015).

Alinhando a utilização da internet e de dispositivos tecnológicos, um ponto de destaque dentro dos estudos sobre a temática são as práticas associadas às compras (BULMER; ELMS; MOORE, 2018; ELMS; DE KERVENOAEL; HALLSWORTH, 2016; FUENTES; BÄCKSTRÖM; SVINGSTEDT, 2017; FUENTES; SVINGSTEDT, 2017). Os elementos das práticas são adotados na análise de compras realizadas em lojas físicas, como também, em ambientes virtuais. Os *smartphones* modificaram a forma com que os consumidores realizam suas práticas de compras, impactando em diferentes etapas do processo de compras (FUENTES, CHRISTIAN; SVINGSTEDT, 2017). Os dispositivos também modificam a forma com que o *retailscape* é configurado (FUENTES, CHRISTIAN; BÄCKSTRÖM; SVINGSTEDT, 2017). A adoção de outras tecnologias como o autosserviço (BULMER; ELMS; MOORE, 2018) e o uso de inteligência artificial em dispositivos nas lojas (MOORE; BULMER; ELMS, 2022) reconfiguram as práticas desenvolvidas pelos consumidores.

Os estudos sobre práticas na utilização de energia, ainda não possuem um grande desenvolvimento dentro da área de administração. Entretanto, recentes estudos dentro do campo da engenharia, vêm utilizando a teoria da prática como forma de compreender a utilização energética pelos consumidores de forma a adotar melhores práticas (BYRNE; BARTIAUX, 2017; STANDAL; TALEVI; WESTSKOG, 2020; STELMACH *et al.*, 2020). Por fim, temas como desperdício de alimentos e práticas dentro do setor de turismo ainda foram poucos explorados dentro da temática. A prevenção do desperdício de alimentos possui o enfoque nas práticas de consumo domiciliar (LEHTOKUNNAS *et al.*, 2020; REVILLA; SALET, 2018; SCHANES; DOBERNIG; GÖZET, 2018), novas tecnologias como sites e aplicativos vêm buscando auxiliar nessa avaliação (DEVANEY; DAVIES, 2017; FUENTES; CEGRELL; VESTERINEN, 2021). As práticas de consumo dentro da temática sobre o turismo estão concentradas na Ásia e Oceania (BARDHI; OSTBERG; BENGTTSSON, 2010; IAQUINTO, 2016; JIN; MOSCARDO; MURPHY, 2020, 2021; LIU; BROWNE; IOSSIFOVA, 2021). Dentre as avaliações das práticas de compras turísticas, há um enfoque no contexto chinês, sendo apresentada como uma nova cultura do consumidor da China contemporânea (JIN; MOSCARDO; MURPHY, 2020).

Por meio dessa análise nos estudos sobre a Teoria da Prática e Consumo, é possível identificar as diferentes temáticas com que a avaliação das práticas está sendo aplicada para avaliação dos hábitos de consumo. Conforme exposto por Fuentes e Svingstedt (2017), os



elementos da prática (SHOVE; PANTZAR; WATSON, 2012) vêm se demonstrando relevantes para a compreensão dos fenômenos sociais. Temáticas como consumo sustentável e colaborativo ainda continuam sendo fundamentais para o contexto atual. Mas, temas como as práticas de compras, o consumo alimentar e o consumo energético vêm se demonstrando promissores com a análise da teoria da prática.

5 Considerações Finais

O presente estudo avança na compreensão de como a Teoria da Prática está sendo empregada nos estudos sobre o consumo e o comportamento do consumidor no campo da administração. Embora o campo esteja desenvolvido na compreensão de práticas sustentáveis de consumo, novos temas vêm ganhando destaque. A compreensão das práticas de consumo energético, práticas alimentares e práticas de compras foram identificadas como temas que possuem espaço para desenvolvimento dentro do campo.

Nossas análises possibilitaram a compreensão dos principais autores, suas produções, taxa de crescimento das pesquisas e principais *journals* que contribuíram no desenvolvimento da temática. Além disso, buscou-se compreender as cooperações entre grupos de pesquisa em diferentes centros de pesquisa e países, ainda concentrados na América do Norte e Europa. Quatro agrupamentos temáticos foram identificados sendo de práticas de consumo sustentável, práticas de compras, práticas colaborativas e práticas de consumo alimentar e *green-marketing*.

Algumas limitações devem ser evidenciadas na interpretação das análises. Sendo um estudo bibliométrico, algumas premissas para a escolha dos termos, área de concentração dos estudos e das bases de dados foram determinadas para a escolha e seleção dos estudos. Diferentes termos, o uso de outras línguas e bases de dados podem apresentar outros resultados para a temática. De forma complementar, utilizou-se o suporte da ferramenta Biblioshiny para análise dos dados. Novas atualizações da ferramenta e softwares distintos podem complementar a interpretação dos dados.

Finalmente, existem ainda muitos caminhos para a utilização da teoria da prática dentro dos estudos sobre o consumo. Este estudo contribui em um mapeamento da produção internacional atual e possibilita uma visualização de temas que começam a evoluir. Futuras pesquisas podem buscar o mapeamento da produção brasileira dentro da temática. Uma análise comparativa pode apontar diferentes atenções. Bases de dados da Scielo, Spell e Banco de Teses e Dissertações da CAPES podem apresentar o desenvolvimento dos estudos no contexto nacional. Contudo, limitações no refinamento dos metadados extraídos das bases de dados podem limitar a utilização da ferramenta. De modo complementar, o presente estudo mapeou os principais tópicos em desenvolvimento por meio da teoria da prática para cada temática identificada. Embora bem estabelecido com a análise dos elementos da prática, os estudos sobre consumo sustentável continuam sendo relevantes, considerando as mudanças climáticas, novas regulamentações e a conscientização dos consumidores. Para o consumo colaborativo, novas percepções sobre como a prática é organizada e como agregar valor as elas podem favorecer as práticas colaborativas. Para as práticas de compras, novas pesquisas podem buscar compreender diferentes práticas de compras, sejam em lojas físicas ou virtuais. Tecnologias como inteligência artificial, internet das coisas e *big-data* vêm se tornando relevantes no cenário de compras. Bem como, há um caminho importante no entendimento das práticas em atividades de consumo alimentar para diferentes consumidores e em diferentes contextos sociais.



Referências Bibliográficas

ADDO-TENKORANG, Richard; HELO, Petri T. Big data applications in operations/supply-chain management: A literature review. **Computers and Industrial Engineering**, v. 101, p. 528–543, 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cie.2016.09.023>.

ARIA, Massimo; CUCCURULLO, Corrado. bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of Informetrics**, v. 11, n. 4, p. 959–975, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>.

BARDHAN, Anasuya. Augmented Reality and Virtual Reality in Retail - a Bibliometric Analysis. **Psychology and Education Journal**, v. 57, n. 9, p. 6209–6219, 2021.

BARDHI, Fleura; OSTBERG, Jacob; BENGTTSSON, Anders. Negotiating cultural boundaries: Food, travel and consumer identities. **Consumption Markets and Culture**, v. 13, n. 2, p. 133–157, jun. 2010.

BEATSON, Amanda; GOTTLIEB, Udo; PLEMING, Katrina. Green consumption practices for sustainability: an exploration through social practice theory. **Journal of Social Marketing**, v. 10, n. 2, p. 197–213, 15 jun. 2020.

BOURDIEU, Pierre. **Outline of a theory of practice**. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.

BULMER, Sandy; ELMS, Jonathan; MOORE, Simon. Exploring the adoption of self-service checkouts and the associated social obligations of shopping practices. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 42, n. January, p. 107–116, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.01.016>.

BYRNE, D.S.; BARTIAUX, F. **Energy systems and energy-related practices**. [S.l.: s.n.], 2017. v. 0.

COBO, M. J. *et al.* An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. **Journal of Informetrics**, v. 5, n. 1, p. 146–166, 2011a. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>.

COBO, M. J. *et al.* Science Mapping Software Tools: Review, Analysis, and Cooperative Study Among Tools. **Journal of the American Society for Information Science and Technology**, v. 62, n. 7, p. 1382–1402, 2011b. Disponível em: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/asi.22883/abstract>.

CORSINI, F. *et al.* The advent of practice theories in research on sustainable consumption: Past, current and future directions of the field. **Sustainability (Switzerland)**, v. 11, n. 2, 2019.

DEVANEY, Laura; DAVIES, Anna R. Disrupting household food consumption through experimental HomeLabs: Outcomes, connections, contexts. **Journal of Consumer Culture**, v. 17, n. 3, p. 823–844, 1 nov. 2017.



ELMS, Jonathan; DE KERVENOEL, Ronan; HALLSWORTH, Alan. Internet or store? An ethnographic study of consumers' internet and store-based grocery shopping practices. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 32, p. 234–243, 2016.

FRAANJE, Walter; SPAARGAREN, Gert. What future for collaborative consumption? A practice theoretical account. **Journal of Cleaner Production**, v. 208, p. 499–508, 20 jan. 2019.

FUENTES, C.; CEGRELL, O.; VESTERINEN, J. Digitally enabling sustainable food shopping: App glitches, practice conflicts, and digital failure. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 61, 2021.

FUENTES, C.; HAGBERG, J.; KJELLBERG, H. Soundtracking: music listening practices in the digital age. **European Journal of Marketing**, v. 53, n. 3, p. 483–503, 2019.

FUENTES, Christian. How green marketing works: Practices, materialities, and images. **Scandinavian Journal of Management**, v. 31, n. 2, p. 192–205, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.scaman.2014.11.004>.

FUENTES, Christian. Managing green complexities: Consumers' strategies and techniques for greener shopping. **International Journal of Consumer Studies**, v. 38, n. 5, p. 485–492, 2014.

FUENTES, Christian; BÄCKSTRÖM, Kristina; SVINGSTEDT, Anette. Smartphones and the reconfiguration of retailscapes: Stores, shopping, and digitalization. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 39, n. June, p. 270–278, 2017.

FUENTES, Christian; CEGRELL, Olivia; VESTERINEN, Josefine. Digitally enabling sustainable food shopping: App glitches, practice conflicts, and digital failure. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 61, 1 jul. 2021.

FUENTES, Christian; SVINGSTEDT, Anette. Mobile shopping and the practice of shopping: A study of how young adults use smartphones to shop. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 38, n. October 2016, p. 137–146, 2017.

GIDDENS, Anthony. **The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration**. Cambridge: Polity Press, 1984.

GONZALEZ-ARCOS, C. *et al.* “How Do I Carry All This Now?” Understanding Consumer Resistance to Sustainability Interventions. **Journal of Marketing**, v. 85, n. 3, p. 44–61, 2021.

GUYADER, H. No one rides for free! Three styles of collaborative consumption. **Journal of Services Marketing**, v. 32, n. 6, p. 692–714, 2018.

HALKIER, Bente; KATZ-GERRO, Tally; MARTENS, Lydia. Applying practice theory to the study of consumption: Theoretical and methodological considerations. **Journal of Consumer Culture**, v. 11, n. 1, p. 3–13, 2011.

HU, Guangyuan *et al.* Which h-index? An exploration within the Web of Science. **Scientometrics**, v. 123, n. 3, p. 1225–1233, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03425-5>.

HUI, Allison. Variation and the intersection of practices. *Hui, S., Schatzki, T. Shove, E. (Eds.). The nexus of practices: connections, constellations, practitioners*. New York: Routledge, 2017. p. 52–67.

IAQUINTO, Benjamin Lucca. Strengths and weaknesses of using mixed methods to detect the sustainable practices of backpackers: A reflexive account. **Journal of Cleaner Production**, v. 111, p. 479–486, 16 jan. 2016.

ISBOLI, Gabriel Henrique Pimenta. **Household water consuming practices: A cross-cultural discussion for Brazilian and English residents**. 2019. 141 f. 2019.

JAEGER-ERBEN, Melanie; RÜCKERT-JOHN, Jana; SCHÄFER, Martina. Sustainable consumption through social innovation: A typology of innovations for sustainable consumption practices. **Journal of Cleaner Production**, v. 108, p. 784–798, 2015.

JIN, Haipeng; MOSCARDO, Gianna; MURPHY, Laurie. Exploring Chinese Outbound Tourist Shopping: A Social Practice Framework. **Journal of Travel Research**, v. 59, n. 1, p. 156–172, 1 fev. 2020.

JIN, Haipeng; MOSCARDO, Gianna; MURPHY, Laurie. Unraveling the Mechanisms Behind Chinese Outbound Tourist Shopping: A Social Practice Perspective. **Journal of Hospitality and Tourism Research**, v. 45, n. 4, p. 629–651, 1 maio 2021.

KESSLER, M. M. Bibliographic Coupling Between Scientific Papers. **Journal Assoc. Inf. Sci. Technol.**, v. 14, n. 1, p. 10–25, 1963.

LEE, Daewon; LEE, Hwa Min. IoT service classification and clustering for integration of IoT service platforms. **Journal of Supercomputing**, v. 74, n. 12, p. 6859–6875, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11227-018-2288-7>.

LEHTOKUNNAS, T. *et al.* Towards a circular economy in food consumption: Food waste reduction practices as ethical work. **Journal of Consumer Culture**, 2020.

LIU, Qi; BROWNE, Alison L.; IOSSIFOVA, Deljana. Creating water demand: bathing practice performances in a Chinese hot spring tourist town. **Journal of Sustainable Tourism**, 2021.

LODI, Marluce Dantas de Freitas. **Consumo de alimentos e obesidade na perspectiva transformativa do consumidor**. p. 193, 2018.

MCCOLL-KENNEDY, J.R.; CHEUNG, L.; FERRIER, E. Co-creating service experience practices. **Journal of Service Management**, v. 26, n. 2, p. 249–275, 2015.

MOORE, Simon; BULMER, Sandy; ELMS, Jonathan. The social significance of AI in retail on customer experience and shopping practices. **Journal of Retailing and Consumer Services**, v. 64, 1 jan. 2022.

MYLAN, Josephine. Understanding the diffusion of Sustainable Product-Service Systems: Insights from the sociology of consumption and practice theory. **Journal of Cleaner Production**, v. 97, p. 13–20, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.01.065>.



- NASH-STEWART, Charlotte E.; KRUESI, Lisa M.; DEL MAR, Chris B. Does bradford's law of scattering predict the size of the literature in cochrane reviews? **Journal of the Medical Library Association**, v. 100, n. 2, p. 135–138, 2012.
- PEKKANEN, Tiia Lotta. Institutions and Agency in the Sustainability of Day-to-Day Consumption Practices: An Institutional Ethnographic Study. **Journal of Business Ethics**, v. 168, n. 2, p. 241–260, 1 jan. 2021.
- PISCICELLI, L.; COOPER, T.; FISHER, T. The role of values in collaborative consumption: Insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK. **Journal of Cleaner Production**, v. 97, p. 21–29, 2015.
- RECKWITZ, Andreas. Toward a theory of social practices: A development in culturalist theorizing. **European Journal of Social Theory**, v. 5, n. 2, p. 245–263, 2002.
- REVILLA, B.P.; SALET, W. The social meaning and function of household food rituals in preventing food waste. **Journal of Cleaner Production**, v. 198, p. 320–332, 2018.
- SAHAKIAN, M.; LEUZINGER, T.; SALOMA, C. Uncovering changing prescriptions and practices around organic agriculture in Metro Manila, the Philippines. **Agroecology and Sustainable Food Systems**, v. 41, n. 5, p. 505–525, 2017.
- SCHANES, K.; DOBERNIG, K.; GÖZET, B. Food waste matters - A systematic review of household food waste practices and their policy implications. **Journal of Cleaner Production**, v. 182, p. 978–991, 2018.
- SCHATZKI, Theodore R. A primer on practices theory and research. *Higgs et al.*, **Practice-based Education: Perspectives and Strategies**. Rotterdam: Sense Publishers, 2012. p. 13–26.
- SCHATZKI, Theodore R. **Social practices : a Wittgensteinian approach to human activity and the social**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- SCHATZKI, Theodore R. **The site of the social : a philosophical account of the constitution of social life and change**. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press, 2002.
- SHOVE, Elizabeth; PANTZAR, Mika; WATSON, Matt. **The dynamics of social practice: everyday life and how it changes**. London: SAGE Publications, 2012.
- SINGH, Jasbir; ARTI. A Bibliometric Analysis : Online Banking and E-shopping. **Psychology and Education Journal**, v. 58, n. 3, p. 1370–1380, 2021.
- SINGH, Vivek Kumar *et al.* The journal coverage of Web of Science, Scopus and Dimensions: A comparative analysis. **Scientometrics**, v. 126, n. 6, p. 5113–5142, 1 jun. 2021.
- STANDAL, K.; TALEVI, M.; WESTSKOG, H. Engaging men and women in energy production in Norway and the United Kingdom: The significance of social practices and gender relations. **Energy Research and Social Science**, v. 60, 2020.
- STELMACH, G. *et al.* Exploring household energy rules and activities during peak demand to better determine potential responsiveness to time-of-use pricing. **Energy Policy**, v. 144, 2020.



TREES, Rachel; DEAN, Dianne Marion. Physical and emotional nourishment: Food as the embodied component of loving care of elderly family relatives. **European Journal of Marketing**, v. 52, n. 12, p. 2405–2422, 2018.

WANG, Chao *et al.* The evolution of Industrial Management & Data Systems over the past 25 years: A bibliometric overview. **Industrial Management and Data Systems**, v. 119, n. 1, p. 2–34, 2019.

WANG, Jianxin *et al.* The evolution of the Internet of Things (IoT) over the past 20 years. **Computers and Industrial Engineering**, v. 155, p. 1–17, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.cie.2021.107174>.

WARDE, Alan. Consumption and Theories of Practice. **Journal of Consumer Culture**, v. 5, n. 2, p. 131–153, 13 jul. 2005. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1469540505053090>. Acesso em: 28 jul. 2018.

WARDE, Alan. **The practice of eating**. Cambridge: [s.n.], 2016. Disponível em: [http://www.eskom.co.za/CustomerCare/TariffsAndCharges/Documents/RSA Distribution Tariff Code Vers 6.pdf](http://www.eskom.co.za/CustomerCare/TariffsAndCharges/Documents/RSA%20Distribution%20Tariff%20Code%20Vers%206.pdf)<http://www.nersa.org.za/>.

WARDE, Alan; WELCH, Daniel; PADDOCK, Jessica. Studying consumption through the lens of practice. In: KELLER, M. *et al.* (Org.). *Keller M, Halkier B, Truninger M, et al. (eds) Routledge Handbook on Consumption*. London: Routledge, 2017. p. 29–42.

WELCH, D. Consumption and teleoaffective formations: Consumer culture and commercial communications. **Journal of Consumer Culture**, v. 20, n. 1, p. 61–82, 2020.

WELCH, D.; HALKIER, B.; KELLER, M. Introduction to the Special Issue: Renewing Theories of Practice and Reappraising the Cultural. **Cultural Sociology**, v. 14, n. 4, p. 325–339, 2020.

WILLIAMS, Val *et al.* Understanding disabling barriers: a fruitful partnership between Disability Studies and social practices? **Disability and Society**, v. 33, n. 2, p. 157–174, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09687599.2017.1401527>.

ⁱ Doutor em Administração pelo programa de pós-graduação da Universidade Estadual de Maringá, na linha de pesquisa Marketing e Cadeias Produtivas. Mestre e graduado em Administração pela Universidade Estadual de Maringá, realizando mobilidade acadêmica com o curso Administration Économique et Sociale - Université de Rennes II (2014 - França). Tenho experiência na área de Administração, com ênfase em Marketing, Inovação e Estratégia, atuando principalmente nos seguintes temas: Comportamento do Consumidor, Mobile Shopping, Canais de Vendas e Teoria da Prática.

ⁱⁱ Pesquisadora nas áreas de Teorias de Cultura e Consumo, com especial interesse pelos temas Gift-giving, Consumo de Moda, Significados do Consumo, Consumo Ritualístico e Transformative Consumer Research. Professora Associada da Universidade Estadual de Maringá e do Programa de Pós-graduação em Administração Mestrado e Doutorado PPA-UEM. É membro do GIPEM - Grupo Interdisciplinar de Pesquisas e Estudos de Marketing e do G-COMO - Grupo de Estudos de Consumo de Moda. Possui Doutorado em Administração pela Universidade Federal do Paraná UFPR (2009) com a tese: Marcas como objeto de coleção: análise baseada nas motivações para colecionar e na Teoria de Cadeias Meios-Fim. Mestrado em Administração pela Universidade Federal do Paraná UFPR (2000) com a dissertação: O comportamento de presentear: uma análise exploratória; e Graduação em Administração pela Universidade Estadual de Londrina UEL (1997). Coordenadora do GT Consumo de Moda no Colóquio de Moda, Líder do Tema Comportamento do Consumidor no SEMEAD da USP e Líder do Tema Marketing e Sociedade na ANPAD.