

NOTAS SOBRE A FORMA E A RAZÃO DOS CONFLITOS NO MERCADO DE CONSUMO¹

Ciméa Bevilaqua

Resumo. Explorando a perspectiva proposta por Marcel Mauss, este artigo apresenta algumas reflexões sobre a coexistência entre as lógicas do dom e do mercado na sociedade brasileira, tomando por base uma pesquisa etnográfica realizada em Curitiba (PR) sobre conflitos decorrentes de relações de consumo. A etnografia indica que a premissa da equivalência entre os parceiros – que evoca a economia do dom, na qual as trocas vinculam sujeitos enquanto sujeitos por meio de objetos – não é, de modo algum, um componente secundário das relações entre consumidores e fornecedores no mercado, presidindo inclusive a reivindicação de direitos pelos consumidores junto a instituições estatais. O desenvolvimento da análise sugere que as transações bem sucedidas e os conflitos nascidos de relações de consumo podem ser compreendidas como elementos de um mesmo sistema de comunicação, em que a lógica mercantil é englobada pelo princípio da reciprocidade.

Palavras-chave: Troca, conflito, mercado, direitos do consumidor.

As inúmeras reflexões suscitadas pelo *Ensaio sobre a dádiva* (1923-24) só recentemente passaram a reconhecer a importância da contribuição de Marcel Mauss para o estudo das formas de circulação de bens e serviços nas sociedades contemporâneas. Embora Mauss (1974, p. 42) tenha sugerido que os princípios da economia do dom “funcionam ainda nas nossas sociedades, de maneira constante e por assim dizer

Ciméa Bevilaqua é professora do Departamento de Antropologia da Universidade Federal do Paraná; membro do Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo.

subjacente”, deu-se mais atenção ao segundo adjetivo que ao primeiro. Como resultado, prevaleceu quase sempre a noção de uma descontinuidade radical entre duas modalidades de relação: a troca de dons, que vincula sujeitos enquanto sujeitos por meio de objetos; e a troca mercantil, na qual só seria relevante a equivalência entre os objetos trocados (cf. Gregory, 1982).

Desse modo, mesmo quando se admite que os princípios do dom não foram totalmente suplantados pela dinâmica do mercado nas sociedades contemporâneas, sua presença é comumente reconhecida apenas no universo das relações privadas ou, quando muito, em algumas instâncias que parecem resistir a uma completa submissão à lógica mercantil, como o trabalho voluntário, a filantropia e a comercialização de obras de arte.² O propósito deste artigo é explorar a intuição maussiana sobre a coexistência desses dois princípios aparentemente antitéticos de organização das relações sociais, desenvolvendo a hipótese de que a lógica do dom não se limita apenas a regiões intersticiais da sociedade contemporânea,³ mas pode ser reencontrada no próprio coração do mercado – talvez não nos “jogos abstratos do dinheiro”,⁴ mas certamente nas operações que fazem parte da vida econômica cotidiana.

A reflexão baseia-se em pesquisa etnográfica sobre conflitos decorrentes de relações de consumo, sobretudo aqueles cuja solução é buscada junto a instituições estatais de defesa do consumidor. O trabalho de campo, realizado em Curitiba (PR) ao longo dos últimos quatro anos, envolveu entre outros procedimentos a observação da rotina das instituições de defesa do consumidor⁵ – do registro de reclamações às audiências de conciliação – e o acompanhamento passo a passo da peregrinação de consumidores por diferentes instituições, nos casos em que não foi possível obter o desfecho desejado na primeira tentativa. Com base no material etnográfico, minha sugestão é que os princípios do dom não apenas coexistem, mas são capazes de englobar os princípios do mercado numa relação hierárquica – no sentido conferido ao termo por Louis Dumont (1992) –, e que é esse englobamento que permite compreender tanto as transações rotineiras como os conflitos entre consumidores e fornecedores.

O dom, o mercado e a guerra

Ao examinar as formas de circulação de bens em diferentes sociedades, Marcel Mauss se dedicou a compreender o caráter livre e gratuito, mas ao mesmo tempo obrigatório e interessado, dos atos de dar, receber e retribuir. No encadeamento dessas operações, reconheceu o fundamento de toda uma moral e de toda uma economia, no seio da qual os vínculos entre sujeitos são construídos e reafirmados por meio de objetos. Refutando a noção então corrente de uma economia natural supostamente baseada na maximização dos interesses individuais, Mauss (1974, p. 45) coloca em destaque o entrelaçamento entre fenômenos econômicos, morais, estéticos, religiosos e jurídicos no seio de prestações e contraprestações que se apresentam preferencialmente como atos voluntários, mas nos quais se entrevê a força obrigatória do dever, “sob pena de guerra privada ou pública”.

No contraste entre o dom e a guerra implícito nessa afirmação poder-se-ia assinalar – como faz Sahlins (1972), ao discutir as implicações políticas do *Ensaio sobre a dádiva* – certa proximidade com a concepção hobbesiana do estado de natureza como a guerra de todos contra todos. Para Mauss (1974, p. 183), no entanto, o que funda a sociedade não é a renúncia que dá origem ao Estado, mas o estabelecimento de uma forma de troca na qual os homens podem “opor-se sem massacrar-se e dar-se sem sacrificarem-se uns aos outros”. Diferentemente do argumento de Hobbes, a troca não implica uma estrutura de submissão, mas de reciprocidade.⁶

“Em todas as sociedades que nos precederam e que ainda nos rodeiam, e mesmo em numerosos costumes de nossa moralidade popular, não existe meio termo: confia-se ou desconfia-se inteiramente; depor as armas e renunciar à sua magia, ou dar tudo; desde a hospitalidade fugaz até às filhas e bens. Foi em estados deste gênero que os homens renunciaram a seu ensinamento e aprenderam a empenhar-se em dar e retribuir. É que eles não tinham escolha. Dois grupos de homens que se encontram podem fazer apenas duas coisas: ou afastar-se – e, caso suspeitem um do outro ou se desafiem, lutar – ou tratar-se bem. Até direitos bem próximos de nós, até economias não muito distanciadas da nossa, são sempre estrangeiros com os quais se ‘trata’, mesmo quando são aliados. (...) É opondo a razão ao sentimento, opondo a vontade de paz contra bruscas loucuras desse gênero, que

os povos conseguem substituir pela aliança, pela dádiva e pelo comércio a guerra, o isolamento e a estagnação” (Mauss, 1974, p. 182-83).

Esta passagem, freqüentemente citada como síntese da filosofia política do *Ensaio sobre a dádiva*, evidencia também que, para Mauss, a antítese do dom não é o mercado – como sustentam aqueles que estabelecem uma distinção radical entre a troca de dons e a troca de mercadorias –, mas a *ausência de relação*, à qual ambos se opõem. No entanto, se a continuidade subjacente a essas diferentes formas de troca é firmemente reconhecida, Mauss não parece conferir à guerra algum coeficiente de sociabilidade, assimilando-a antes ao “isolamento” e à “estagnação”. Na literatura contemporânea, a concepção da guerra como o negativo da troca encontra seu mais ferrenho adversário em Pierre Clastres (1980). O interlocutor ao qual Clastres se dirige, porém, não é Marcel Mauss, que em outros momentos do *Ensaio* – sobretudo nas páginas dedicadas ao *potlatch* – assinala que o dom é em si mesmo também uma forma de guerra, e não somente um substituto ou a antítese da guerra. Assim, o alvo das críticas de Clastres é o mais célebre e infiel herdeiro da tradição maussiana, Claude Lévi-Strauss, quando este afirma que a guerra e o comércio não poderiam ser estudados separadamente, por constituírem dois aspectos de um mesmo processo social. As trocas comerciais seriam guerras potenciais pacificamente resolvidas, enquanto as guerras seriam a consequência de transações infelizes. O mesmo argumento, que havia sido apresentado pela primeira vez num pequeno artigo de 1942, é reproduzido literalmente ao final do capítulo cinco de *As estruturas elementares do parentesco*, no qual Lévi-Strauss desenvolve, partindo das considerações de Mauss, sua conhecida reflexão sobre o princípio da reciprocidade. Diferentemente do texto anterior, porém, a referência ao comércio é agora omitida, de modo que a mesma frase passa a aludir às trocas em sentido geral. Ao final dessa passagem, Lévi-Strauss conclui:

“Existe uma transição contínua da guerra às trocas e das trocas aos intercasamentos. E a troca das noivas é apenas o termo de um processo ininterrupto de dons recíprocos, que realiza a passagem da hostilidade à aliança, da angústia à confiança, do medo à amizade” (Lévi-Strauss, 1982 [1949], p. 107).

O que desperta a firme discordância de Clastres, interessado sobretudo em compreender a natureza da guerra ‘primitiva’, é o fato de a reflexão lévi-straussiana não atribuir, aparentemente, nenhuma especificidade à guerra enquanto fenômeno social. Recusando-se a considerar a guerra e a troca como um contínuo em que a primeira está subordinada à segunda, Clastres sustenta que o fenômeno guerreiro é o verdadeiro motor da vida social na sociedade ‘primitiva’. Em seu ponto de vista, o fenômeno guerreiro exprime e garante a recusa do estabelecimento de um órgão separado do poder político, que unifica a sociedade, mas ao preço de dividi-la entre os que exercem o poder e os que o suportam. Se, como percebeu Hobbes, o Estado é contra a guerra, a sociedade ‘primitiva’, como espaço sociológico da guerra permanente, “diz-nos que *a guerra é contra o Estado*” (Clastres, 1980, p. 45).

Como bem perceberam alguns comentadores de Clastres, porém, seu argumento desconsidera os desdobramentos mais profundos da perspectiva estruturalista, que permitem pensar a guerra não como negativo da troca, mas *como* troca.⁷ Concebida como mera contraface de transações pacíficas, a guerra é de fato despida de qualquer valor positivo. No entanto, a análise lévi-straussiana se situa também em outro plano, mais geral e mais abstrato, no qual o princípio da reciprocidade não se refere simplesmente ao nível concreto das instituições sociais particulares, mas constitui uma condição de toda experiência humana e o fundamento universal do *socius* (cf. Fausto, 1999).

Já no artigo de 1942 mencionado acima, Lévi-Strauss enuncia essa diferença essencial ao afirmar que a guerra estabelece “o vínculo inconsciente da troca, talvez involuntária, mas em todo caso inevitável, dos auxílios recíprocos essenciais à manutenção da cultura”. Como aponta Fausto, “a guerra tupinambá não aparece nessa passagem como o negativo da troca, mas como expressão da troca: não, porém, de qualquer troca, mas da Troca enquanto princípio transcendental, não enquanto instituição empírica” (Fausto, 1999, p. 261). O movimento que conduz da consideração da troca como instituição concreta ao princípio geral da troca reaparece com toda clareza na “Introdução à obra de Marcel Mauss”. Numa passagem muito conhecida, Lévi-Strauss lamenta que, embora tenha intuído o estatuto da troca como o denominador comum de inúmeras ações sociais, Mauss tenha se deixado mistificar pela teoria nativa que postulava o *hau* como elemento de

ligação entre as três operações de dar, receber e retribuir. Para Lévi-Strauss, ao contrário, a troca não é o resultado da justaposição de fenômenos empíricos dispersos, mas um princípio sintético e *a priori*, “necessidade inconsciente” do próprio espírito humano (Lévi-Strauss, 1988, p. 35).

À primeira vista, nada autoriza invocar modelos construídos com referência à guerra em sociedades indígenas para a análise de conflitos que se desenvolvem no moderno mercado de consumo. Uma aproximação aparentemente injustificável no plano empírico, no entanto, deixa de sê-lo em termos lógicos, isto é, quando os dois fenômenos são considerados como expressões do princípio elementar da troca. Nesse plano, como ensina Lévi-Strauss, não importa a natureza das coisas trocadas nem as especificidades concretas do contexto em que ocorre a troca, mas o fato primeiro da reciprocidade da relação. Pouco mais haveria a ser dito, porém, se não houvesse também algo no material etnográfico sobre os conflitos no mercado de consumo que justificasse levar adiante uma aproximação mais substantiva com o universo da guerra.

Diferentes situações da vida cotidiana são comumente referidas como “guerras” – entre torcidas de futebol, fabricantes de produtos concorrentes, facções do crime organizado etc.⁸ Não é surpresa, portanto, que os consumidores – como revela a pesquisa de campo – tendam a classificar como uma “guerra” as relações que os opõem aos fornecedores⁹ a partir de um negócio mal sucedido. Em termos mais gerais, poder-se-ia mesmo dizer que o mercado de consumo é concebido, num registro de sabor hobbesiano, como um território de animosidade generalizada que exige um permanente estado de alerta, já que a deflagração da “guerra” é sempre iminente.

A importância desse deslizamento semântico não é desprezível, sobretudo porque permite captar de modo sintético o estado de espírito no qual se desenvolve a conflituosidade entre consumidores e fornecedores. Apoiando-se apenas numa figura do discurso nativo, porém, a análise estaria encerrada nos próprios limites desse discurso, mantendo-se no terreno inseguro da metáfora ao tratar conflitos individuais privados como guerras. Além disso, é bastante claro que nenhum informante ouvido durante a pesquisa tem em mente, ao fazer

essa associação bélica, as modalidades de guerra tradicionalmente descritas pelos antropólogos. Desse modo, um segundo aspecto merece maior atenção.

Os modelos propostos por certa vertente da etnologia sulamericana em relação ao fenômeno guerreiro destacam o estatuto da guerra indígena como fundamentalmente uma relação entre *sujeitos* (cf. Fausto, 1999, p. 273).¹⁰ Ao evocá-los, pretendo colocar em foco, sem assumir uma identidade entre os dois fenômenos, que a modalidade de troca estabelecida nos conflitos que emergem no mercado de consumo também obedece sobretudo a uma lógica *qualitativa*. Nas mais diversas circunstâncias concretas – como se verá adiante –, o cerne da disputa não reside nos interesses materiais envolvidos, mas na definição e no reconhecimento de seus protagonistas como *sujeitos*.

Por essa via, torna-se possível assim retomar a intuição de Marcel Mauss sobre a continuidade subjacente às economias do dom e do mercado não apenas para descrever o fluxo rotineiro das trocas comerciais, mas também para explorar as complexidades da troca de violências entre consumidores e fornecedores e as relações de ambos com um terceiro parceiro, o Estado, a partir da intervenção das instituições de defesa do consumidor nessas disputas.

As premissas da troca e o nascimento dos conflitos

As reflexões a respeito do mercado de consumo nas sociedades contemporâneas seguidamente enfatizam a impessoalidade e a imediatez das relações. Não há como negar que as relações de consumo sejam, na maior parte do tempo, efetivamente anônimas e fugazes: uma parcela considerável das transações cotidianas ocorre entre desconhecidos e chega ao fim no próprio momento em que se concretiza. No entanto, ainda que se admita que a relação entre consumidor e fornecedor não é um fim em si mesma, essa condição geral da dinâmica do mercado nas sociedades contemporâneas não justifica a conclusão de que o breve contato entre ambos se estabeleça em termos estritamente instrumentais e pragmáticos.

Ao contrário, a etnografia dos conflitos nascidos de relações de consumo convida a explorar a hipótese oposta: justamente por *não* existir nenhum compromisso anterior entre as partes, mais é necessária “uma afirmação de boa vontade, que dissipe a incerteza recíproca” e permita o estabelecimento de um vínculo, ainda que fugidivo e episódico (cf. Lévi-Strauss, 1982, p. 99). Desse modo, é possível admitir que mesmo as relações econômicas mais efêmeras no mercado de consumo – e principalmente estas – envolvem, sempre e necessariamente, um princípio de identificação, que permite a aceitação do outro como digno de parceria e, por conseguinte, a realização do negócio.

A desconfiança entre consumidor e fornecedor não é infundada. Ambos estão conscientes dos riscos envolvidos em qualquer transação, pela memória de suas próprias experiências anteriores ou pelo conhecimento de experiências mal sucedidas de outros, próximos ou distantes. Para que a operação se concretize, no entanto, é preciso que cada um demonstre confiar, sem garantia adicional, na boa fé do outro, do qual ignora o nome, a biografia e as intenções. A menos que o pagamento seja feito à vista e em dinheiro, o comerciante não pode ter a certeza de que receberá a contrapartida pelo bem que está entregando ao consumidor. Este, por seu turno, não pode estar seguro de antemão de que o produto ou serviço terá a qualidade e a durabilidade esperadas. São os riscos dessa incerteza, inerentes a qualquer transação, que devem ser assumidos tanto pelo fornecedor quanto pelo consumidor para que o negócio se realize – ou, então, ambos perdem.

Não é difícil perceber que, na vida cotidiana, o mesmo indivíduo pode se encontrar alternadamente em um ou outro pólo das relações de consumo. Como consumidor, ao adquirir produtos ou serviços, ao participar de sua utilização ou ainda simplesmente como destinatário potencial da publicidade e das práticas comerciais. Como fornecedor, ao participar direta ou indiretamente da produção de bens ou da prestação de serviços destinados ao mercado de consumo. Assim, é necessário reconhecer que as categorias ‘consumidor’ e ‘fornecedor’ não definem indivíduos concretos, mas posições que podem ser ocupadas alternadamente pelos mesmos indivíduos no contexto das práticas cotidianas.

A passagem de um pólo ao outro, porém, implica uma mudança radical de perspectiva. A assimetria entre fornecedor e consumidor, quaisquer que sejam seus atributos específicos, é inerente às relações de consumo, tanto em termos lógicos quanto no plano empírico. Sem mencionar a superioridade apontada por Mauss daquele que dá sobre quem recebe – por pertencer a ele a iniciativa da relação –, a referência implícita na categoria fornecedor ao próprio fundamento do mercado tem por conseqüência necessária sua preeminência sobre a posição do consumidor, que é constitutiva da própria definição dos dois pólos.¹¹ No que diz respeito às relações concretas, por outro lado, basta lembrar que o consumidor não tem acesso aos processos de fabricação dos bens que adquire ou utiliza, desconhecendo os eventuais riscos que possam apresentar à sua saúde e à sua segurança.¹² Também as práticas comerciais correntes colocam o consumidor em desvantagem: na maior parte das transações, as condições do negócio são definidas unilateralmente pelo fornecedor.¹³

É justamente essa inafastável *assimetria de posições* que pressupõe e exige a afirmação de uma *equivalência entre os trocadores* para que as transações possam se concretizar, identidade e diferença constituindo o próprio imperativo da troca. O equilíbrio precário entre uma desigualdade (real) de posições e uma igualdade (postulada) entre pessoas, por sua vez, confere às relações entre os trocadores um caráter potencialmente agonístico: a iminência do conflito está sempre presente. E, quando isto ocorre, repõe-se imediatamente a assimetria que a afirmação inicial da equivalência entre os parceiros procurava, por assim dizer, escamotear: os meios à disposição do fornecedor para salvaguardar seus interesses são muito mais poderosos que os do consumidor.¹⁴ A própria informalidade que cerca a maior parte das relações de consumo na vida cotidiana¹⁵ – cuja explicação se encontra acima de tudo no quadro da afirmação de confiança recíproca que viabiliza a parceria, e apenas secundariamente no propalado desconhecimento do consumidor sobre seus direitos –, traz prejuízos muito mais graves ao consumidor, quando as relações se deterioram, que ao fornecedor.

A etnografia das relações no mercado de consumo indica, no entanto, que o defeito num produto, ou até mesmo o atraso na entrega de um bem ou serviço, não conduzem imediatamente ao conflito. A princípio, o consumidor encara tais fatos como contratempus

desagradáveis, mas sempre passíveis de acontecer. Sua primeira iniciativa, assim, é procurar o fornecedor para comunicar o problema. A deflagração ou não do conflito vai depender da reação do fornecedor, que tem nesse momento duas alternativas: ou reafirma os pressupostos implícitos na realização do negócio – a equivalência entre os parceiros –, reconhecendo o dano causado e providenciando sua reparação; ou reafirma, ao contrário, a superioridade de sua posição, recusando-se a assumir a reparação do dano. Há diversas formas de fazê-lo. Em alguns casos, o fornecedor não reconhece sequer a existência de um dano a ser reparado. O mais comum, porém, é que ele admita o problema e se mostre disposto a resolvê-lo, mas postergue indefinidamente a solução efetiva sob as mais variadas alegações.

Também não é raro que o próprio *fato da reclamação* seja percebido pelo fornecedor como uma espécie de desafio. Nesses casos, o material etnográfico mostra que os acontecimentos subsequentes obedecem a um mesmo padrão: ao se recusar a aceitar as alegações do consumidor, o fornecedor reage com veemência excessiva, não em resposta ao conteúdo da reclamação, mas com ofensas e ameaças à *pessoa* do reclamante. Em outras palavras, trata-se agora de afirmar a *inequivalência* entre ambos, pondo em dúvida a honestidade e a boa fé do cliente – que, por sua vez, aciona todos os meios disponíveis para responder à altura. A troca pacífica transforma-se, assim, em troca de hostilidades.

Em resumo, a origem dos conflitos entre consumidores e fornecedores não reside nos atributos intrínsecos dos bens trocados, mas no rompimento das premissas que haviam possibilitado inicialmente a troca, a saber: a afirmação implícita da equivalência dos parceiros, que permitia neutralizar a assimetria de suas posições. Compreende-se assim por que a experiência do conflito mobiliza fortemente as emoções e chega a afetar a saúde de muitos consumidores, indicando o caráter englobante da dimensão relacional sobre a dimensão, por assim dizer, unilateral, do interesse econômico. Essas condições podem ser apreendidas exemplarmente no caso relatado a seguir – cujo protagonista é um rapaz de classe média, de cerca de 35 anos –, que pude presenciar durante a pesquisa de campo no Procon.

Depois de constatar que o telefone sem fio que havia adquirido no dia anterior num dos pontos de venda de uma grande cadeia de varejo não funcionava, o consumidor voltou à loja para trocá-lo. Ao ser atendido, foi informado que somente a funcionária responsável pela venda, ausente naquele momento, poderia realizar a troca. Ainda que tal atitude possa encontrar explicação nos processos de controle interno adotados pelo estabelecimento, não se pode deixar de notar que o episódio se desenrola como se a relação do consumidor não fosse com a loja, mas com a pessoa da vendedora, cabendo a ela, no limite, a responsabilidade pelo produto defeituoso. A espera durou uma hora e meia. Quando finalmente a vendedora apareceu, informou que a loja não possuía um aparelho igual para fazer a substituição. O consumidor se dispôs a levar um equipamento mais sofisticado, pagando a diferença, mas o estabelecimento também não tinha em estoque o modelo desejado. Quando a vendedora chamou o gerente para indagar sobre a chegada de um novo lote de aparelhos, o rapaz aproveitou a oportunidade para reclamar da demora e da falta de alternativas para resolver o impasse. Até esse momento, porém, não havia se instalado um conflito, apesar da insatisfação do consumidor com o negócio efetuado. Tudo muda de figura quando o gerente da loja, ao invés de reconhecer as razões do cliente, reage com ironia.

De acordo com o relato indignado do consumidor, o gerente passou a se comportar “como se estivesse num programa de auditório”, andando pela loja e gritando para os demais clientes: “O senhor foi bem atendido? A senhora foi bem atendida? Só o rapaz não foi bem atendido”. O espetáculo foi a gota d’água para que o consumidor também explodisse, devolvendo com impropérios o insulto recebido. Nascia assim o conflito, que levou o consumidor ao Procon não mais para pleitear a troca do produto, mas para obter a devolução do dinheiro. “Não quero voltar nessa loja, não quero mais ter nenhuma relação com eles”, explicou à estagiária que o atendeu, deixando entrever que as razões mais profundas da disputa não diziam respeito ao aparelho defeituoso, mas ao rompimento da equivalência postulada entre os parceiros: “Se eu fosse uma pessoa mais mal vestida, decerto tinham chamado a polícia para me tirar da loja.”

Embora o desejo manifestado pelo consumidor, neste e em inúmeros outros casos, seja colocar um ponto final numa relação mal sucedida, o próprio curso dos fatos – com a apresentação da queixa ao

Procon – revela que, depois de instaurado o conflito, não é possível voltar à indiferença anterior ao estabelecimento da troca. Ao contrário da conhecida fórmula segundo a qual o princípio que define a esfera mercadológica é a possibilidade e a facilidade de sair (*exit*) de uma relação considerada insatisfatória (cf. Hirschman, 1970), a etnografia mostra o quanto isto é difícil, justamente porque a relação não se baseia apenas nos interesses materiais das partes.¹⁶ Para o consumidor, desistir da reclamação significaria não somente ter seus direitos arranhados e arcar com um prejuízo econômico, mas também reconhecer uma inequivalência essencial com o fornecedor, traduzida na prerrogativa deste de uma ausência de retribuição (mas *não* de reciprocidade).¹⁷

A fim de levar adiante suas pretensões – isto é, para sair da relação sem assumir uma indesejável inferioridade –, o consumidor se vê obrigado a buscar uma aliança com um parceiro mais forte e poderoso: as instituições de defesa do consumidor. Sob esse aspecto, a assimetria verificada nas relações entre consumidor e fornecedor se reproduz, em outro plano, nas relações entre o consumidor e as instituições estatais destinadas a defendê-lo. Para contar com o apoio desses órgãos, o consumidor precisa se adaptar a exigências formais definidas unilateralmente – entre outros aspectos, a apresentação de documentos e provas que permitam o enquadramento legal da disputa sob a ótica da instituição – e ao ritmo de seus procedimentos, que contribuem para prolongar a duração do conflito por vários meses e até anos.

O ingresso no âmbito estatal não representa, entretanto, uma ruptura com as premissas que haviam dado origem ao conflito. Ao contrário, o material etnográfico mostra com clareza que a diversidade das queixas recebidas pelas instituições de defesa do consumidor se articula em torno de uma característica comum: nenhuma reclamação se reduz ao seu conteúdo material. Além do prejuízo econômico, estão sempre em jogo, aos olhos do reclamante, as qualidades morais do fornecedor, cuja conduta negligente ou francamente lesiva implica sempre o não reconhecimento do consumidor como alguém digno de uma parceria equilibrada. Em muitos casos, mal se pode calcular o valor monetário do prejuízo reclamado – que o próprio consumidor, aliás, considera irrisório. Sua expectativa, porém, não é apenas garantir o exercício de seus direitos econômicos, mas obter o respeito e a consideração que lhe foram negados numa transação mal sucedida. O

propósito fundamental do consumidor é restabelecer – ainda que com a intervenção de um órgão estatal – alguma equivalência com o fornecedor, levando-o a reconhecer que faltou com a atenção devida a um parceiro legítimo de trocas.

Não pretendo afirmar que as reclamações apresentadas aos órgãos de defesa do consumidor se refiram *apenas* a esses aspectos menos tangíveis das relações entre as partes, mas que o conteúdo econômico, por si só, não expressa todas as dimensões da disputa. No setor de atendimento do Procon, essa interconexão transparece nos inúmeros casos em que o reclamante enfatiza, sobretudo, a conduta desrespeitosa ou ofensiva do fornecedor: “A gente liga e eles fazem cara de deboche”; “Vim aqui porque eles são sacanas mesmo, é um desaforo”; “Quero que eles saibam até que ponto foram honestos comigo”; “Falei para eles: vocês fizeram sujeira comigo, agora vou até o fim”; “O valor é mínimo, mas agora é uma questão de honra!”¹⁸

Poder-se-ia objetar que, nos exemplos citados, as referências aos atributos morais dos fornecedores são insuficientes para sustentar a conclusão de que o cerne dos conflitos não reside em seus aspectos materiais. Essa objeção se desfaz, porém, diante dos inúmeros casos em que simplesmente não há qualquer quantia envolvida, que constituem uma demonstração suplementar da precedência das relações entre sujeitos sobre as relações com os objetos, mesmo no moderno mercado de consumo. Além de não envolver nenhum conteúdo material explícito, a queixa relatada a seguir foi registrada na Delegacia do Consumidor não pela protagonista do episódio, mas por seu marido, que se sentiu igualmente afetado pela ofensa por ela sofrida.

Ao buscar o tapete que havia deixado na lavanderia, a consumidora percebeu que o embrulho continha um outro, diferente do seu. Sua observação, porém, foi repelida rispidamente pelo funcionário. Diante da insistência da consumidora, o rapaz sumiu no interior do estabelecimento, reaparecendo somente meia hora mais tarde e ainda afirmando que o tapete era aquele mesmo. Quando a consumidora reclamou pela terceira vez, diz o boletim de ocorrência da delegacia, “o balconista em gritos e berros xingou com palavras de ofensa moral a esposa do reclamante, proferindo palavrões e expulsando-a do recinto, também tentando agredi-la fisicamente, sendo contido por outra

funcionária que estava presente”. Mesmo tendo recebido o tapete correto no mesmo dia, o casal não abriu mão da convocação de uma audiência e de um pedido formal de desculpas diante do delegado.

O não comparecimento do fornecedor a uma audiência marcada,¹⁹ aliás, pode ser percebido como uma prova adicional de sua desonestidade. Num desses casos, um senhor idoso reclamava do fotógrafo que, mesmo sem ter sido contratado anteriormente, registrou cenas do casamento de sua filha, apresentando a conta ainda durante a cerimônia. Para evitar uma discussão diante dos convidados, ele se virou forçado a pagar. Agora, seu interesse não era reaver o dinheiro, mas ter a oportunidade de repreender o fotógrafo por sua conduta inescrupulosa: “Ele não foi convidado para a cerimônia. O que eu quero é mostrar que ele não foi correto”. A ausência do fotógrafo na audiência só reforçava sua convicção de que se tratava de uma pessoa de má fé. “Se ele fosse correto, teria vindo. Mas ele vai sentir que pesou a barra para ele”, afirmava, disposto a prosseguir com o caso no Juizado Especial Cível e a gastar ainda mais na publicação de um alerta nos jornais locais.

É no debate direto entre consumidores e fornecedores nas audiências realizadas pelas instituições estatais, entretanto, que a implicação dos sujeitos enquanto sujeitos no conflito se torna ainda mais evidente. Um exemplo significativo é o do casal que havia comprado um Monza – veículo de luxo, mas já na época com mais de dez anos de uso – de um pequeno negociante de automóveis. Como parte do pagamento, deram uma Brasília ainda mais velha, cujo estado de conservação era o motivo do conflito que presenciei no Procon. Depois de fechar o negócio, o comerciante teria constatado diversos defeitos na Brasília, que diminuiriam seu valor de revenda. Por esse motivo, passou a exigir o pagamento de uma parcela adicional. Os novos proprietários do Monza, que não aceitavam pagar um centavo a mais, recorreram ao Procon.

Na audiência, a discussão logo esquentou, não somente em razão do prejuízo econômico alegado por ambas as partes, mas porque as relações pessoais já haviam se deteriorado em negociações anteriores. “Ele me chamou de ‘ladrona’ na minha casa!”, indignava-se a esposa, que não podia admitir que se colocasse em dúvida sua boa fé. O comerciante, por sua vez, recusava-se a reconhecê-la como oponente legítima e, por isso, retrucava dirigindo-se ao marido, que se mantinha

em silêncio: “Ela não deixa ele aceitar o acordo. É escravo dela, se ele aceitar apanha em casa. Não fiz negócio com um homem, mas com um cachorro! Se o meu nome ficar sujo, o senhor vai me pagar!” Apesar das ponderações da advogada que mediava a sessão, não houve acordo, e o caso prosseguiu no Juizado Especial Cível. O que estava em jogo, de fato, era muito mais importante que a avaliação econômica dos veículos negociados e os ditames da legislação.

Além da precedência hierárquica da dimensão moral sobre o conteúdo econômico, os dois últimos casos apresentam outro ponto em comum. Em ambos, a intervenção do Procon não teve sucesso, obrigando os consumidores a recorrer ao Juizado Especial Cível. Esse desdobramento coloca em foco outro aspecto relevante dos conflitos nascidos no mercado de consumo: também na relação entre o consumidor e as instituições estatais a satisfação não depende somente do ressarcimento material que possa ser obtido. Não é raro ver o consumidor agradecer efusivamente a gentileza, a paciência e o empenho demonstrado pelos funcionários desses órgãos em relação ao problema apresentado mesmo em casos *não* resolvidos. Não são poucas as cartas encaminhadas ao Procon com agradecimentos calorosos, ainda que o consumidor tenha sido obrigado a buscar a solução do problema em outras instâncias. Também na Delegacia do Consumidor encontrei situações similares, em que o reclamante reagia com satisfação a resultados aparentemente desfavoráveis.

Essas manifestações parecem indicar que, apesar da ineficácia de suas providências, a instituição se mostrou capaz de oferecer exatamente aquilo que havia faltado na relação com o fornecedor, originando o conflito: o reconhecimento do consumidor como um parceiro legítimo, digno de respeito e atenção. Nesse sentido, deixa de parecer contraditório que as instituições estatais de defesa do consumidor desfrutem de grande credibilidade, apesar do insucesso de suas providências em grande número de casos.²⁰ De acordo com uma parcela expressiva dos consumidores, aliás, o desfecho do conflito pode depender mais da honestidade do fornecedor que da intervenção da instituição estatal. É isso que explica, em seu ponto de vista, por que algumas empresas se apressam a resolver o problema com a simples menção do nome Procon, enquanto outras reagem com desdém quando o consumidor anuncia a intenção de procurar os órgãos de defesa do consumidor: “Quer

ir, então vá procurar seus direitos! Tome as suas providências que nós iremos tomar as nossas!”

As conseqüências da disputa

Em seu conjunto, os diferentes aspectos abordados até aqui não deixam dúvidas de que, mesmo no mercado de consumo, “há na troca algo mais que coisas trocadas” (cf. Lévi-Strauss, 1982, p. 99), o que autoriza a considerar ações aparentemente distintas e até mesmo opostas – as transações bem sucedidas e os conflitos que envolvem consumidores, fornecedores e instituições – como elementos de um mesmo sistema de comunicação, em que a lógica econômica é englobada pelo princípio muito mais geral da reciprocidade. No entanto, reconhecer essas duas modalidades de relação como expressões do princípio geral da Troca não dá conta de todos os desdobramentos empíricos dos conflitos nascidos no mercado de consumo, a começar pelo estatuto das instituições de defesa do consumidor no sistema, uma vez que seu papel é central nas relações litigiosas entre consumidores e fornecedores, mas residual no que diz respeito às transações pacíficas. Como é possível manter em foco os aspectos distintivos desses dois fenômenos sem perder de vista a generalidade do princípio que permite considerá-los conjuntamente?

Apesar de estar referida a um contexto empírico muito diverso – a guerra de vendeta jivaro na Amazônia peruana e equatoriana –, não é outra a questão examinada por Carlos Fausto no artigo já mencionado. Não pretendo por certo sugerir que a explicação oferecida pelo autor para o fenômeno da guerra indígena nas terras baixas da América do Sul possa iluminar diretamente os conflitos do mercado de consumo, mas explorar a perspectiva teórica por ele proposta para o equacionamento entre a troca e a guerra como instituições sociais e como expressões do princípio geral da troca. Embora admita a premissa lévi-straussiana da guerra como forma de relação social – e não como negação ou ausência de qualquer relação –, Fausto apresenta restrições à assimilação pura e simples entre a guerra e as trocas pacíficas como expressões diferenciadas, mas no limite equivalentes, do princípio de reciprocidade, uma vez que a guerra “produz fenômenos políticos de

ordem diversa daqueles que são instaurados pelo fluxo pacífico de bens e pessoas” (Fausto, 1999, p. 265).

Enquanto na troca de bens a reciprocidade é desejada, o mesmo não ocorre quando está em jogo a vingança: o matador não quer ser pago nem está obrigado a receber o pagamento, que é sua própria morte. Diferentemente do que ocorre nas transações pacíficas, não há reciprocidade de perspectivas entre os trocadores, o que produz conseqüências políticas relevantes. Para evitar a vingança, os parentes e aliados do ofensor abandonam suas pequenas aldeias e se reúnem em “casas de guerra”, cujo comando cabe a um “grande homem”. Desse modo, o intervalo entre prestação e contraprestação – a “troca de mortos” – é também o espaço da afirmação do poder político de um líder.

A temporalidade e a direcionalidade diferencial dos atos que constituem a guerra indígena também incidem sobre a característica mais notória da perspectiva estruturalista: a exclusão da subjetividade do universo da análise. Como observa Fausto, porém, a experiência humana subjetiva é parte *constituente* do objeto que se quer analisar. Não é indiferente, lembra o autor, se o grupo ao qual pertença ocupa em certo momento a posição de vítima e os nossos adversários, de algozes, ainda que essas posições sejam reversíveis e possam se anular no plano do sistema. Sem abandonar a perspectiva relacional que, num desdobramento heterodoxo das lições de Marcel Mauss, constitui a força do estruturalismo lévi-straussiano, torna-se necessário reconhecer que “não é possível neutralizar os vários pontos de vista internos ao sistema, mesmo em uma estrutura acêntrica, pois o ponto de vista de cada nó da rede nos diz algo sobre as teias de relações que a estruturam” (Fausto, 1999, p. 265).

Não caberia aqui acompanhar até o fim a resposta oferecida por Carlos Fausto ao problema da guerra indígena. É hora de retornar ao exame das relações de consumo, trazendo das vendetas amazônicas a sugestão de que a análise só tem a ganhar se for capaz de reintroduzir no próprio modelo a diferença fenomenológica entre as transações pacíficas e os conflitos entre consumidores e fornecedores. Limito-me aqui a indicar sumariamente alguns aspectos que me parecem particularmente relevantes, cujo desenvolvimento ultrapassaria os limites e objetivos deste artigo.

Como procurei demonstrar, a condição necessária para o estabelecimento da relação entre o fornecedor e o consumidor é a afirmação implícita de uma equivalência entre os parceiros, capaz de neutralizar a assimetria de suas respectivas posições. O conflito irrompe quando tal premissa é rompida, isto é, quando o fornecedor se recusa a reconhecer o problema manifestado pelo bem ou serviço, levantando ao mesmo tempo suspeitas em relação à pessoa do consumidor. Não por acaso, a mudança da atitude do fornecedor é percebida como uma ruptura: “Na hora de vender eles tratam bem, oferecem tudo. Depois não querem nem conversa”.

Encontra-se aí a primeira diferença fundamental entre as transações pacíficas e os conflitos no mercado de consumo, suficiente para indicar que estes não se limitam a expressar, em outro registro, o modo ‘normal’ daquelas. Em circunstâncias rotineiras, as prestações de parte a parte se realizam de modo simultâneo ou num intervalo contratualmente especificado, ainda que este toma-lá-dá-cá envolva sempre alguma dilação temporal e certo coeficiente de incerteza. O bem transferido pode se revelar inadequado depois de concretizada a operação, assim como o consumidor pode não honrar a dívida assumida em contratos a prazo. A deflagração do conflito, porém, confere ao vínculo entre os contratantes uma profundidade temporal específica, mais próxima da alternância diferida da troca de dons que da fugacidade característica das relações mercantis mais rotineiras. No conflito, a simultaneidade dos atos da troca dá lugar a movimentos pendulares: a iniciativa pertence agora a um dos parceiros de cada vez. Cada ato singular enseja outro em sentido contrário que, pretendendo expressar uma recusa e impedir a retribuição, contribui de fato para realimentar o vínculo que ambos os litigantes teriam preferido romper.

É nessas condições que o consumidor se vê compelido a recorrer a um outro parceiro, mais poderoso, não apenas para reaver o prejuízo material sofrido, mas também para restabelecer alguma equivalência com o fornecedor – que, a essa altura, significa afirmar uma superioridade *substantiva* diante daquele que, carecendo de honestidade e boa fé, revelou-se indigno da parceria. A emergência do conflito também tem como consequência, portanto, a transformação da estrutura relacional existente até então, com a incorporação de um terceiro termo: a instituição de defesa do consumidor. É claro que as relações entre

consumidor e fornecedor jamais são estritamente bilaterais. Em qualquer circunstância, estão sempre referidas à dinâmica mais geral do mercado – isto é, às ações dos demais consumidores e fornecedores – e à organização estatal, que estabelece os limites e parâmetros formais da contratação entre particulares. Neste sentido, o terceiro está sempre incluído. É somente quando o conflito é deflagrado, porém, que esse vínculo implícito se transforma *concretamente* em uma estrutura ternária que engloba o vínculo até então existente entre dois sujeitos definidos. Essa transformação implica, por sua vez, o deslocamento da assimetria das posições originais para um novo plano, no qual a distinção mais relevante passa a ser aquela que opõe uma instância de autoridade e aqueles que a ela se submetem. Quem ocupa agora a posição preponderante é a instituição de defesa do consumidor, que representa o império da lei sobre a vontade dos particulares, definindo seus respectivos direitos e deveres. Assim, o intervalo temporal entre o primeiro ato violento do fornecedor e a resposta do consumidor é o espaço de afirmação não de um líder, como ocorre nas vendetas amazônicas, mas da organização estatal, o novo lugar a partir do qual se definem as razões que justificam a disputa e as razões que a justificam, bem como seu desfecho possível.

O ingresso do conflito no âmbito estatal pode representar o rompimento definitivo de qualquer possibilidade de novas transações pacíficas entre os antigos parceiros. Ao mesmo tempo, porém, recorrer a um órgão de defesa do consumidor exige empenho, demanda tempo e gastos suplementares, e nada assegura previamente ao reclamante que as providências tomadas pela instituição irão conduzir a um desfecho favorável. Compreende-se assim por que o consumidor procede com cautela, em regra comunicando suas intenções ao oponente antes de formalizar a queixa, como se oferecesse ao fornecedor uma última oportunidade de voltar atrás e resolver informalmente o problema. Ambos sabem que a intervenção da instituição estatal transforma uma relação bilateral privada e potencialmente reversível em uma disputa travada na esfera pública, regida por normas que não podem ser modificadas por iniciativa das partes e cuja temporalidade agora passa a ser condicionada pelo ritmo próprio dos procedimentos administrativos e/ou judiciais. O resultado é uma perda de autonomia dos parceiros – mas

não, como os exemplos anteriores deixam entrever, seu completo desapossamento do sentido mais profundo do conflito que os vincula.

Sob esse aspecto, cabem algumas considerações adicionais. O advento do Código de Defesa do Consumidor, no início da década de 1990, representou uma profunda transformação dos parâmetros que norteavam a ação estatal no campo econômico. Na tradição jurídica liberal, os contratos celebrados no mercado envolvem dois parceiros em posição de igualdade entre si e perante o direito, os quais discutiriam livremente o conteúdo de suas obrigações recíprocas. Ao reconhecer expressamente a vulnerabilidade do consumidor no mercado, o Código rompe com os dogmas até então dominantes da autonomia da vontade e da igualdade jurídica e estabelece a intervenção imperativa do Estado nas relações privadas. Com o intuito de promover a boa fé *objetiva* nas relações de consumo – isto é, um patamar mínimo de equilíbrio entre os contratantes –, a lei protege o consumidor, a quem confere direitos, enquanto ao fornecedor prescreve apenas deveres (cf. Marques, 1999).

Diante do tratamento desigual dispensado pela legislação, a não-reciprocidade de perspectivas entre os sujeitos envolvidos no conflito se revela com toda clareza, uma vez que a alienação de parte de sua autonomia à instituição estatal os afeta de modo diferente. Para o consumidor, a essa perda também corresponde um ganho potencial. Primeiramente, a inferioridade concreta de sua posição diante do fornecedor é neutralizada com a intervenção da instituição estatal, que se sobrepõe a ambos. Não menos importante, a forma dessa intervenção, pautada pelo Código de Defesa do Consumidor, permite-lhe afirmar não somente a legitimidade de suas pretensões materiais, mas também uma superioridade substantiva (de ordem moral) diante do antigo parceiro, cuja validade é postulada para todas as demais relações no mercado de consumo. Não por acaso, o consumidor envolvido numa disputa quase sempre manifesta a intenção de divulgar publicamente o ocorrido, justificando sua atitude como um alerta aos demais consumidores: “Assim eles não pegam outro”. Em lugar do princípio jurídico da boa fé *objetiva*, no entanto, o que o consumidor afirma é a má fé *subjetiva* dos fornecedores em geral.

Para o fornecedor, ao contrário, a intervenção estatal no conflito significa uma dupla perda, a começar pela renúncia compulsória aos

seus privilégios de posição diante do consumidor. Cabe notar que essa destituição afeta mais profundamente o pequeno fornecedor, cujos atributos concretos – os recursos econômicos e técnicos de que pode dispor para salvaguardar seus interesses – não são suficientes para compensá-la ou desafiá-la. Mas isto não é tudo. Uma vez que a lei só confere direitos ao consumidor, também na perspectiva do fornecedor a intervenção estatal pode representar uma afirmação implícita da superioridade daquele. Um exemplo retirado da experiência de campo no Procon, envolvendo um casal de consumidores e o casal de proprietários de uma pequena marmoraria, sintetiza esses dois pontos.

O primeiro casal havia encomendado uma pia de granito que frustrou suas expectativas: a superfície da pedra parecia áspera e porosa, imprópria para o preparo de alimentos. A empresa, ao contrário, sustentava que a pedra era perfeitamente adequada, recusando-se a substituí-la. Os consumidores adquiriram então uma nova pia em outro estabelecimento, pleiteando junto ao Procon a devolução do valor pago pela primeira. Na audiência de conciliação, as duas mulheres tomaram a iniciativa do debate, que de início se concentrou nas características do granito, mas logo evoluiu para a troca de acusações pessoais. A mediadora da sessão interveio para acalmá-las, aproveitando a oportunidade para anunciar que os consumidores tinham de fato o direito de receber o dinheiro de volta. Nesse ponto, o proprietário da marmoraria reagiu com veemência, entendendo que sua honestidade e sua experiência estavam sendo postas em dúvida, já que aparentemente apenas os argumentos dos reclamantes eram considerados dignos de crédito. O ríspido diálogo que se seguiu, entretanto, só serviu para acentuar sua nova posição de inferioridade.

–“Mas se a senhora diz que ela vai ter sempre razão, então o que é que nós estamos fazendo aqui? A senhora é a mediadora e já decidi, não aceita nada do que a gente diz! Grande mediadora a senhora é, parabéns!”

–“O senhor não precisa me parabenizar, porque é a lei que determina assim” – reagiu prontamente a mediadora. “A autoridade aqui sou eu, quem tem poder para decidir alguma coisa aqui sou eu. Eu decidi e está decidido. A empresa fica no cadastro²¹ e os consumidores vão para a Justiça.”

O exemplo deixa entrever que, embora não possam ser assimiladas uma à outra numa oposição simétrica, as perspectivas dos litigantes compartilham um fundo comum. O modelo nativo reinscreve o tratamento privilegiado dispensado pela legislação ao consumidor – isto é, à *posição* mais vulnerável nas relações de consumo – como expressão de uma superioridade *substantiva* do consumidor em relação ao fornecedor. Evidencia-se assim outra diferença fundamental entre as trocas pacíficas e os conflitos no mercado de consumo: a afirmação da *pessoa* como *valor* num plano público, e não apenas privado, que revela a impropriedade de uma distinção rígida entre essas duas esferas e entre os valores que cada uma delas representa.²² De fato, o sentido atribuído aos sujeitos no contexto analisado não corresponde inteiramente a nenhum dos pólos da distinção consagrada pela análise acadêmica: o *indivíduo* definido pelos atributos da igualdade e da liberdade, concepção sintetizada no ideal iluminista da cidadania; e a noção de *pessoa*, cujo acento incide sobre a posição e o papel social, isto é, a complementaridade e a relação.

Na reinterpretação nativa das normas do Código de Defesa do Consumidor, a lei não constitui (apenas) um mecanismo de afirmação do indivíduo como cidadão livre, autônomo e igual, mas também dos atributos diferenciais da pessoa como ser relacional e moral. No entanto, a emergência da pessoa como valor no seio dos conflitos envolvendo relações de consumo não constitui uma forma de evitar ou burlar a lei – como sucede nas situações em que o “jeitinho” ou o “você sabe com quem está falando” prevalecem sobre a norma (cf. Da Matta, 1979) –, mas ocorre no próprio processo de aplicação dos dispositivos legais. Ao mesmo tempo, o sentido da pessoa não é dado previamente pela posição que ocupa, mas é construído e avaliado na particularidade das relações concretas, em conformidade com os valores da honestidade e da boa fé subjetiva. Os conflitos decorrentes de relações de consumo parecem abrir espaço, assim, para um processo de redefinição do sentido da pessoa humana e da cidadania, que não se explicita da mesma forma nas transações econômicas rotineiras.

Retomando o debate inicial, poder-se-ia sugerir neste ponto também uma espécie de compromisso entre as perspectivas de Clastres e de Lévi-Strauss, cada uma delas contribuindo parcialmente para a compreensão dos conflitos no mercado de consumo. Como se viu, o

comércio rotineiro e os litígios entre consumidores e fornecedores não constituem uma “descontinuidade radical”, como sugeria Clastres ao enfatizar a positividade da guerra como fenômeno distinto da troca pacífica. Ao contrário, é o princípio geral da reciprocidade que, englobando a lógica mercantil, preside ambas as formas de relação e permite compreender a passagem de uma a outra, isto é, a emergência do conflito e seus desdobramentos. No entanto, as relações de consumo rotineiras e os conflitos delas decorrentes também não representam, como a perspectiva lévi-straussiana parece implicar, um jogo reversível de soma zero. De fato, e aqui nos aproximamos novamente de Clastres, a troca de violências entre consumidores e fornecedores constitui um fenômeno sociopolítico distinto das trocas pacíficas, cujas diferenças não são anuláveis num plano mais geral, se não sob pena de se perder de vista suas conseqüências específicas e a não-reciprocidade das perspectivas dos parceiros. Em primeiro lugar, a temporalidade do conflito – distinta da das trocas pacíficas – é também o espaço de afirmação da legitimidade da organização estatal, que passa a participar diretamente da disputa. A transformação da estrutura relacional anterior, por sua vez, tem como conseqüência uma relativa perda de autonomia dos parceiros originais. No entanto, ao hipotecar parte de sua autonomia à organização estatal, abre-se para o consumidor – mas não para o fornecedor – a possibilidade de afirmar uma superioridade substantiva, de ordem moral, em relação ao seu oponente, bem como, no mesmo movimento, seus direitos como indivíduo-cidadão.

Notas

- 1 Este artigo é uma versão ligeiramente modificada de uma comunicação apresentada no XXV Encontro Anual da Anpocs (Caxambu, outubro de 2001). Agradeço aos coordenadores e participantes do seminário temático “O paradigma da dádiva e as ciências sociais no Brasil” pelos comentários e sugestões oferecidos naquela ocasião.
- 2 É assim que, sem deixar de reconhecer a coexistência entre as trocas de dons e as relações mercantis em diferentes universos sociais, mas considerando-as como fundamentalmente opostas, Jacques Godbout e Alain Caillé propõem que a “dádiva entre estranhos”, realizada sem expectativa de retorno material, seja considerada o *locus* por excelência da “dádiva moderna” (Godbout e Caillé, 1999).

- 3 Um exemplo da fecundidade desta perspectiva pode ser encontrado em Lanna (1995), que propõe uma leitura original do estado brasileiro inspirada pelo texto clássico de Mauss.
- 4 A expressão é do historiador Fernand Braudel, que sustenta justamente que o capitalismo não reunifica toda a economia sob um único código (cf. Bevilaqua, 2000).
- 5 As instituições pesquisadas foram o Procon-PR (Coordenadoria Estadual de Proteção e Defesa do Consumidor), a Delcon (Delegacia Especializada em Crimes contra a Economia e Defesa do Consumidor) e o Juizado Especial Cível que, embora não seja uma instituição especificamente destinada à defesa do consumidor, recebe grande número de casos envolvendo relações de consumo. A pesquisa também envolveu uma organização não-governamental, a Adoc (Associação de Defesa e Orientação do Cidadão), cujas peculiaridades não serão tratadas neste texto.
- 6 A analogia entre os dois autores proposta por Sahlins seria criticada mais tarde por Jonathan Parry, que chama a atenção para outra diferença essencial entre as perspectivas de Hobbes e Mauss. O primeiro toma como referência o indivíduo e, a partir de um Estado ‘originalmente’ atomizado da humanidade, examina as condições da criação de uma unidade de nível superior. Mauss parte do grupo, invertendo desse modo a seqüência: de um holismo original, a humanidade e as instituições humanas teriam *se tornado* atomizadas (cf. Parry, 1986, p. 457).
- 7 Remeto em particular ao ensaio “Da inimizade: forma e simbolismo da guerra indígena”, de Carlos Fausto (1999), que constitui a principal referência da reflexão desenvolvida aqui sobre as relações entre a guerra e as trocas pacíficas. As hipóteses que desenvolvo se afastam apenas ligeiramente da argumentação deste autor, sobretudo em razão do contexto enfocado e dos objetivos da análise.
- 8 Sobre a abrangência do campo semântico do termo “guerra” na vida cotidiana e em certas vertentes das ciências sociais, ver Leirner (2001), de onde provêm os exemplos citados.
- 9 Utilizo aqui o par ‘consumidor’ e ‘fornecedor’, embora este último termo não seja corrente na linguagem cotidiana, para enfatizar o sentido de oposição entre duas categorias gerais. Tal como no uso consagrado pela legislação, ‘fornecedor’ abrange aqui o conjunto de agentes responsáveis pela produção, distribuição e comercialização de bens e serviços no mercado de consumo.

- 10 Isto não significa assumir a existência de uma diferença irreduzível entre dois tipos de guerra – “indígena” e “moderna” –, mas tão somente reconhecer que o viés predominante das análises sociológicas sobre a guerra não contempla questões dessa natureza, orientando-se quase sempre por uma associação imediata com a problemática do Estado. Para uma crítica original da noção segundo a qual haveria uma mudança significativa de natureza entre a guerra que é realizada pelo Estado e a guerra realizada por sociedades não-estatais, ver Leirner (2001).
- 11 Como ensina Louis Dumont, na medida em que os termos de uma oposição não têm a mesma relação com o todo que eles compõem, sua diferenciação é inseparável de uma referência a esse todo que os ordena e hierarquiza um em relação ao outro. Dito de outro modo, o valor relativo de um par de termos é constitutivo de sua distinção de fato (cf. Dumont, 1992, p. 373).
- 12 Assim, a vantagem do fornecedor não está apenas no fato de pertencer a ele a iniciativa da relação (pela oferta pública de bens ou serviços), mas no próprio conteúdo de sua oferta. Como observa Mauss ao analisar os dois sentidos da palavra *gift* nas línguas germânicas (presente e veneno), o dom oferecido “pode ser um veneno; em princípio, salvo sombrio drama, não o é; mas sempre pode vir a sê-lo” (Mauss, 1999 [1924], p. 366).
- 13 O consumidor não pode interferir, a não ser residualmente, no conteúdo dos contratos formais e informais que celebra a cada passo da vida cotidiana. Do trajeto da linha de ônibus ao preço da passagem, do horário de funcionamento dos bancos às tarifas cobradas, do conteúdo dos contratos de aluguel ao crediário no comércio, não há escolha: ou o consumidor adere às condições impostas ou abre mão do negócio. O reconhecimento da vulnerabilidade do consumidor no mercado, aliás, foi o que conduziu os ordenamentos jurídicos estatais contemporâneos ao estabelecimento de um aparato legal e institucional para a salvaguarda de seus interesses.
- 14 O desdobramento do conflito pode levar inclusive à morte ritual do consumidor – isto é, seu banimento do mercado, pela inscrição de seu nome em cadastros como SPC e Serasa –, mesmo que o não-pagamento dos valores devidos tenha sido motivado inicialmente pela falha do próprio fornecedor em cumprir as condições contratadas. O consumidor, ao contrário, não dispõe de nenhum recurso equivalente, isto é, não pode retribuir à altura quando o bem recebido não corresponde às expectativas. Sob este aspecto, cabe evocar novamente as reflexões de Mauss, que observa: “No caso em que a prestação feita não é retribuída na forma jurídica, econômica ou ritual prevista, o doador

leva vantagem sobre aquele que participou do festim e absorveu suas substâncias, sobre aquele que desposou a filha ou se ligou pelo sangue, sobre o beneficiário que faz uso de uma coisa encantada com toda a autoridade do doador” (Mauss, 1999 [1924], p. 365).

- 15 Em regra, não se dá ou pede nota fiscal, os prazos de entrega são acertados verbalmente e quase nunca se redige um contrato sobre a prestação de serviços. Mesmo quando o negócio é formalizado, o que é mais comum entre grandes empresas, tal prática responde antes de tudo aos objetivos do próprio fornecedor – o controle interno das operações efetuadas e o desejo de evitar problemas com o fisco –, não constituindo prioritariamente algo destinado a oferecer garantias ao consumidor.
- 16 Evidentemente, a possibilidade de *exit* não está ausente das relações de consumo. Em inúmeras situações da vida cotidiana, o consumidor insatisfeito silenciosamente deixa de adquirir o produto que, por alguma razão, não correspondeu às suas expectativas. No entanto, o próprio silêncio do consumidor confere a esses casos uma natureza diferente da que caracteriza aqueles a que me refiro aqui. É somente quando o consumidor decide se manifestar que se colocam à prova – e então necessariamente – a confiança e a afirmação de equivalência entre os parceiros que haviam operado inicialmente como penhor da transação.
- 17 Neste contexto, a superioridade do fornecedor não estaria em dar, mas na prerrogativa de receber sem retribuir adequadamente.
- 18 A interconexão moral/legal foi também observada em disputas em tribunais de pequenas causas norte-americanos (Oliveira, 1989, 1996), o que indica tratar-se de um fenômeno muito mais geral, ainda que possa assumir características particulares conforme o contexto.
- 19 A ausência do fornecedor às audiências é muito freqüente, em especial no Procon.
- 20 No Procon-PR, especialmente, a grande maioria das audiências termina sem acordo, o que obriga o consumidor a recorrer a outras instituições para obter a solução do problema.
- 21 O Cadastro de Defesa do Consumidor, editado anualmente pelo Procon por determinação legal, é uma espécie de ‘lista negra’ que relaciona empresas que tenham desrespeitado os direitos dos consumidores. O registro permanece por um período de cinco anos.

- 22 A afirmação da pessoa como um valor em situações relativas à esfera pública é assinalada também, em diferentes contextos, por Durham (1984), Lanna (1995) e Chaves (1996), entre outros.

Abstract. This article follows some of Marcel Mauss's insights to discuss the coexistence of the distinctive logics of gift relations and commodity relations in Brazilian society. The analysis is based on field research developed in Curitiba (Paraná, Brazil) which focused the conflicts that arise between consumers and suppliers in the market-place. The evidence points out that the establishment of some sort of equivalence between the transactors as subjects is as important in commodity relations as it is recognised to be in gift relations, affecting even the claims concerning consumer rights presented to state agencies. In more general terms, the article suggests that pacific transactions and conflicts in the market-place might be understood as part of the same communication system, in which the general principle of reciprocity encompasses the instrumental dimension of commodity relations.

Résumé. En explorant la perspective proposée par Marcel Mauss, cet article présente quelques réflexions sur la coexistence entre les logiques du don et du marché dans la société brésilienne, à partir d'une recherche ethnographique réalisée à Curitiba (Paraná, Brésil), sur des conflits originés des relations de consommation. L'ethnographie indique que la prémisses de l'équivalence entre les échangeurs – qui évoque l'économie du don, dans laquelle les échanges lient sujets pendant sujets à travers des objets – il n'y est pas un aspect secondaire des relations entre les consommateurs et les fournisseurs du marché. La logique du don est présente aussi dans la revendication des droits par les consommateurs auprès des institutions de l'état. Le développement de l'analyse propose que les transactions bien réussies et les conflits nés des relations de consommation peuvent être compris comme des éléments d'un même système de communication, dont la logique mercantile est englobée par le principe plus général de la réciprocité.

Referências bibliográficas

- BEVILAQUA, Ciméa. Antropologia e História no mercado de consumo. In: SCHWARCZ, Lilia; GOMES, Nilma L. (Orgs.). *Antropologia e História: notas sobre um debate*. Belo Horizonte : Autêntica, 2000.
- CHAVES, Christine de Alencar. Eleições em Buritis: a pessoa política. In: PALMEIRA, Moacir; GOLDMAN, Marcio. (Orgs.). *Antropologia, voto e representação política*. Rio de Janeiro : Contra Capa, 1996.
- CLASTRES, Pierre. Arqueologia da violência: a guerra nas sociedades primitivas. In: CLASTRES, P.; GAUCHET, M.; ADLER, A.; LIZOT, J. *Guerra, religião, poder*. Lisboa : Edições 70, 1980.
- DAMATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Rio de Janeiro : Guanabara, 1979.
- DUMONT, Louis. *Homo hierarchicus: o sistema de castas e suas implicações*. São Paulo : Edusp, 1992.
- DURHAM, Eunice. Movimentos sociais: a construção da cidadania. *Novos Estudos*, São Paulo, n.10, 1984.
- FAUSTO, Carlos. Da inimizade: forma e simbolismo da guerra indígena. In: NOVAES, Adauto (Org.). *A outra margem do Ocidente*. São Paulo : Companhia das Letras, 1999.
- GODBOUT, Jacques; CAILLÉ, Alain. *O espírito da dádiva*. Rio de Janeiro : Ed. Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- GREGORY, Chris. *Gifts and commodities*. Cambridge : Cambridge University Press, 1982.
- HIRSCHMAN, Albert. *Exit, voice and loyalty: response to decline in firms, organizations and states*. Cambridge : Harvard University Press, 1970.
- LANNA, Marcos. *A dívida divina: troca e patronagem no Nordeste brasileiro*. Campinas : Ed. Unicamp, 1995.
- LEIRNER, Piero de Camargo. *O sistema da guerra: uma leitura antropológica dos exércitos modernos*. São Paulo, 2001. Tese (doutorado) – FFLCH/USP.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. Guerra e comércio entre os índios da América do Sul. In: SCHADEN, Egon (Org.). *Leituras de etnologia brasileira*. São Paulo : Companhia Editora Nacional, 1976 [1942].

- _____. *As estruturas elementares do parentesco*. Petrópolis : Vozes, 1982 [1949].
- _____. Introdução à obra de Marcel Mauss. In: MAUSS, M. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo : EPU, Edusp, 1974 [1946].
- MARQUES, Claudia Lima. *Contratos no Código de Defesa do Consumidor*. 3. ed. São Paulo : Ed. Revista dos Tribunais, 1998.
- MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: MAUSS, M. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo : EPU, Edusp, 1974 [1923-24].
- _____. Gift-gift. In: MAUSS, M. *Ensaio de Sociologia*. São Paulo : Perspectiva, 1999 [1924].
- OLIVEIRA, Luis Roberto Cardoso de. *Fairness and communication in Small Claims Courts*. 1989. PhD Dissertation – Harvard University, Department of Anthropology.
- _____. Justiça, solidariedade e reciprocidade: Habermas e a Antropologia. In: OLIVEIRA, R. C. de; OLIVEIRA, L. R. C. de. *Ensaio antropológicos sobre Moral e Ética*. Rio de Janeiro : Tempo Brasileiro, 1996.
- PARRY, Jonathan. The gift, the Indian gift and the ‘Indian gift’. *Man*, n. 21, p. 453-473, 1986.
- SAHLINS, Marshall. *Stone age economics*. New York : Aldine de Gruyter, 1972.