

BEVILAQUA, Ciméa Barbato. *Consumidores e seus direitos: um*

ntas, 2008, 350 pp.

Marcos Lanna  
PPPGAS/UFSCar

Este livro revela um projeto original, repleto de questões fundamentais para a compreensão de fenômenos urbanos, do Estado, do mercado, pouco estudados pela antropologia, ao menos até recentemente, especialmente pela perspectiva de uma teoria antropológica mais clássica, como a de inspiração maussiana. São questões que marcam o trabalho de Ciméa Bevilaqua desde sua dissertação de mestrado em antropologia (UFPR, 1995), sobre o imposto de renda. Este livro, uma versão de tese em antropologia (USP, 2002), aborda uma ampla questão: a do consumo e dos conflitos no mercado brasileiro, com base em etnografia feita em Curitiba. Confirma a preocupação da autora com a organização social, vista por uma perspectiva jurídica. Inspirada por Marcel Mauss, ela recusa-se a opor radicalmente dons e relações mercantis, vendo em ambas “um princípio de identificação entre os parceiros contratuais”. Isto é fundamental por implicar uma expansão dos temas adotados pelo que se convencionou chamar no Brasil “antropologia urbana”, aproximando-a do que aqui chamamos “etnologia”.

Do ponto de vista formal, o livro é extremamente claro, bem escrito e bem concebido, dando tratamento exaustivo a questões diversas relativas ao direito e à economia, com excelente etnografia e uma abordagem teórica, ao mesmo tempo rigorosa e original. A análise específica-

mente antropológica de questões relativas à cidadania, por exemplo, é renovada pela análise da circulação de pessoas e nomes em meio urbano. Além de os nomes dos consumidores aparecerem aqui como valores inalienáveis, vemos ainda a cidade (no caso, Curitiba) se constituindo por uma circulação que a tantos parece invisível. Outra questão fundamental é a das alianças, mais ou menos legítimas do ponto de vista jurídico, entre empresas, Estado, indivíduos e sociedades civis.

Do ponto de vista da etnografia, há pelo menos três eixos:

- 1) uma etnografia das instituições, que engloba uma *história* das instituições de defesa do consumidor;
- 2) uma etnografia de dramas e trajetos pessoais, que se divide em duas: de um lado, os trajetos de alguns consumidores e, de outro, os de pessoas envolvidas com a organização do “movimento de defesa do consumidor”;
- 3) a análise de arquivos.

Todas essas análises etnográficas são apresentadas com articulação expositiva entre elas. Como cada um dos três casos é em si mesmo uma proposta inédita, também por isto o livro dá uma contribuição importante ao demonstrar novas e férteis possibilidades da etnografia em meio urbano. Como não poderia deixar de ser, há momentos em que a autora se confronta com um dos maiores dilemas de uma antropologia urbana, aquele colocado por um distanciamento menor, ou ao menos de outro tipo, do que aquele da chamada “etnologia”. Ou por outra, o livro se defronta com o dilema metodológico de como tratar questões relevantes ao antropólogo enquanto cidadão. Por exemplo, na etnografia das instituições, ou, de um modo mais amplo, na “etnografia do jurídico” apresentada (o termo é usado aqui livremente, não aparecendo no livro), os juristas aparecem, como aliás não poderia deixar de ser, simultaneamente como analistas (em vários níveis, jurídico-legal, sociológico

etc.) e informantes. Não que Bevilaqua tome os juristas como analistas em sentido estrito mas como analistas que são, ao mesmo tempo, parte do contexto que se quer analisar antropológicamente (novamente, como não poderia deixar de ser). Caberiam aqui, a meu ver, análises posteriores deste rico material que buscassem uma compreensão da ideologia moderna que se distanciasse dos seus artífices, como faz a autora e um pouco como L. Dumont tentou (sem necessariamente ter tido absoluto sucesso devido à dificuldade da empreitada) nos dois volumes do seu *Homo aequalis*. Em outras palavras, um distanciamento ainda maior em relação aos juristas modernos poderia vir a ser alcançado no futuro e enriquecer as análises iniciadas por Bevilaqua, tanto sobre os juristas como também em relação aos consumidores e à militância.

A militância ou o movimento em defesa dos direitos dos consumidores é uma parte residual da etnografia das instituições apresentada neste livro. Novamente, esta questão aproxima o livro das preocupações de alguns dos mais importantes antropólogos contemporâneos. Penso em David Graeber, Patrice Manligier, Manuela Carneiro da Cunha, Mauro Almeida, vários membros do Núcleo de Transformações Indígenas coordenado por Eduardo Viveiros de Castro, entre tantos outros que buscam entender questões atuais ligadas à ecologia, direitos (não só indígenas e não só humanos), regulamentações do capitalismo, a partir de uma teoria antropológica clássica. Como Bevilaqua, estes antropólogos se confrontam com questões jurídicas e, em maior ou menor grau em cada caso, contribuem para uma antropologia do jurídico que busca, a meu ver com sucesso, respostas originais. A dificuldade de nos distanciarmos de realidades próximas de nós mesmos não é assim um problema específico deste livro, mas, como coloquei acima, verdadeiro dilema da antropologia; no caso em questão, somos todos consumidores. Bevilaqua dá uma contribuição importante ao conseguir distanciamento justamente através da inspiração maussiana.

Eu dizia que este livro oferece três perspectivas etnográficas: uma *história* das instituições de defesa do consumidor, uma etnografia de dramas e trajetos pessoais, e análise de arquivos. Eu dizia ainda que elas são muito bem articuladas entre si. Vê-se aqui a riqueza de possibilidades da etnografia, podendo receber tratamentos diversos e voltados a um quadro amplo de questões: etnografia das instituições e etnografia da prática do consumidor (e como já dito, de modo residual no livro, mas mais desenvolvido na tese, do movimento consumerista). Em outras palavras, o livro apresenta recorte amplo e, ao mesmo tempo, demonstra várias possibilidades de novas etnografias em meio urbano, evidentemente, sem pretender resolver todas as dificuldades inerentes à pesquisa de campo em meio urbano, mais ou menos implicitamente reconhecidas em algumas passagens.

Um argumento central que aparece mais de uma vez é o de que “no horizonte do Código de Defesa do Consumidor os princípios de boa fé e equidade nas relações de consumo têm precedência sobre a autonomia das vontades individuais”. O esforço é o de entender a presença da dádiva em contextos mercantis, ou, se me é permitida aqui uma interpretação particular, o contexto mercantil como uma transformação lógica e histórica da dádiva. Juristas sugerem que o código do consumidor poderia vir a representar uma “ruptura” com os princípios individualistas liberais; Bevilaqua avalia esta possibilidade sem deixar de lado sua dificuldade, dado que valorizar esse tipo de contrato é, como reconhece a autora, prolongar princípios individualistas liberais, muito embora militantes e “operadores do direito” festejem o contrário. Mostra-se que, se antes a lei privilegiava a liberdade de contratação, agora procura acentuar a igualdade entre os contratantes, mas é sempre um dado contrato moderno que está sendo reforçado.

Parece-me que há assim preponderância do individualismo no Código de Defesa do Consumidor e nos movimentos dos consumidores;

ao mesmo tempo, ambos têm, paradoxalmente, aspectos anti-capitalistas. De todo modo, em um contexto mais amplo, o holismo preponderaria. Isto é, o Código não chegaria a superar a autonomia da vontade individual, porque a transformação que ele impõe, como bem mostra Bevilaqua, da precedência da boa fé e da equidade entre consumidor e fornecedor, seria, a meu ver, englobada pela assimetria hierárquica entre esses termos na vida cotidiana. Ou por outra: o consumidor é um cidadão apenas no contexto do Código; fora dele, é um sub-cidadão, sem direitos individuais assegurados exatamente por ser duplamente submetido, a uma exploração capitalista simultânea e a uma assimetria hierárquica que qualifico como patronal, dado que patronagem e clientelismo podem englobar a relação de consumo e o nível em que a cidadania se impõe, o do Código, pode ser um nível inferior, englobado. Através da etnografia apresentada, reconhecemos que a doutrina jurídica liberal tem grande capacidade para transformar-se; a questão que se coloca, sem que seja possível, no atual estado de nossas pesquisas, oferecer resposta conclusiva, é se ela “reprime a hierarquia” (para usar expressão de L. Dumont).

Bevilaqua tem o mérito de mostrar possibilidades de renovação da dádiva em contexto moderno. Descreve bem uma transformação do contrato, daquele baseado na vontade a outros fundados em princípios de equidade e boa fé entendidos como “eminentemente relacionais”. Descreve como estes princípios “ultrapassam o indivíduo” e como para alguns operadores do direito “representam uma primeira rachadura na racionalidade jurídica individualista”, por incluir direitos coletivos e difusos. Vejo aqui continuidades lógicas por trás das discontinuidades históricas descritas, ou por outra, restou-me a questão: estes direitos coletivos e difusos realmente deixam de se fundamentar, eles mesmos, no modelo de relações individualistas? Ainda que o façam de modo diferente do que o contrato baseado na vontade, os princípios de equida-

de e boa fé também podem expressar individualismo, reencarnando a doutrina jurídica liberal, sem superá-la plenamente. Bevilaqua mostra como o Código aprofunda o aspecto relacional da troca capitalista. Ele chega a ter elementos anti-liberais, mas ao mesmo tempo ainda parece revelar precedência da esfera mercantil. Assim, o reconhecimento dos direitos dos consumidores, a meu ver, não se contrapõe necessariamente, mas pode se associar e até mesmo derivar de interesses econômicos ou até mesmo padrões pós-modernos de acumulação capitalista.

Um outro tema que é muito bem tratado pela etnografia é o das relações entre consumidor, sociedade civil, empresa e Estado. Uma contribuição importante é a demonstração de instâncias em que o consumidor busca e consegue uma aliança com o Estado. Entretanto, não haveria outras instâncias, mais englobantes, em que nosso Estado se alia às empresas? Minha resposta seria afirmativa, a tal ponto que vejo não só alianças mas também continuidade estrutural (conceptual ou categorial) entre Estado e empresa, cada um se constituindo nos moldes do outro. Por exemplo, se retratam aqui as longas filas dos Serviços de Atendimento ao Consumidor (SAC) das empresas e a falta de autonomia dos atendentes para tomar decisão; Bevilaqua mostra que esses fenômenos, típicos de nosso Estado, caracterizam também nossas empresas. O livro multiplica exemplos muito interessantes da relação empresa/Estado.

O que está em jogo aqui é a capacidade de entidades de defesa do consumidor influírem na dinâmica do mercado; elas são indiscutivelmente um novo ator. Gostaria de pensá-las como um vértice de um triângulo, ao lado dos interesses empresariais e da regulamentação estatal. Os juristas, a meu ver, atuariam decisivamente em cada um destes vértices, que teriam cada um seus interesses específicos. A riqueza de situações descritas no livro sugere que, como no triângulo ritual de Da Matta, cada vértice ora seria englobante, ora englobado. Um governo, seja qual for, pode ser aliado confiável ora deste empresário, ora daquela

entidade, mas apenas momentaneamente. Há, entretanto, para além do movimento de defesa do consumidor e dos direitos deste já estabelecidos, uma associação mais perene – e por que não dizer, tradicional –, entre ação governamental e interesses de grupos econômicos. Essa associação pode tomar formas diversas, mais ou menos ilegais, mas certa conjunção Estado/empresa constituiria a cultura e/ou sociedade brasileiras, englobando práticas cotidianas de indivíduos ou pessoas como as dos que usam o bordão “você sabe com quem está falando?”. O fato de “a intervenção de um órgão estatal redefinir as formas, as razões e o desfecho possível de disputas” pode significar continuidade histórica, presença de um Estado ibérico forte, legislador. Trata-se de questão ainda atual para as ciências sociais.

Outro argumento do livro é o de que, dadas as transformações por ele descritas, “o devedor deixa de ser reconhecido com parceiro possível para futuras transações no mercado”. Esta me parece uma novidade, que não passou despercebida dos nossos bancos, grandes credores do Estado. Bevilacqua está correta ao não tomar esta novidade como absoluta. Afinal, mais de um tipo de devedor ainda é reconhecido como parceiro possível no mercado. Um deles certamente é o Estado, cuja dívida, ao contrário daquela de alguns consumidores-devedores, longe de ser estigmatizada, permanece fundando nossa socia(bi)lidade. Já um consumidor-endividado, do ponto de vista dos consumidores em geral, teria seus direitos. De novo aqui parece haver continuidades mais lógicas do que históricas. Já mostrava Gilberto Freyre, há uma tradição na jurisprudência ibérica de proteção ao devedor. Quatro dos seis trajetos pessoais analisados no livro deixam claro que essa tradição não foi superada. No Trajeto 1, Valter mora em um terreno mesmo após acordo; no 2, a FIAT legalmente deve um carro a Eduardo; no 3, dona Aurora aparentemente devia e deixou de pagar, e no 4 o banco recebe parte de sua dívida com um fornecedor através de uma extorsão ilegal de uma clien-

te daquele fornecedor, Jaqueline. Por outro lado, o livro demonstra como essa tradição está se transformando.

Tal tema é importante pois a dívida é o elo lógico entre indivíduo, empresa e Estado brasileiros, este sendo ora credor, ora devedor, mas sempre passível de se definir por sua capacidade para endividar-se. A etnografia de Bevilaqua aborda com grande sucesso o Estado e oferece rica etnografia para subsidiar a “hipótese” do englobamento do mercado pelo dom, como eu já propunha em *A dívida divina* (Ed. Unicamp, 1995). Resta-nos ainda mais estudos para avaliar a extensão deste englobamento e se ele não é também o do mercado pelo Estado, definido pela sua capacidade para cobrar tributos e redistribuição.

Evidencia-se desde já a fraqueza dos “paradigmas não estruturalistas da dádiva” (são comentados, entre outros, Godelier, Caillé, Godbout etc.) que tomam como excludentes a lógica da dádiva, de um lado, e as do mercado e do estado, de outro. Já Bevilaqua segue muito mais de perto a proposta de Mauss. Mostra que dádiva e mercadoria são apenas “aparentemente antitéticos”, assim como o que há de dádiva no conflito. Vai além ainda, ao mostrar que, no conflito, o consumidor pode englobar o fornecedor. Caberia, entretanto, a meu ver, consideração de uma hipótese mais pessimista e das instâncias em que o contrário também ocorreria.