

ARTIGOS

MERCADO, TRANSAÇÃO E LAÇOS SOCIAIS:
A ABORDAGEM DA SOCIOLOGIA ECONÔMICA¹

Philippe Steiner

RESUMO

O presente artigo discute algumas concepções sobre o mercado, a partir da perspectiva da Nova Sociologia Econômica; em particular, trata das diferentes relações sociais de troca, procurando distinguir aquelas que são do mercado (comerciais) daquelas que não o são. Nesse sentido, entre outros elementos, as trocas comerciais – conforme definidos pelas teorias econômicas clássica e neoclássica – são reguladas pelos preços, caracterizadas pela impessoalidade e potencial anonimato e, nos recentes termos de André Orléan, pelas hipóteses conexas da “nomenclatura” e da “previsibilidade perfeita”. Já as trocas que não se incorporam ao mercado compreendem o enorme espectro de relações sociais que envolvem interações e intercâmbios materiais, afetivos, intelectuais, mas de que estão ausentes os elementos anteriores; em outras palavras, além de não se verificarem as hipóteses da nomenclatura e da previsibilidade perfeita, as relações não são reguladas pelo sistema de preços e nelas há (possivelmente) contatos afetivos; um importante caso de troca não-comercial é o da dádiva. Para ilustrar essas diversas diferenças, apresenta-se o caso dos sistemas de doações de órgãos, em que se evidencia a impropriedade de assimilar as trocas tout court às relações comerciais.

PALAVRAS-CHAVE: mercado; transações comerciais; transações não-comerciais; dádiva; Sociologia Econômica; transplante de órgãos.

I. TRANSAÇÕES E MERCADOS PARA A
SOCIOLOGIA ECONÔMICA

Nos termos de Michel Foucault (2004a; 2004b), o mercado está no fundamento de uma forma original de governo (a afirmação da segurança, em vez de somente da lei e da disciplina) que permite ao legislador alcançar seu objetivo, deixando os indivíduos fazer o que preferem fazer, ou seja, deixando-os seguir aquilo que lhes dita seu interesse comercial pessoal. Um mercado é assim concebido como um *dispositivo político*. Trata-se de um *dispositivo* no sentido em que Foucault define o termo, ou seja, como um agenciamento de elementos heterogêneos: textos, leis, regulamentos, formas arquiteturais, indivíduos, objetos. Graças a esses elementos, aqueles cuja tarefa é conduzir os outros alcançam um de seus fins: garantir a segurança alimentar das populações. Trata-se de um *dispositivo político* no sentido em que ele define um modo

de ser dos indivíduos em uma sociedade, um modo geral e generalizável de interações, de hierarquia e de legitimidade.

Por mercado, de acordo com os economistas, a Sociologia Econômica entende frequentemente um *modo de coordenação* que passa por preços livremente negociados entre as partes envolvidas (a “oferta” e a “demanda”). O mercado caracteriza assim uma forma específica de relação social: aquela na qual os preços determinam as relações entre coisas e indivíduos, mesmo quando esses preços resultam de uma luta entre agentes antes que os resultados dessa luta imponham-se a eles. O mercado parece dotado de propriedades muito particulares, pois, por meio da descentralização que ele torna possível, as trocas mutuamente vantajosas para as partes tomadas duas a duas produzem resultados sociais apreciáveis (o equilíbrio e a otimização). Mas a noção de “mercado” vai muito além desta apresentação depurada: no nível microssocial, o mercado significa transações realizadas em contextos determinados, como a feira bissemanal de Carpentras (PRADELLE, 1996) ou as bolsas de valores de Nova York ou de Xangai

¹ Título original em francês: *Marché, transaction et liens sociaux*. Agradecemos ao autor a autorização para traduzi-lo e publicá-lo. Tradução de Márcio de Oliveira e Gustavo Biscaia de Lacerda.

(ABOLAFIA, 1996; HERTZ, 1998). No nível macrosocial, o mercado indica um tipo de sociedade, aquilo que Karl Polanyi (2001) chamou de “sociedade de mercado”, caracterizada por um conjunto de mercados compreendendo os mercados do trabalho, da terra e da moeda – três mercadorias fictícias, visto que nem o ser humano, nem a natureza, nem a política são produzidos para serem vendidos e distribuídos nos mercados.

Esses diferentes níveis tornam possíveis diferentes estratégias para a Sociologia Econômica do Mercado. De um lado, a partir de Polanyi (Karl Marx estando momentaneamente fora de moda), a Sociologia Econômica considera o mercado uma instituição central da vida social moderna e faz a crítica disso, ou seja, mostra suas dimensões deletérias para o funcionamento social e procura mostrar as condições de sua crítica prática. Essa via define uma abordagem política da Sociologia Econômica: o mercado torna-se sinônimo de sociedade capitalista ou de sociedade industrial desigual. De outro lado – e essa é a linha de pesquisa mais desenvolvida nos dias de hoje –, a Sociologia Econômica interessa-se por aquilo que é necessário fazer para que uma instituição como o mercado seja possível (STEINER, 2005). Para ir ao essencial, o resultado mais importante foi conquistado pelos economistas heterodoxos quando eles mostraram que a coordenação pelos preços supôs reunidas duas condições que se pode nomear, a partir de André Orléan (2005), de “hipótese da nomenclatura” e “hipótese da previsibilidade perfeita”. A primeira hipótese indica que existe uma lista de bens claramente identificados e para os quais o conceito de qualidade não é problema; a segunda indica que o futuro é conhecido no sentido de que existiria “risco” (que se pode assumir graças às probabilidades associadas aos diferentes estados do mundo), embora não “incerteza” no sentido de Frank Knight.

A Sociologia Econômica inscreve-se, então, no espaço composto por uma vasta gama de casos em que uma ou outra dessas condições não esteja preenchida; ela dirige seu esforço para o estudo das mediações pelas quais passam as transações comerciais, quando as formas de incerteza intervêm no mercado. A partir do momento em que essas condições não são respeitadas, fala-se em “mercados especiais”, porque os ajustes entre preço e quantidade não se

fazem mais segundo o tipo-ideal com base no qual o mercado é pensado. Um exemplo típico de um mercado especial é o de trabalho, quando se incorporam austeridades que levem à diminuição do salário nominal, seja quando se considera o caráter incompleto do contrato de trabalho, seja ainda quando se considerem as assimetrias de informações. O mercado financeiro é outro bom exemplo, pois a incerteza é inseparável dele (que define a maneira pela qual a sociedade relaciona-se com o futuro), bem como os fenômenos de crença que se desenvolvem e que podem dar lugar a equilíbrios de “dimensões solares”, ou seja, a qualquer equilíbrio, a partir do momento em que ocorre uma convergência das crenças intervenientes no mercado. Em qualquer desses casos, o mercado especial indica um sistema de esperas e de ações individuais interessadas, distintas dos pressupostos da teoria do mercado: seja porque esperas e comportamentos diferem, seja porque os resultados agregados diferem.

Essa perspectiva não é nada trivial, como um pequeno número de estudos brilhantes de Mark Granovetter (1974) e Lucien Karpic (2007) mostrou. Assim, a definição de mercado mudou: ele não é mais o lugar no qual a coordenação ocorre graças às informações fornecidas pelos preços. A coordenação mercante dos sociólogos certamente não negligencia os preços, mas estes tornaram-se elementos cujo papel deve ser explicado em referência a outros elementos (redes, dispositivos de confiança, atores que fixam os preços etc.) que, por seu turno, ocupam agora o lugar do primeiro papel. A Sociologia Econômica contemporânea interessa-se, na origem da estrutura social, pelas regras e pelos dispositivos que lhe permitem funcionar; ela estuda suas diferentes formas e investiga as razões de sua evolução. É o que se chama agora de *construção social dos mercados*. Esse construto modifica as ações individuais pelo viés do sistema de esperas que ele ajuda a criar e pelas oportunidades que ele possibilita e, portanto, pelo viés das formas de comportamentos interessados – das quais existe numerosa variedade. A Sociologia dirige então sua atenção ao *funcionamento da instituição comercial* antes de interessar-se pelas *conseqüências culturais e políticas* dos mercados na sociedade.

Essas abordagens, em termos gerais, não são as únicas possíveis. A Sociologia Econômica contemporânea enfatiza uma abordagem microssocial da transação comercial, estudando

exatamente aquilo que fazem os atores em suas trocas no mercado e aquilo que torna possível tais transações. Duas questões apresentam-se, então: 1) o que é uma transação comercial em relação a uma que não o seja? 2) O que acontece quando se parte das transações para chegar-se ao mercado? Uma primeira distinção foi feita entre a transação comercial e a dádiva. Bronislaw Malinowski, é claro, e em seguida Marcel Mauss estão na origem disso. Na verdade, particularmente Mauss, pois ele teve a audácia de propor uma definição das regras a partir das quais as dádivas organizam-se (as famosas três obrigações de dar, receber e retribuir) à imagem das regras que os homens seguem durante a troca comercial presente em um dos primeiros capítulos de Adam Smith (a equivalência, medida em trabalho gasto). Peter Blau (1964) caminha nesse mesmo sentido quando opõe as trocas comercial e social, a última escapando das idéias de equivalência e de determinação do prazo no qual acontece o “retorno”. Porém, essas distinções foram aprimoradas ou questionadas em trabalhos recentes: aprimoradas para diferenciar a troca comercial da transação monetária (RADIN, 1996; ZELIZER, 2005; DUFY & WEBER, 2007) ou de troca (DUFY, 2008); também para diferenciar a troca comercial de duas outras formas que são a troca não-comercial e a dádiva (TESTART, 2007).

A troca comercial caracteriza-se pelo fato de ser independente das relações pessoais (a taxa de troca não depende disso) e por ser uma relação afetivamente neutra. Seu caráter monetário ou não-monetário em nada modifica o negócio mesmo se, na prática de nossas trocas contemporâneas, a introdução ou não da moeda tem importância, porque com ela introduz-se uma forma bastante geral de equivalência. Esses dois pontos são aceitos; em contrapartida, o argumento de Pierre Bourdieu, segundo o qual a duração de tempo entre a dádiva e a contradádiva marca a diferença entre a dádiva e a troca comercial, é discutível. Alain Testart (*idem*) rejeita-o com alguns bons argumentos (existem dádivas e contradádivas simultâneas, como é o caso das trocas de presentes de Natal e existem as trocas comerciais não-simultâneas). No seu estudo sobre as transações íntimas – aquelas em que se compram serviços que dão acesso a informações privadas de uma das partes –, Viviane Zelizer (2005) acentua os rituais construídos durante as transações, ou seja, os registros culturais da troca

sobre os quais os indivíduos colocam-se de acordo. Deve-se entrar em uma microsociologia muito refinada para distinguir os rituais nos quais as relações personalizadas são vividas e definidas como comerciais ou não-comerciais pelos atores, ou seja, que eles entendam que a relação seja mais importante que a transação (assim a jovem enfermeira que cuidou do rico milionário pode fazer valer que o testamento em seu favor e que deserda os filhos é fruto do amor mútuo entre ela e o paciente) ou vice-versa (os herdeiros rejeitam o testamento afirmando o caráter comercial da relação de cuidados e que tudo o que vai além disso demonstra o caráter interessado da enfermeira e não a suposta relação de afeto).

Testart (2007) propõe uma distinção clara entre a dádiva e a troca (comercial ou não-comercial): nem a dádiva nem a contradádiva comportam exigências, ao passo que na troca a contrapartida é exigida. A possibilidade de recorrer a formas de coerção – em último caso, de recorrer à violência legítima – estabelece a fronteira entre as duas categorias de transferência. Essa coerção é então distinguida por Testart do constrangimento moral pois, mesmo quando ela passa pela pressão do grupo sobre o indivíduo indelicado (ele não se sente “obrigado” a retribuir), ela não pode chegar a recorrer à violência legítima. A distinção é clara, mesmo quando não é convincente: clara porque a diferença entre as formas de obrigação é fundada e precisa, mesmo que não seja sempre convincente na medida em que o sociólogo econômico relaciona-se com fluxos de transações que se encadeiam uns nos outros e que essas transações não correspondam, na prática, aos tipos-ideais daí liberados por Testart². A distinção entre comercial e não-comercial passa pela presença de relações personalizadas, sem as quais a coisa não seria oferecida à troca e sua taxa de câmbio não seria a mesma; está-se aqui no registro clássico já manifestado por Blau (1964), Florence Weber (2000) ou Zelizer (2005).

2 Cf. o artigo que Stewart Macaulay (1963) consagrou às práticas contratuais dos empreendedores da região de Chicago: o resultado fundamental é, do ponto de vista que adotamos aqui, que as transações entre firmas não passam necessariamente por uma formalização jurídica. Deve-se concluir daí, como a aplicação estrita dos critérios de Testart sugere, que essas transações não são transações comerciais? Parece pouco provável.

Definir a natureza das transações não é simples. Isso quer dizer que a Sociologia Econômica esgota-se em sutis distinções iniciais? Não me parece. O resultado central é o seguinte. A transação comercial é uma modalidade particular da relação social que se caracteriza pelo fato de ser afetivamente neutra, de não ter necessidade da relação pessoal para permitir uma transferência de recursos de um indivíduo para outro. Isso justifica o argumento tradicional do economista segundo o qual em um mercado bem organizado a lei do preço único aplica-se (a taxa de câmbio é a mesma para todos os contratantes), o que não é válido, é claro, para o caso da troca não-comercial. Mas essa característica central da transação comercial tem um campo de validade limitado, pelo fato de que os atores da transação devem ser capazes de colocar-se de acordo sobre a natureza das coisas e do futuro. Quando não é o caso, outras relações sociais são necessárias para tornar possível a troca comercial. Aqui está todo o interesse pelas transações: acompanhando a transferência de recursos, pode-se fazer aparecer e, portanto, estudar aquilo que a torna possível. Tais relações não são necessariamente pessoais (de amizade, de família, de dependência), nem mesmo com outros seres humanos, pois os dispositivos sociais impessoais podem tornar possíveis trocas comerciais travadas pela incerteza. É o caminho seguido por aqueles que, como Frank Cochoy (1999; 2003), acentuam o caráter “equipado” do consumidor quando ele vai às prateleiras de um supermercado: o comportamento do consumidor está equipado no sentido de que ele escolhe, intelectualmente, mas também muito concretamente, ao esticar a mão em direção ao produto disposto na prateleira, com base na sua embalagem, na publicidade, nas informações legais mencionadas etc. Essas relações devem resolver aquilo que a abordagem do economista supõe resolvido: a qualidade dos produtos e o desenrolar das interações no futuro. Deve-se então introduzir na relação de troca uma série de relações sociais que visam a *avaliar* ou então a fazer *juízos* sobre as coisas e as situações de maneira a poder entrar no registro da troca comercial. Deve-se *julgar antes de trocar*, para retomar o título de uma obra coordenada por Sophie Dubuisson-Quellier e Jean-Philippe Neuville (2003), muito particularmente no quadro da economia da singularidade de Karpik (2007). Reencontra-se

então a importância dos *dispositivos* que Foucault (2004a; 2004b) havia proposto no quadro de seu trabalho filosófico.

Um segundo resultado vale a pena ser mostrado e imputado à estratégia que visa a passar pelas transações. Acompanhando o fio das diferentes relações sociais que tornam possível a troca comercial, passa-se de um registro do discurso econômico para outro. Enquanto tanto a Sociologia Econômica Clássica quanto a Nova Sociologia Econômica partiram de um diálogo com os economistas (STEINER, 2005), imperceptivelmente são aqueles que carregam outro tipo de discurso econômico que se tornaram interlocutores dos sociólogos que acompanham as transações. No local e lugar dos economistas, com suas abordagens formalistas e suas visões gerais sobre o sistema dos mercados, são os gestores que são os interlocutores da sociologia das relações comerciais, pois são eles que se preocupam concretamente em tornar possíveis essas transações tornadas impossíveis pelas incertezas que assaltam os atores (a gestão é definida então, acompanhando Armand Hatchuel (2002), como uma “ação coletiva axiomática”). São eles que constroem ou vigiam atentamente o funcionamento dos dispositivos graças aos quais as transações comerciais podem ocorrer. Uma vez aceita essa mudança, novas formas de intervenção da teoria econômica, conhecidas pela designação de *Market Design*, podem ocupar seu lugar: é o caso da criação do mercado de direitos de poluir; da recente proposição de criar, na França, taxas sobre a *junk food* ou dos trabalhos em matéria de arquitetura de mercado (por exemplo, com a informatização do envio de ordens no mercado da bolsa de valores). Nesses casos, é estreito o laço entre o economista e o gestor, para produzir o que Michel Callon (1996; 2006) chama – mas limito-me a uma acepção específica do termo (STEINER, 2010) – o “desempenho da realidade econômica”, não propriamente pela teoria econômica, mas pela prática comercial e, de modo mais amplo, pelos atores que no interior das grandes organizações comerciais esforçam-se para pegar os clientes³. As transformações da

³ A título de exemplo, os trabalhos de Alexandre Mallard, originários de sua atividade em um grande operador de meios de comunicação (France Télécom) são, sobre esse ponto, esclarecedores; cf., entre outros, Mallard (2002) e Kessous, Mallard e Mounier (2005).

relação comercial, sobretudo a imbricação do produto com o serviço pós-venda, e as tecnologias de acompanhamento e de mapeamento dos consumidores permitem às organizações comerciais manter todo um conjunto de laços com seus clientes. Esses dispositivos comerciais, evidentemente, fazem parte das relações sociais de nossas sociedades modernas, mas deve-se acrescentar a isso que as relações são instauradas pela lógica comercial de organizações que procuram por meio disso aumentar suas fatias de mercado e, se possível, aumentar seus ganhos. O laço social não está ausente, mas ele é assimétrico no sentido em que James Coleman (1984) marcou a diferença entre os indivíduos e as pessoas morais ou as organizações. Estas últimas dominam os indivíduos que não têm, em caso de problemas com as organizações, outro recurso senão o direito (e assim se retorna a Testart) ou as relações interpessoais que entram no quadro do que Coleman chamou de “capital social” (COLEMAN, 1990).

II. TRANSAÇÕES SEM MERCADOS: AS DOAÇÕES DE ÓRGÃOS

Mas ao lado da devida importância que os sociólogos econômicos conferem ao mercado, não se deve perder de vista que muitas transações têm lugar sem que existam os mercados. Rapidamente darei dois exemplos disso a partir de meu “campo” atual: o transplante de órgãos. Esse caso oferece o duplo interesse de ser, por um lado, o lugar de numerosas transações a partir do momento em que se coloque nesse termo o que aqueles que transplantam chamam de “dádiva de órgãos” e de, por outro lado, atualmente ser o lugar de um intenso debate sobre a pertinência de criar-se mercados de órgãos para transplante, especificamente para opor-se às dificuldades que o sistema não-comercial encontra atualmente.

Examinemos primeiro o caso em que o transplante decorre de uma retirada *post mortem* na qual os membros da família permitem que os cirurgiões retirem os órgãos de um defunto para proceder ao implante. As transferências no transplante de órgãos passam por procedimentos de emparelhamento que repousam em um sistema de informação disponível 24 horas por dia – aplicativo chamado Cristal – no centro do qual se encontra um algoritmo informatizado que trabalha sobre uma série de alternativas hierarquizadas⁴. Três classes de atores estão presentes: as equipes

médicas (de retirada e/ou de implante), os pacientes e o estabelecimento público encarregado de administrar a lista de espera e de alocar os órgãos retirados pelas equipes. Essa estrutura é, assim, à primeira vista, do tipo descrito para o mercado walrasiano, com um ator que, colocado no centro da rede, é capaz de concentrar em um ponto toda a informação sobre o local das transações, ou então arena, para utilizar o conceito de Harrison White (1992). Contudo, existe uma diferença em relação ao mecanismo comercial de emparelhamento, uma vez que no transplante o emparelhamento passa por duas etapas que, cada uma à sua maneira, decidem. No algoritmo que está em operação na França (embora isso não seja específico desse país), o órgão é entregue à equipe que, em seguida, atribui-o a um paciente que faz parte da lista dos que esperam o enxerto registrado para esta equipe. Isso significa que a informação enviada pelas equipes sobre os pacientes inscritos na fila de espera serve para alocar o órgão às equipes que, em seguida, segundo critérios que a Agência da Biomedicina pede que lhe sejam indicados, atribui ao paciente, que pode não ser aquele selecionado pelo algoritmo.

A eficiência é uma norma em operação na medicina, como em outros lugares nas nossas sociedades modernas e, como em outras áreas, a eficiência médica pode remeter para critérios diferentes⁵. O critério de eficiência mais geral é o da taxa de sobrevivência do órgão doado e do

⁴ A hierarquização de critérios de seleção pode vir a ser um problema quando cria situações pouco compatíveis com a ética dos profissionais do implante ou com o julgamento dos profanos. Existe outra forma de emparelhamento que está em execução na área coberta pela Eurotransplant (Alemanha, Áustria, Bélgica, Luxemburgo e Eslovênia), baseado em um sistema de pontuação: tal sistema determina a classificação dos pacientes em um conjunto de variáveis que se leva em conta, sem que uma pontuação inferior a um determinado patamar em uma das etapas possa, isoladamente, eliminar o receptor potencial, como acontece com o procedimento que vamos examinar.

⁵ Jon Elster (2003) apresentou de maneira muito simples três critérios de eficiência no transplante de órgãos. O *piadoso* [*le compassionnel*] doa o órgão ao mais doente mesmo se a possibilidade de melhora de sua situação no pós-operatório é fraca; o *perfeccionista* doa o órgão ao menos doente para obter a melhor situação pós-operatória; o *maximizador* doa o órgão ao doente para o qual a melhora de sua qualidade de vida é maior levando-se em conta o pré-operatório e o pós-operatório.

indivíduo receptor, medida geralmente em um mês, um ano, cinco e oito anos⁶. O algoritmo visa a diversas metas. Existe inicialmente uma regra de compatibilidade que procura servir a certos doentes considerados como prioritários ou a certos emparelhamentos de qualidade excepcional entre o órgão e o doente. Tendo em vista a restrição fisiológica dada pela duração da isquemia fria (três a quatro horas para um coração; 36 a 48 horas para um rim) e a relação entre a duração da isquemia e o sucesso do transplante, o órgão transplantado é proposto ao doente fisiologicamente compatível (considerando grupo sanguíneo, compatibilidade HLA para rim, volume do órgão etc.) na região geográfica em que ocorreu a retirada do órgão, depois na zona de ordem superior (a inter-região: existem sete delas), depois no nível nacional antes de, finalmente, ser proposto internacionalmente. A cada etapa, as equipes têm um prazo muito curto (20 minutos para os órgãos do tórax, uma hora para os rins) para aceitar ou recusar o órgão.

Um ponto a salientar é a *presença do colégio de peritos* cujo papel é sistematicamente mencionado quando se trata de colocar um doente em estado de urgência ou de superurgência e, assim, de permitir-lhe aceder prioritariamente ao órgão, ou quando se trata de decisões da equipe local que pode direcionar o órgão a um doente dentro o grupo de doentes de que ela está encarregada. A presença desses colégios de peritos no seio do mecanismo de emparelhamento no curso do processo de transplante constitui uma diferença importante em relação ao emparelhamento comercial. O caráter walrasiano do emparelhamento – “walrasiano” porque a informação está centralizada em um ponto, na tecnologia de um algoritmo informático – é diminuído pelo fato de que o *continuum* organizacional no qual se desenvolve o transplante coloca em diferentes lugares (seleção dos doentes que estão inscritos na lista de espera, seleção dos doentes colocados em urgência ou super urgência, seleção do doente ao qual será atribuído o órgão) os operadores humanos de seleção, o que o emparelhamento comercial tende, ao

contrário, a fazer desaparecer. Encontra-se aqui uma diferença parecida com aquela que acentuamos alhures (STEINER, 2004), com o papel desempenhado pela família que tem um papel decisivo para a retirada de órgãos. Essa diferença, que não é outra senão a *presença de relações sociais efetivas no seio do mecanismo de emparelhamento*, faz que essa arena diferencie-se da comercial, apesar das fortes semelhanças existentes entre elas e apesar das tentativas que, depois dos anos 1980, multiplicam-se para propor a criação de um mercado de órgãos para transplante.

Examinemos agora o caso dos transplantes realizados com a retirada de órgãos de um doador vivo. Diante de impossibilidade de “produzir” suficientemente órgãos por meio da retirada *post mortem*, alguns países favoreceram a doação *inter vivos*. Esse é particularmente o caso dos Estados Unidos, país no qual tais doações são numerosas desde os anos 1980, a tal ponto que desde o ano de 2000 os transplantes de rim feitos a partir da doação *inter vivos* ultrapassam freqüentemente o número de transplantes de rins retirados *post mortem*. Essa estratégia, contudo, não é suficiente – daí a idéia de procurar meios originais que permitam aumentar o número de rins disponíveis para os transplantes. Dentre esses meios, pode-se reter as trocas entre pares de doadores-receptores incompatíveis. De que se trata? Como funciona, nesse caso bastante particular, o mecanismo de emparelhamento produzido pelo economista matemático Alvin E. Roth e seus colegas, sob o nome de “*matching market*”⁷ (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2005b)?

As dádivas de rins *inter vivos* são aqueles em que um doente possui alguém próximo (freqüentemente um membro da família) que deseja doar-lhe um de seus rins. Isso pode não ocorrer em razão de problemas advindos das compatibilidades sanguíneas (A, B, AB, O) e das compatibilidades dos tecidos (tipagem HLA, segundo seis grandes categorias). Nesse caso, há um par doador-receptor, mas a incompatibilidade entre os dois torna o transplante impossível. A idéia foi então criar o encontro entre esses pares incompatíveis para proceder a “trocas” de doadores. Roth, Sönmez e Ünver propõem criar uma base de dados para tais situações e ligar essa base a uma instituição central que faça a

⁶ A medida pode ser feita pelo órgão doado ou pelo indivíduo transplantado, pois o órgão só é funcional quando o transplantado ainda está vivo, quando ele se beneficiou de um novo transplante ou quando, no caso de rim, ele voltou a fazer diálise.

⁷ Em inglês, no original. Pode ser traduzido por “mercado de emparelhamento” (nota dos tradutores).

compensação (a Kidney Exchange Clearinghouse) (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2005a) sobre a base de um conjunto apropriado de modelos de emparelhamento de quartos em uma cidade universitária etc. (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2004). Essa instituição de compensação parte de escolhas emitidas pelos doentes, os quais designam seja o rim que lhes pareça mais adaptado a seu caso, seja uma posição prioritária na lista de espera para os rins obtidos a partir de retiradas *post mortem*, seja enfim esperar a próxima vez se as opções não lhes satisfizerem⁸. A partir dessas escolhas, um algoritmo determina a existência de *cycles*⁹ (ou seja, um conjunto fechado de doadores-receptores) ou de *l-chainés* (ou seja, um circuito aberto em que o primeiro receptor recebe um rim proposto na lista de espera e o último doador doa à lista de espera). Quando um ou vários circuitos são encontrados, procede-se aos transplantes correspondentes, repetindo-se o procedimento em seguida. Quando não há mais pares de doadores-receptores, o procedimento é interrompido, ou então tratam-se de correntes abertas¹⁰. Pode-se assim escolher entre as correntes, seguindo regras próximas àquelas aplicadas para classificar doentes em espera na corrente, para realizar os novos transplantes. Repete-se o procedimento até que não se encontre mais nem circuitos nem correntes.

Os resultados obtidos nas simulações feitas a partir da repartição de grupos sanguíneos e das probabilidades de incompatibilidade de tecido HLA, como indicam os dados das listas de espera atualizadas pela United Network for Organs Sharing, mostram que esse procedimento aumenta sensivelmente o número de transplantes, diminui a pressão sobre a lista de espera (uma vez que os doentes cujo doador é incompatível não precisam mais se inscrever na lista) e melhora a posição dos doentes desfavorecidos porque seu tipo sanguíneo é O (eles são doadores universais, mas só podem receber rins de

doadores do mesmo tipo sanguíneo). Em outros termos, a regra de emparelhamento possibilita aumentar a equidade e permite aumentar, a despeito de algumas reservas organizacionais¹¹, a eficácia nessa arena.

O problema preocupante nesse caso é sua apresentação como mercado, como “construção de uma tecnologia de mercado” (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2004; 2005b). Essa parte da argumentação de Roth, Sönmez e Ünver é admissível? Eu penso que não, devido a diversas razões ligadas à definição de mercado, à ausência, na apresentação que é feita dessa tecnologia, à ausência de consideração do “comércio de trocas de doadores”, de certas dimensões sociais cruciais e, finalmente, do objeto da Sociologia Econômica.

A noção de “mercado de emparelhamento” apresenta uma dificuldade em um ponto crucial. Como o autor reconhece, não há aí nem dinheiro nem preço. Por que então falar de mercado, aí onde está ausente o elemento decisivo de emparelhamento comercial? A idéia de White parece claramente melhor: o conceito de “arena”, que torna explícita a variedade de procedimentos superiores, é preferível ao de “mercado”, mesmo sob a forma de “mercado de emparelhamento”, porque permite reservar o conceito de mercado àquilo que lhe é realmente específico, a coordenação pelos preços. Em segundo lugar, a exposição do modelo não fala sobre um número de aspectos que não podem ser negligenciados pelo sociólogo. De um lado, deve-se levar em conta a dimensão social essencial sem a qual essa arena não pode existir: sem a relação de dívida que leva um doente a um próximo que quer doar, inclusive a um estranho para ajudar o doente, ninguém pode entrar nesse “mercado de emparelhamento” particular. Dito de outra forma, existe um embasamento social sem o qual o mercado não tem significado algum. Por outro

⁸ Supõe-se – e isso não é uma questão simples – que os doadores tenham a mesma preferência que os doentes (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2004).

⁹ Em inglês no original. Pode ser traduzido por “circuitos” (N. T.).

¹⁰ Preferimos adotar aqui a tradução de “correntes abertas” para a expressão *l-chainés* (N. T.).

¹¹ A principal restrição é o fato de que durante esses comércios de “trocas de doadores” deve-se proceder simultaneamente aos transplantes, de modo a evitar que um dos doadores, após saber que seu receptor não compatível tenha sido servido, decida mudar de opinião e não queira mais doar o rim. É a razão pela qual Roth, Sönmez e Ünver foram levados a mostrar que os ganhos em termos de volume nessa arena particular estão essencialmente ligados aos comércios entre dois ou três pares de um lado e ao volume da base de dados de outro (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2005b; SAIDMAN *et alli*, 2006).

lado, o que significa que um doente tenha um conjunto de preferências completo sobre os rins disponíveis no mercado, inclusive na lista de espera (ou seja, a escolha de esperar um rim proposto em uma lista de espera)? O paralelo entre um modelo de alocação de quartos de estudantes e a dádiva de órgãos chega a seu limite: a escolha de um rim nada tem a ver com preferências individuais, mas tem a ver com a qualidade fisiológica do emparelhamento, o que significa que é pouco provável que o doente esteja em condições de determinar-se sozinho. Enfim, deve-se fazer entrar aqui, de uma forma ou de outra, os peritos médicos que são capazes de fazer tais “escolhas”; assim, encontramos aquilo que já foi observado em relação ao emparelhamento doente-órgãos na doação *post mortem*, ou seja, a existência de relações sociais e de arenas opacas no seio de um procedimento encarregado de fornecer transparência quanto aos emparelhamentos. Enfim, a apresentação do modelo de emparelhamento concebido por Roth, Sönmez e Ünver oferece a vantagem de voltar ao objeto mesmo da Sociologia Econômica. Ao final de um de seus artigos, Roth, Sönmez e Ünver fazem a seguinte observação: “Todos esses mercados [admissão na universidade, leis religiosas, especialistas médicos], como a troca de rins, são *mercados de emparelhamento*, no sentido de que importa quem transaciona com quem (em contraste com os mercados anônimos de mercadorias). E o fato de que alguns desses

mercados podem fazer muito de seu trabalho sem qualquer dinheiro¹² apoia a perspectiva de que muitos mercados de emparelhamento nos quais o dinheiro é livremente disponível não se acertam, entretanto, apenas por meio de um ajustamento de preços” (ROTH, SÖNMEZ & ÜNVER, 2005b, p. 22; grifos no original).

Com essa observação, Roth, Sönmez e Ünver não estendem o domínio da teoria econômica: eles estão simplesmente fornecendo aos seus leitores uma (boa) definição da Sociologia Econômica, uma vez que esta considera que o funcionamento do mercado não depende apenas dos preços e que intervêm aí as relações sociais que, precisamente, eles deixaram na sombra, fazendo a engenharia relacional que permite criar uma arena bastante específica. E isso a tal ponto que, no final das contas, Roth, Sönmez e Ünver poderiam declarar, com mais razão, que eles organizaram uma estrutura relacional de emparelhamento que tem mais a ver com o famoso circuito do *kula*, de Malinowski, ou com as estruturas de dádiva generalizada originadas na reflexão de Mauss. Mas, ainda aí, não se deve perder de vista aquilo que faz uma diferença importante entre Roth, Sönmez e Ünver e esses famosos antropólogos: as transações que Mauss qualificava de troca-dádivas faziam-se entre indivíduos, enquanto essas de que nos falamos Roth, Sönmez e Ünver, ainda que permitindo uma transação de indivíduo a indivíduo, passam por uma organização (médica). Entre os laços interpessoais infiltram-se, aí como no mercado, laços impessoais gerados e iniciados pelas organizações e, portanto, relações de dominação.

¹² Devemos acrescentar aí também: “sem qualquer preço”.

Philippe Steiner (Philippe.Steiner@paris-sorbonne.fr) é professor de Sociologia na Universidade de Paris IV (França).

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABOLAFIA**, M. Y. 1996. *Making Markets. Opportunism and Restraint on Wall Street*. Cambridge (MA): Harvard University.
- BLAU**, P. 1964. *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley and Sons.
- CALLON**, M. 1996. Introduction. The Embeddedness of Economic Markets in Economics. In: _____. *The Laws of the Market*. Cambridge: Blackwell.
- _____. 2007. What Does It Mean to Say That Economics Is Performative? In: MACKENZIE, D.; MUNIESA, F. & SIU, L. (eds.). *Do Economists Make Markets?* Princeton: Princeton University.
- COCHOY**, F. 1999. *Une histoire du marketing. Discipliner l'économie de marché*. Paris: La Découverte.

- _____. 2003. *Une Sociologie du Packaging*. L'Ane de Buridan face au marché. Paris: PUF.
- COLEMAN**, J. S. 1982. *The Asymmetric Society*. New York: Syracuse University.
- _____. 1990. *Foundations of Social Theory*. Harvard: President and Fellows of Harvard College.
- DUFY**, C. 2008. *Le Troc dans le marché*. Pour une Sociologie des Échanges dans la Russie post-soviétique. Paris: L'Harmattan.
- DUFY**, C. & **WEBER**, F. 2007. *L'Ethnographie Économique*. Paris: La Découverte.
- DUBUISSON-QUELLIER**, S. & **NEUVILLE**, J.-P. (eds.). 2004. *Juger pour échanger*. La construction sociale de l'accord sur la qualité dans une économie des jugements individuels. Paris: EHESS.
- ELSTER**, J. 1992. Éthique des choix médicaux. In: ELSTER, J. & HERPIN, N. (eds.). *Éthique des choix médicaux*. Arles: Actes Sud.
- FOUCAULT**, M. 2004a. *Naissance de la biopolitique*. Paris: Gallimard-Seuil.
- _____. 2004b. *Securité, territoire, population*. Paris: Gallimard-Seuil.
- GRANOVETTER**, M. 1974. *Getting A Job*. A Study on Contacts and Careers. Chicago: Chicago University.
- HATCHUEL**, A. 2002. Quel horizon pour les sciences de gestion ? Vers une théorie de l'action collective. In: DAVID, A.; HATCHUEL, A. & LAUFER, R. (eds.). *Les nouvelles fondations des sciences de gestion*. Paris: Vuibert.
- HERTZ**, E. 1998. *The Trading Crowd*. An Ethnography of the Shanghai Stock Market. Cambridge: Cambridge University.
- KARPIK**, L. 2007. *L'Économie des singularités*. Paris: Gallimard.
- KESSOUS**, E ; **MALLARD**, A. & **MOUNIER**, C. 2005. « A la découverte du client ». L'Engagement marchand dans différents formats de la relation commerciale. *Economies et sociétés*, Paris, v. 7, n. 11-12, p. 2067-2086.
- MACAULAY**, S. 1963. Non-Contractual Relations in Business: A Preliminary Study. *American Sociological Review*, Washington (DC), v. 28, n. 1, p. 55-67, Feb. Disponível em: <http://law.wisc.edu/facstaff/macaulay/papers/non-contractual.pdf>. Acesso em: 16.maio.2012.
- MALLARD**, A. 2002. Les nouvelles technologies dans le travail relationnel: vers un traitement plus personnalisé de la figure du client. *Sciences de la société*, n. 56, p. 62-77, mai.
- ORLÉAN**, A. 2005. La Sociologie Économique et la question de l'unité des sciences sociales. *L'Année sociologique*, Paris, v. 55, n. 2, p. 279-305. Disponível em: <http://www.cairn.info/revue-l-annee-sociologique-2005-2-page-279.htm>. Acesso em: 16.maio.2012.
- POLANYI**, K. 2001. *The Great Transformation*. The Political and Economic Origins of Our Time. Boston: Beacon.
- PRADELLE**, M. 1996. *Les vendredis de Carpentras*. Faire son marché en Provence ou ailleurs. Paris: Fayard.
- RADIN**, M. J. 1996. *Contested Commodities*. The Trouble with Trade in Sex, Children, Body Parts and Other Things. Cambridge (MA): Harvard University.
- ROTH**, A. E.; **SÖNMEZ**, T. & **ÜNVER**, M. U. 2004. Kidney Exchange. *Quarterly Journal of Economics*, Cambridge (MA), v. 119, n. 2, p. 457-488, May. Disponível em: <http://kuznets.fas.harvard.edu/~aroth/papers/kidney.qje.pdf>. Acesso em: 16.maio.2012.
- _____. 2005a. A Kidney Exchange Clearinghouse in New England. *American Economic Review*, Pittsburgh, v. 95, n. 2, p. 376-380, May. Disponível em: <http://kuznets.fas.harvard.edu/~aroth/papers/KidneyAEAPP.pdf>. Acesso em: 16.maio.2012.
- _____. 2005b. *Efficient Kidneys Exchange*: Coincidence of Wants in a Structured Market. NBER Working Paper n. 11402. Cambridge (MA): National Bureau of Economic Research. Disponível em: <http://www.nber.org/papers/w11402>. Acesso em: 16.maio.2012.
- SAIDMAN**, S. L.; **ROTH**, A. E.; **SÖNMEZ**, T.; **ÜNVER**, M. U. & **DELMONICO**, F. L. 2006. Increasing the Opportunity of Live Kidney Donation by Matching for Two- and Three-Way Exchanges. *Transplantation*, Philadelphia,

- v. 81, n. 5, p. 773-782, Mar. Disponível em: <http://kuznets.fas.harvard.edu/~aroth/papers/SaidmanRothSonmezUnverDelmonico.Transplantation.2006.pdf>. Acesso em: 16.maio.2012.
- STEINER, P.** 2004. A doação de órgãos: a lei, o mercado e as famílias. *Tempo Social*, São Paulo, v. 16, n. 1, p. 101-128, nov. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ts/v16n2/v16n2a05.pdf>. Acesso em: 16.maio.2012.
- _____. 2005. Le marché selon la Sociologie Économique. *Revue européenne des Sciences Sociales*, Genève, v. XLIII, n. 132, p. 31-54. Disponível em: <http://ress.revues.org/326>. Acesso em: 16.maio.2012.
- _____. 2009. *La transplantation d'organes: un commerce nouveau entre les êtres humains*. Paris: Gallimard.
- _____. 2010. Gift-Giving or Market. Economists and the Performance of Organ Commerce. *Journal of Cultural Economy*, London, v. 3, n. 2, p. 243-259, July.
- TESTART, A.** 2007. *Critique du don*. Études sur la circulation non marchande. Paris: Syllepse.
- WEBER, F.** 2000. Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles. Une Ethnographie Économique après le Grand Partage. *Genèses*, n. 41, p. 85-107, déc. Disponível em: http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/genes_1155-3219_2000_num_41_1_1649. Acesso em: 16.maio.2012.
- WHITE, H.** 1992. *Identity and Control*. Princeton: Princeton University.
- ZELIZER, V.** 2005 *The Purchase of Intimacy*. Princeton: Princeton University.

MARKET, TRANSACTION AND SOCIAL TIES: AN ECONOMIC SOCIOLOGY APPROACH

Philippe Steiner

The present article examines different conceptions of the market, from the perspective of a New Economic Sociology. We focus in particular on different social relations of exchange, attempting to distinguish market (commercial) relations from others. In this regard, commercial exchanges are, as defined by classical and neoclassical economic theories among other elements, regulated by prices, characterized by their impersonality and potential anonymity, and - according to the recent terms that André Orléan has used to refer to them- by the connected hypothesis of “nomenclature” and “perfect predictability”. Exchanges that are not market- incorporated, on the other hand, include a wide spectrum of social relations involving material, emotional and intellectual interaction and exchange, yet do not include the previously mentioned elements. In other words, in addition to the non-verifiability of the hypotheses of nomenclature and perfect predictability, they are relations which are not regulated by the price system and in which there are (or may be) emotional connections. Thus, the gift is an important case of non-commercial exchange. In order to illustrate this variety of differences, we look at the case of organ donation. This example provides evidence of the problems brought about by positing all exchanges as pertaining to the sphere of commercial relations.

KEYWORDS: *Market; Commercial Transactions; Non-Commercial Transactions; The Gift; Economic Sociology; Organ Transplants.*

* * *

MARCHÉ, TRANSACTION ET LIENS SOCIAUX : L'APPROCHE DE LA SOCIOLOGIE ÉCONOMIQUE

Philippe Steiner

L'article ici présenté discute quelques conceptions sur le marché, à partir de la perspective de la Nouvelle Sociologie Économique; en particulier, il traite des différentes relations sociales d'échange, en cherchant à distinguer celles qui appartiennent au marché (commerciales) des celles qui ne lui appartiennent pas. Dans ce sens, entre d'autres éléments, les échanges commerciaux – selon leur définition par les théories économiques classique et néoclassique – sont ajustés par les prix, caractérisés par l'impersonnalité et un anonymat potentiel et, dans les termes récents d'André Orléan, par les hypothèses connexes de la «nomenclature» et de la «parfaite prévisibilité»; tandis que les échanges qui ne s'incorporent pas au marché comprennent l'énorme spectre de relations sociales qui impliquent des interactions et des échanges matériels, affectifs, intellectuels, mais où sont absents les éléments précédents; autrement dit, au-delà du fait que l'on ne vérifie pas les hypothèses de la nomenclature et de la parfaite prévisibilité, les relations ne sont pas ajustées par le système de prix et (possiblement) sont caractérisées par des contacts affectifs; un cas important d'échange non commercial c'est celui de l'aubaine. Pour illustrer ces différences diverses, on présente le cas des systèmes de don d'organes, où l'on souligne l'impropriété d'assimiler les échanges « tout court » aux relations commerciales.

MOTS-CLÉS: *marché; transactions commerciales; transactions non commerciales; aubaine; Sociologie Économique; greffe d'organes.*

* * *