

O MERCADO: ENTRE O ANTIGO E O MODERNO

ALEXANDRE G. CARVALHO*

No livro *A grande transformação*, publicado em 1944, gestado entre 1941 e 1943, nos Estados Unidos, a partir das notas de cursos noturnos ministrados sobre história econômica e relações internacionais nas pequenas cidades de Kent e Sussex, na Inglaterra, Karl Polanyi afirmou que a sociedade do século XIX foi econômica em um sentido diferente e distinto das anteriores, pois foi baseada no lucro. Esta sociedade adquiriu sua maturidade na Inglaterra, na esteira da Revolução Industrial, durante a primeira metade do século XIX, e cinquenta anos depois alcançou a América do Norte. Posteriormente, alternativas similares modelaram o padrão de vida em todos os países do Ocidente (POLANYI, 2000: 47).

A característica fundamental desta revolução foi o estabelecimento da economia de mercado, cuja natureza só pode ser totalmente apreendida a partir do impacto das máquinas, conjugada com os estabelecimentos fabris em uma sociedade comercial. Tal transformação implicou em uma mudança na motivação da ação das pessoas: o lucro suplantou a motivação pela subsistência. As transações assumiram um caráter monetário que exigiram a introdução de um meio de intercâmbio em cada articulação da vida industrial. Todas as rendas passaram a derivar das vendas de alguma coisa (POLANYI, 2000: 47).

O sistema de mercado designa um padrão institucional, o do mercado, que funciona sem qualquer interferência externa. Os preços, resultantes das transações em vez de as precederem, têm a liberdade de se autoregularem, não sendo mais sociais, culturais ou políticos, mas sim econômicos. Este sistema, capaz de organizar a totalidade da vida econômica sem qualquer ajuda é chamado de auto-regulável. Daí a perspectiva de que a sociedade liberal não apenas englobe uma *economia de mercado*, mas que ela seja uma *sociedade de mercado*, em que a sociedade se acha *imersa (embedded)* na economia de mercado e não o inverso.

* Professor adjunto do Departamento de História da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).
Doutor em História Social pela Universidade Federal Fluminense

Polanyi não nega a existência de mercados antes da sociedade do século XIX, contudo tais mercados tinham um papel apenas incidental na vida econômica. Portanto tais economias não eram controladas pelo mercado. Somente a partir do século XVI, os mercados passaram a ser mais numerosos e importantes, mas ainda não controlavam a sociedade, pois não eram autônomos, mas sim acessórios de uma estrutura institucional controlada e regulada pela autoridade social.

Assim, tudo que é produzido pela indústria aparece como algo produzido para a venda, sujeito ao mecanismo da oferta e procura, com a intermediação do preço. Na prática, isto significa que deve haver mercado para todos os elementos da indústria, formando mercados interligados, organizados pelo mecanismo da oferta e procura, constituindo um Grande Mercado. O trabalho, a terra e o dinheiro, elementos essenciais da indústria também têm que ser organizados em mercados e formam uma parte absolutamente vital do sistema econômico. Todavia, o trabalho, a terra e o dinheiro obviamente *não* são mercadorias. O postulado de que tudo o que é comprado e vendido tem que ser produzido para venda é enfaticamente irreal no que diz respeito a eles. Em outras palavras, de acordo com a definição empírica de uma mercadoria, eles não são mercadorias (POLANYI, 2000: 93-94). A descrição do trabalho, da terra e do dinheiro como mercadorias é inteiramente fictícia. Assim, a sociedade de mercado é baseada em uma organização cultural com base em ficções específicas. Não obstante, é com a ajuda dessa ficção que são organizados os mercados reais do trabalho, da terra e do dinheiro. Esses elementos são, na verdade, comprados e vendidos no mercado e quaisquer medidas ou políticas que possam inibir a formação de tais mercados ameaçam a auto-regulação do sistema.

A ficção da mercadoria, portanto, oferece um princípio de organização vital em relação à sociedade como um todo, afetando praticamente todas as suas instituições, nas formas mais variadas. A extrema artificialidade da economia de mercado está enraizada no fato de o próprio processo de produção ser aqui entendido sob a forma de compra e venda. Portanto, uma tese fundamental do livro *A Grande Transformação* é a de que as ficções atuam como representações criativas do mundo.

Para Polanyi, a Revolução Industrial é indissociável de uma transformação institucional importante que visa o estabelecimento de uma rede de mercados aptos a determinar a estrutura da sociedade. Ele demonstra que a economia de mercado que se

propaga plenamente no século XIX não pode ser entendida sem uma série de ações políticas que contribuem largamente para instituir os comportamentos individuais típicos dessa economia. Assim, ao mostrar a importância da política na história econômica, Polanyi questiona as políticas neoliberais, que procuram atribuir um caráter "espontâneo" aos mecanismos do mercado. O surgimento da sociedade liberal, não é o resultado de uma evolução espontânea e natural, mas de uma forma de decisão política e ideológica. Mais especificamente, o mercado moderno e o estado moderno aparecem conjuntamente, e o primeiro como um subproduto do segundo (MAUCOURANT, 2011: 20-21).

Mostrar a oscilação de um imaginário social e instituições estruturadas pelo princípio da imersão (*embedded*) em direção a uma autonomização (*disembedded*) da economia também é o objeto da *Grande transformação*, verdadeira genética sócio-economia, que clarifica a constituição do grande mercado e interpreta o primeiro colapso da sociedade de mercado. Polanyi também argumenta que as sociedades tradicionais e os grandes impérios arcaicos têm fortemente resistido a tudo o que vai em direção a uma autonomização do econômico e do mercado, e como, simetricamente, a emergência do Mercado autoregulado no Ocidente moderno não é fruto espontâneo de uma evolução natural, mas o resultado de uma de ficção ideológica e de um projeto de Estado (MAUCOURANT, 2011: 22).

A abordagem polanyiana sobre o mercado faz parte de um paradigma institucionalista em economia que dá as "instituições" um significado especial. Segundo Maucourant (2004:4), a instituição é o que dá estabilidade aos comportamentos individuais, condição da vida social. É, portanto, um arranjo particular das partes em relação a toda a sociedade e se refere a fatores psicológicos, sociais e econômicos. Para Maucourant, a instituição assim entendida está muito próxima do conceito de "fato social total", desenvolvida por Mauss. Nas instituições é possível entender as modalidades do processo de reprodução social. Nessa perspectiva, a concepção polanyiana objetiva compreender como se institucionalizam os processos de Mercado, posto que, o mercado, como princípio organizador da economia, não cria as condições de regulação e não tende ao equilíbrio, pois não produz espontaneamente as instituições que são a condição *sine qua non* de funcionamento dos mercados concretos. Daí a necessidade de explicar a construção social dos mercados e sua inclusão nas relações de poder.

Esta perspectiva institucionalista é amadurecida no livro *Trade and Market*, coletânea escrita em 1957, fruto do trabalho em um programa de pesquisa interdisciplinar, na Universidade de Columbia, da qual Polanyi foi professor visitante, acerca da origem das instituições econômicas, intitulado “os aspectos econômicos de crescimento institucional”.

O mercado, do ponto de vista da economia formal, é o lugar onde se efetua a troca, pois estes dois elementos são inseparáveis. A vida econômica se reduz a atos de troca realizados por meio do regateio no mercado. Assim, a troca é a relação econômica e o mercado é a instituição econômica. A definição do mercado deriva logicamente destas premissas. Na realidade, contudo, mercado e troca têm características empíricas independentes. A troca é, em essência, um movimento mutuo de apropriação de produtos entre sujeitos, sujeita a equivalências fixas ou negociadas. Só este último caso é resultado do regateio entre as partes e está limitada especificamente a uma determinada instituição, aos mercados criadores de preços - autorregulados (POLANYI, 1976: 311).

Os mercados são enfocados por Polanyi por meio dos “elementos de mercado” em virtude da diversidade de configurações agrupadas sob a denominação de mercados e instituições de mercado. Existem dois elementos de mercado que devem ser considerados como específicos: as multidões de ofertantes e as de demandantes. Se os dois estão presentes falaremos de mercado. Sugue-lhes em importância o elemento de equivalência, quer dizer, a taxa da troca; segundo o caráter desta, os mercados podem ser classificados em mercados a preços fixos e mercados criadores de preços. Finalmente, existem elementos que podemos chamar funcionais. Em geral estão à margem dos mercados e instituições de mercado, porém se aparecem junto com as multidões de ofertantes ou de demandantes podem modelar aquelas instituições de uma forma que pode ter grande importância prática. Entre estes elementos funcionais podemos citar a situação geográfica, os produtos trocados, os costumes e as leis. Esta diversidade de mercados e instituições de mercado ficou obscurecida em época recente em nome do conceito formal de um mecanismo de oferta-demanda-preço (POLANYI, 1976: 312-313).

Quanto ao elemento de mercado chamado de “preço”, fica compreendido aqui na categoria das equivalências. A palavra *preço* sugere flutuações, coisa que não ocorre com *equivalência*, mas o “preço” é originariamente uma quantidade rigidamente fixada, sem a qual não pode realizar-se o comércio. Os preços mutantes ou flutuantes de caráter competitivo são

de surgimento relativamente recente, e seu surgimento é um dos temas de estudo da história econômica da Antiguidade. Tem-se suposto tradicionalmente que a ordem era inversa: se considerava o preço como o resultado do comércio e da troca e não como sua condição. O “preço” é a definição de relações quantitativas entre produtos de diferentes tipos, alcançada através do escambo ou do regateio. É a forma de equivalência característica das economias integradas através da troca, porém as equivalências não estão de modo algum restringidas a relações da troca, senão que também são correntes sob uma forma de integração redistributiva. Designam relações quantitativas entre bens de diferentes tipos que são aceitáveis como pagamento de impostos, rendas, direitos ou multas ou que denotam qualificações para um status cívico dependente de um censo de propriedade. Também podem estabelecer a relação a que se pode escolher a forma de pagamento dos salários ou as rações em espécie. A equivalência denota aqui não o que tem de dar-se *por* outro bem, senão o que pode exigir-se *em vez* deste. Em formas de integração regidas pela reciprocidade as equivalências definem a quantidade “adequada” em relação ao grupo situado simetricamente. Evidentemente, este contexto de conduta é diferente do sistema de redistribuição ou de troca (POLANYI, 1976: 314).

Em 1977, Harry Pearson editou uma série de escritos dispersos de Polanyi, nos quais este aprofundava muitas das questões teóricas de *Trade and market* e tecia uma série de reflexões sobre a Grécia antiga. Este livro foi intitulado *The livelihood of man*. Polanyi defende a sua abordagem institucional mais uma vez contrapondo-a a abordagens teleológicas que enunciam a economia de mercado, originária do comércio local de alimentos ou comércio de mercado, como objetivo natural de alguns três mil anos de desenvolvimento ocidental. No sentido institucional, o encontro de multidões de ofertantes e demandantes, conduz a trocas a equivalências fixas, e não forma um mercado autorregulado - criador de preços. Mas, por outro lado, sempre que os elementos de mercado combinam-se para formar um mecanismo de oferta – demanda – preço, nós falamos de mercados criadores de preço. A instituição de mercado tem sua origem com dois desenvolvimentos diferentes: um externo a comunidade e o outro interno. O externo está intimamente ligado à aquisição de mercadorias de fora, o interno com a distribuição local de alimentos. Este último tomou duas formas diferentes: o primeiro, relacionado com os impérios irrigacionais, se centrava no estoque e distribuição de gêneros alimentícios de primeira necessidade; o segundo, encontrado desde épocas mais primitivas, em comunidades camponesas, assentava-se na venda local de alimentos frescos e comida

preparada. Estes diferentes elementos constitutivos contribuíram das mais diferentes formas para a instituição do mercado.

Em seguida, Polanyi apresenta os tipos de mercados locais, comparando o tipo de mercado que ele denomina de *ágora* com os tipos *portões* e *bazar*. O tipo *ágora* de mercado local foi primeiramente um local alimentício para a população, no qual o varejista de alimento vendia leite fresco e ovos, legumes frescos, peixe, e carne na Grécia antiga. Em princípio, este tipo não incluía mercadorias de grande distância e em geral, os artigos mantidos para a venda eram produtos da vizinhança e frequentemente, em sociedades camponesas eles eram fornecidos por mulheres que os carregavam para o mercado em suas cabeças. O freguês que procurava por sua comida no mercado era o trabalhador pobre ou transeunte que não tinha *household* próprio. Nem o comerciante chegante nem o residente próspero frequentavam o mercado local primitivo, que servia as necessidades das pessoas comuns (POLANYI, 1977: 123-125).

Fora da Ática, especialmente nas regiões falantes de grego da Ásia menor, os principais promotores de mercados foram os exércitos gregos, notavelmente as tropas mercenárias, que estavam sendo cada vez mais utilizadas na guerra. Por volta do final do século V, após a guerra do Peloponeso, o exército hoplita, tradicionalmente equipado com armamentos e com um saco de alimento de cevada, estava transformando-se em uma força expedicionária, sendo a maioria dos guerreiros recrutada entre mercenários. O emprego de uma tal força levantava novos problemas logísticos. O impacto econômico do exército grego pode ser analisado de dois ângulos separados: a disposição do butim capturado pelo exército e o provisionamento do exército. O primeiro contribuiu grandemente para o desenvolvimento de uma multidão de demandantes; o outro para uma multidão de ofertantes. As técnicas de suprimento do exército oferecem surpreendente evidência da proliferação de mercados em toda a Grécia, Sicília, e Ásia menor no final do quinto e quarto séculos.

O outro desenvolvimento liga o mercado com os métodos de distribuição de alimentos praticados nos impérios redistributivos. Polanyi se refere aos métodos de armazenamento com redistribuição praticados na Suméria antiga e nas culturas mesopotâmias. Nestes impérios irrigacionais da antiguidade, o armazenamento de grãos de larga escala pelo governo central contribuiu para um elaborado sistema de estocagem dentro dos *portões*, isto é, templo,

palácio, ou mesmo cidade. A necessidade de estocagem foi causada por medo da fome bem como a pressão das exigências de comida, para soldados ou para partes dos trabalhadores recrutados pelo palácio ou templo para tratar da água corrente, da irrigação ou da drenagem. Os portões consistem de torres altas para proteção com porões maciços para simples estocagem, com um espaço aberto em frente dos portões externos para encontros cerimoniais e sessões da corte. Nos portões os poucos gêneros alimentícios de primeira necessidade principais são tanto recebidos quanto distribuídos trocados por prata ou em espécie, tal como um *gur* de grãos ou óleo na Babilônia. Simples equivalências quantitativas para grão, óleo, vinho, e lã permitiam que os gêneros alimentícios de primeira necessidade fossem substituídos por um ao outro. Estão presentes os pagamentos de taxa e aluguel, de um lado e rações para trabalhadores e soldados por outro. Embora haja distribuição de alimento, não se pode considerar tal prática um mercado de alimentos, visto que não há “encontro de multidões de ofertantes e demandantes”.

Esses três textos nos dão uma ideia clara da visão polanyiana sobre o mercado, que se encontra envolvida na reflexão mais geral sobre a economia formal e real. A perspectiva historiográfica e comparatista de Polanyi mostra que um tipo de mercado, o autorregulado ou criador de preços, é recente e artificial. Polanyi se volta para as civilizações pré-capitalistas para demonstrar que não é possível encontrar esse tipo de mercado fora do capitalismo. Essa discussão sobre a imemorialidade e os tipos de mercado é tratada por dois autores recentes, Alain Caillé e Serge Latouche, que apesar de algumas divergências, aprofundam a perspectiva polanyiana de forma crítica.

Alain Caillé, ao se perguntar sobre a origem do mercado, aborda os argumentos e pontos de vista da longevidade do mercado e os argumentos que defendem a origem recente do mesmo. Se a sua data de nascimento é antiga, então é permitido emprestar para o mercado uma forte dose de naturalidade e universalidade, propício a paz e prosperidade, ligado à exigência democrática. Mas, se ao contrário é recente, isto implica que, na sua essência, o mercado seria artificial, ligado apenas a certos tipos de relações sociais e não a outros e, de fato, fracamente universalizável exceto pela violência? E mais, se ele é tão lento a se impor na história, é porque ele é o portador de uma lógica profundamente desumana e anti-social, que é inseparável do capitalismo, da exploração e da artificialidade própria aos especuladores (CAILLÉ, 1998: 131).

Segundo Caillé, aqueles que defendem que o mercado é recente, afirmam que nas sociedades selvagens os bens que circulam não são comprados ou vendidos, ou mesmo intercambiados ou trocados. Na verdade, os seus movimentos eram regidos pela lógica da tripla obrigação de dar, receber e devolver, bem estudado por Mauss, e Malinowsky. No seio de tal lógica, o objetivo de todos os membros dessas sociedades é uma competição para ser o mais generoso e grandioso possível. Além disso, os bens essenciais postos em circulação não se revestem de um caráter utilitário, mas suntuário ou prestigioso. Os objetos contáveis, evidenciado por toda a parte, que porventura venham a anunciar a moeda moderna sem sê-la, não permitem comprar qualquer coisa, mas só pagar as dívidas da vida e da morte. Os grandes ciclos de trocas suntuárias narrados pela etnologia, *potlatch*, *Kula*, *tee*, *moka*, não têm a dimensão comercial. O *moka*, por exemplo, só é desenvolvido nas margens externas das comunidades, nas relações com aqueles que são radicalmente exteriores à comunidade, os estrangeiros absolutos (CAILLÉ, 1998: 132-133).

Isto não significa que o comércio de longa distância não existia desde tempos imemoriais. Pelo contrário, desde a pré-história certos bens circulam a milhares de quilômetros de seus lugares de origem. Caillé afirma que o mérito de Karl Polanyi e de seus discípulos "substantivistas" é ter questionado a modalidade econômica e sociológica deste comércio de longa distância e ter colocado em dúvida a tese de que se há comércio e comerciantes, então esse comércio deve ser organizado de acordo com a lógica de mercado. Porque não há nenhum relato, segundo K. Polanyi, entre o comércio (comércio) e o mercado (mercado) da teoria econômica, não mais do que entre estes e os mercados de aldeia ou bairros (lugares de mercado). O fato de ir ao mercado (lugar de mercado) não implica que se esteja em conformidade com as leis do mercado moderno. Mais geralmente, no quadro daquilo a que poderíamos chamar os mercados tradicionais, os preços são anteriores à troca e não são facilmente afetados pelo volume da oferta e da procura. São preços sociais, estabelecidos pelo costume. Em suma, até há pouco o mercado estava imerso no conjunto das relações sociais (CAILLÉ, 1998:133-134).

Caillé, entretanto, ressalta que mesmo no seio das economias que são claramente dependentes do mercado, e onde os preços variam continuamente em função das quantidades produzidas e demandadas, é possível afirmar que eles estão longe de ser tão sensíveis à oferta e a procura e também exclusivamente dependente da lógica de impessoalidade e da

associabilidade absoluta que postula à teoria econômica. Na França, há apenas 20 anos atrás, as flutuações do preço do peixe eram ainda fortemente temperada pela preocupação de estabilizar, a longo prazo, as relações entre o patrão de pesca e sua tripulação por um lado, e entre o mesmo patrão e os grossistas, por outro lado. Estes exemplos nos levam a perguntar se, *em última instância*, e ainda hoje os preços dos bens não refletem o valor socialmente reconhecido daqueles que os produzem, indivíduos, grupos, classes ou nações sociais, mais do que grandezas estritamente físicas e econômicas. Por último, deve ser relativizado o alcance do mercado nas sociedades atuais. É sabido que, mesmo nas economias mais capitalistas, a maior parte da vida econômica concreta está menos sujeita às exigências propriamente mercantis que aos padrões estatais e administrativos. A maior parte da existência social não se realiza no mercado ou na esfera político-administrativas, mas no campo das relações de pessoa a pessoa (dentro da "sociabilidade primária"). No entanto, este último não funciona nem para as mercadorias e o dinheiro, nem para a Lei ou regulamentos, mas pela dádiva e a dívida. E de acordo com determinados pressupostos, as atividades reguladas pela tripla obrigação de dar, receber e restituir, ainda hoje, têm mais espaço do que aquelas que contribuem para o Produto Interno Bruto.

A estes argumentos em favor da tese da singularidade histórica do mercado, Caillé opõe uma série simétrica de contra-argumentos, também convincentes. O mais importante é sem dúvida aquele de que nenhum povo, nenhuma cultura, ignorou a possibilidade e a realidade de troca interessada. Nos interstícios do *Kula*, a troca nobre e cerimonial dos Trobriands, realiza-se a troca utilitária, dar e tomar, o *Gimwali*. Do mesmo modo, a troca não é ignorada, nos diz Marcel Mauss, pelos Kwakiutl realizadores do *plotach*. Poderá discutir-se se estes intercâmbios abertamente interessados se desenvolvem na forma de troca, assemelhando-se, assim a uma troca mercantil sem moeda. A resposta provavelmente seria negativa. Mas não há dúvida de que o conjunto das culturas que valorizam fortemente o dom, a prodigalidade e o altruísmo, não o faz por ignorância do utilitário, do cálculo e do interesse, mas, pelo contrário, devido ao perigo do caos que pode causar este espírito de ganância calculado que eles assimilam à guerra. Portanto, elas consideram altamente desejável afastar qualquer possibilidade de a troca interessada e utilitária gangrene o corpo social subordinando hierarquicamente o utilitário ao não utilitário e o interesse ao dom (CAILLÉ, 1998: 137).

Caillé retoma Polanyi questionando-o acerca das possíveis datas de nascimento do mercado auto-regulado. Entre *A grande transformação* (1944) e *Trade and Market* (1975), é oferecido ao leitor três datas distintas de nascimento do mercado auto-regulado: o período helenista no terceiro século antes de Cristo, o fim da idade Média e 1834, data da abolição da lei dos pobres adotada em 1795 em Speenhamland na Inglaterra. Estas datas não são necessariamente incompatíveis ou contraditórias, mas continua sendo necessário precisar melhor sua articulação. Além disso, em seu livro póstumo, *The livelihood of man*, K. Polanyi também afirma que o mercado auto-regulado já estaria constituído em Atenas, ou pelo menos, no seio do exército, no V século a.C. Para além de tais contradições, Caillé vai mais longe no tempo e retorna ao início do sétimo século antes de Jesus Cristo, quando na China, questionado pelo duque Hung sobre a possibilidade de tributar o preço, Kuan-Chong (730-645a.c.), o primeiro-ministro do estado de Qui descreve com precisão o mecanismo de oferta e demanda dizendo-lhe que tal medida não servia para nada, pois os preços devem avançar com os movimentos da oferta e da procura. E quando o duque insiste e lhe pergunta se não seria razoável ter um preço fixo que seria revisto periodicamente, o primeiro ministro respondeu negativamente porque tal medida tornaria o movimento de preços menos fluido, iria congelar a produção e dificultar a atividade econômica. É surpreendente que o primeiro “teórico do liberalismo” tenha vindo de uma sociedade onde o mercado não existia.

Mesmo se é totalmente justificada a crítica sociológica da irreabilidade das teorias econômicas, mesmo se o mercado não é apenas o mundo de relações impessoais entre indivíduos anônimos, sem família, sem cultura e sem história, descritos nos manuais de análise econômica, não é menos verdade que há uma lógica da produção e do consumo de coisas que excede irremediavelmente aquela da reprodução dos status sociais. Pretender renunciar ao uso da própria noção de mercado, sob o pretexto de que as descrições dos economistas não são suficientemente realistas não resolveria nosso problema. Mais frutífero seria tentar esclarecer, em cada caso, como se articulam a ordem das mercadorias, com base na equivalência, a ordem da lei, com base na igualdade, e a ordem do dom, baseado na paridade (CAILLÉ, 1998:139).

Entre esses dois blocos de argumentos, a conclusão que parece se impor é que a extrema diversidade e variabilidade geográfica e histórica, pelo menos até o processo de homogeneização planetário que está atualmente em curso sob forma da ocidentalização do

mundo - e, portanto, a sua mercantilização, é fundamental para entendermos desenvolvimentos diversos no tempo e espaço do mercado. Alguns pontos do planeta, provavelmente aqueles que estavam acessíveis aos meios de transporte aquáticos, marítimo ou por via navegável, conheceram ou tem conhecido, em graus diversos, de uma forma ou de outra, o mercado auto-regulador, enquanto outros pontos ignoram-no até muito recentemente. Uma parte considerável do planeta tinha até há pouco tempo um conhecimento muito parcial e indireto de todo o planeta. Esta diversidade geográfica é acompanhada de igual variabilidade histórica que vê o mercado às vezes aparecerem e às vezes desaparecerem. Por exemplo, o mercado aparece maciçamente presente no império romano do século II (se estamos a pensar M. I. Rostovtseff). Ele se dissolve, pouco a pouco, e depois mais e mais, nos séculos que seguem, até quase desaparecer. Concomitantemente, as sociedades selvagens e arcaicas não ignoravam o mercado, tanto que eles o combatiam. Tais sociedades constituíam corporações contra o mercado como bem mostrou Pierre Clastres, as chamadas “sociedades contra o Estado”. Esta luta contra o surgimento e o fortalecimento do mercado é atestada em todos os períodos da história, frequentemente com sucesso. No final da Idade Média europeia não é o grande comércio internacional de luxo o nascedouro do mercado moderno, mas sim a aliança dos estados nacionais em gestação, ansiosos de pagar aos mercenários, com os banqueiros e com uma burguesia emergente. As nações-estado e o mercado moderno são co-extensivos (CAILLÉ, 1998:140-141).

É particularmente difícil de arbitrar entre estes dois blocos de teses - menos homogêneos, e entre as quais é possível de imaginar ou de constatar múltiplas inversões de aliança. O próprio Marcel Mauss, no seu famoso ensaio sobre o dom, demonstrou, por um lado, como nas sociedades selvagens e arcaicas, os intercâmbios econômicos não se efetuavam na forma de regateio e de compra e venda, mas sob os dons, obrigatoriamente dados, feitos e restituídos. Porém também escreveu que por detrás destas doações o interesse pessoal está sempre presente e que o mercado é uma instituição que não é estrangeira a nenhuma sociedade humana. Contradição de Marcel Mauss? Mais provável, segundo Caillé, parece ser a hipótese que a realidade é contraditória ou, mais precisamente, constantemente sacudida entre as exigências antiéticas. Se o mercado existe em todas as sociedades humanas, ele apenas se atualiza em algumas e com uma intensidade e de acordo com as modalidades infinitamente variáveis.

Caillé avança em sua reflexão sobre o papel dos mercados no mundo pré-capitalista e capitalista ou pré-moderno e moderno. Contudo, parece-nos conviver com o mesmo equívoco de Polanyi ao considerar a definição de mercado aquela dos mercados modernos ou autorregulados. Polanyi objetivou desmascarar a perspectiva formalista acerca do mercado, mas ao tentar mostrar que este mercado formalista não estava presente no mundo pré-capitalista, toma o mercado autorregulado ou criador de preços como o “mercado”, tendo dificuldade para perceber outras construções ou modalidades de mercado. Sua definição de mercado nasce do mercado moderno, pois ele vê essa instituição somente no mundo capitalista e apresenta brilhantes argumentos para mostrar como este se impõe a partir de uma perspectiva histórica e antropológica. Caillé consegue relativizar no tempo e no espaço a perspectiva polanyiana argumentando em favor de experiências de mercado autorregulado no passado e o papel limitado do mercado autoregulador no mundo capitalista, defendendo outras formas de sociabilidade tão fundamentais quanto aquelas desenvolvidas no interior dos mercados e dos Estados. Este é o seu grande mérito. A dicotomia moderno/tradicional traduzida pela distinção entre as sociedades mercantis pré-modernas, que experimentaram relações de mercado, sem ser capitalista, e a sociedade de mercado moderna; ou entre o mercado moderno e as trocas de comerciantes pré-modernos não é suficiente para entendermos todas as nuances do mercado no tempo e espaço.

Serge Latouche (1998) propõe substituir esta dicotomia binária com a introdução de um terceiro termo: as sociedades sem mercado. Assim propõe uma seqüência ternária: sociedades sem mercado, sociedades mercantis e sociedade do Mercado.

O uso da palavra mercado, para designar trocas concretas limitadas em um determinado lugar e um modo abstrato de circulação centralizada de tudo o que é suscetível de ser desejado, é fonte de confusão por aqueles que defendem o imperialismo da economia. Assume-se implicitamente que qualquer troca é um mercado, se atribui mais ou menos a todo mercado as virtudes do grande Mercado da teoria econômica. Essa extensão abusiva tem a tendência à generalização universal inerente à relação mercantil. Daí a proposta de Latouche de distinguir o *mercado* (ou os mercados com um "m" minúsculo) do Mercado com um "M" maiúsculo. Contrastar em outros termos os mercados concretos, lugares de mercado, reuniões de mercados (segundo a terminologia Arnaud Berthoud) ao Mercado teórico, ao mecanismo Mercado da teoria econômica, a que Caillé chama com citações "a verdadeira economia de

mercado." Esta distinção não é, necessariamente, baseada no fato de que os mercados concretos ignoram a impessoalidade, estejam sujeitos a restrições (nem a terra, nem ao trabalho), seus preços sejam tributados (mesmo se muitas vezes isso venha a acontecer), nem mesmo sobre as limitações geográficas (LATOUCHE, 1998: 148).

O Mercado, este mercado com um grande "M", supõe que todos os homens realizam cálculos sistemáticos de interesse. Por outro lado, se os homens obedecem à lógica utilitarista, necessariamente deve haver Mercado. Cada indivíduo calculista deve estar pronto para negociar tudo o que ele possui (incluindo o seu próprio corpo e sentimentos) e tudo o que ele quer, o encontro vai resultar em todos os leilões. A interconexão dos agentes calculistas fez do Mercado não apenas um lugar central onde os preços são criados, mas um não lugar (uma utopia) onipresente. No caso dos mercados fictícios, não sabemos o que afixou os preços discutidos nem como se fez a centralização. Ele é tudo e não está em nenhuma parte. No entanto, não está menos presente no horizonte das práticas e do trabalho real.

Que a vida social das sociedades modernas é dominada por um conjunto de mercados interconectados e interdependentes é inegável. Certamente, não há mercado (pelo menos não ainda) para tudo, mas a ideia daqueles que defendem o imperialismo do econômico sobre o social é que as áreas não atingidas pelos mercados entrem em conexão com os mercados reais para formar o Mercado. A sociedade de Mercado existe, mesmo se o Mercado auto-regulado seja um mito.

Enquanto algumas culturas parecem não deixar espaço para a troca mercantil e para o mercado, a maioria das sociedades, mesmo as mais primitivas, tem ao lado da troca do dom e da troca social, uma forma de intercâmbio mais "neutra", mais utilitária, mais individual. Os melanésios trobriandeses além do *Kula*, forma cerimonial da circulação de bens nobres, praticam o *Gimwali* ("simples troca econômica de mercadorias úteis"). Esta forma de troca "neutra" pode ser feita entre estranhos ou pessoas que não são ligadas por parentesco ou clã. Em algumas circunstâncias, para certas mercadorias, em alguns lugares, essa relação pode ser feita entre próximos. Estes "lugares de mercado" ou "mercados de encontro" elucidam até certo ponto uma relação "econômica", mas não "natural". Estas trocas tradicionais podem assumir duas formas contrastadas, o comércio de longa distância e o pequeno mercado local. O primeiro é mais parecido com a grande aventura, a pirataria. O segundo concerne aos

alimentos cujos preços são geralmente definidos por costume ou lei. É na maioria das vezes a oferta e procura que se adaptam aos preços e não o inverso. De qualquer forma, por vezes, direta ou indiretamente, em curto ou médio prazo, a oferta e a demanda, e a competição tem um papel na determinação da relação de troca. No entanto, mesmo se há algo próximo da *despersonalização*, o mercado é um *encontro* entre pessoas e não entre duas funções. A barganha é uma relação social com um compromisso entre as partes envolvidas com o fito de se evitar que a despersonalização total não elimine qualquer um dos participantes.

A diferença entre os “lugares de mercado” ou “mercados de encontro” e o Mercado não significa necessariamente a falta de anonimato nas relações mercantis. Os “lugares de mercados” são portadores de uma *força de anonimato* desde suas origens. Sabemos que esta prática descrita por Heródoto, evidenciada por muitos exploradores ao longo dos séculos e praticada até recentemente na Nova Guiné tem fascinado todos os observadores. Lá, o cara a cara é negado. Os objetos são retirados e depositados em segredo. As taxas de câmbio são habituais e variam apenas por buscas cuidadosamente calculadas. A vontade de recusar a relação intersubjetiva é óbvia. De acordo com a fórmula de Mauss, o bem substitui o penhor (garantia, laço). O produtor ignora o consumidor, o vendedor não está preocupado com o comprador. A despersonalização, para uma esfera muito limitada, é mais alargada do que no mercado moderno. Somente os produtos competem em um encontro inusitado. Entende-se que a “solução” do mercado foi escolhida na história sempre que o estabelecimento de um vínculo social era impossível ou indesejável ou o relacionamento anterior estava se tornando insuportável.

A mercantilização também atua sobre os mercados tradicionais, por vezes de forma mais intensa do que no Mercado. Não só os homens e as mulheres são objetos de mercados com a escravidão, mas entre os Hausa, no Níger, uma verdadeira comercialização dos corpos faz parte das atitudes mentais. No entanto, toda a atividade do mercado está voltada para o ritual sacrificial. Pode-se supor que nas cidades mercantis antigas “tudo é comprado e vendido”, mas, diferente do Mercado, esta sociabilidade mercantil se inclina para outra sociabilidade mais essencial e não mercantil, como a religiosa ou altruísta. É a articulação dessas sociabilidades que deve ser interrogada.

Diante das questões levantadas por Caillé e Latouche sobre a tipologia das sociedades mercantis, prender-se ao debate entre formalistas e substantivistas é empobrecer o debate, pois as sociedades pré-capitalistas apresentam uma diversidade muito grande de trocas, com características diversas. A perspectiva ternária de Latouche nos parece mais frutífera na medida em nos auxilia a caracterizar os diferentes tipos de mercados em sociedades pré-capitalistas e sua relação com o comércio.

BIBLIORAFIA

CAILLÉ, A. Notes sur la question de l'origine du marche et de sés rapport avec la démocratie. In: MAUCOURANT, J.; SERVET, J.M.; TIRAN, A. **La modernité de Karl Polanyi**. L'Harmattan: Paris, 1998.

LATOCHE, S. Le concept de marche. Sociétés marchandes et société de marches. In: MAUCOURANT, J.; SERVET, J.M.; TIRAN, A. **La modernité de Karl Polanyi**. L'Harmattan: Paris, 1998.

MAUCOURANT, J. **Avez-vous lu Polanyi?** Flammarion: Paris, 2011.

POLANYI, Karl. **A grande transformação: as origens da nossa época**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

POLANYI, K.; ARENSBERG, M.; PEARSON, H.W. **Comercio y mercado en los imperios antiguos**. Tradução de Alberto Nicolás. Barcelona: Labor Universitaria, 1976.

POLANYI, K. **The livelihood of man**. New York; San Francisco; London: Academic press, 1977.