

Christian Geffray tinha uma formação teórica profunda e diversificada em vários domínios do saber académico-científico; um saber dinâmico e articulado com as preocupações do cidadão comprometido, que o iam conduzindo para terrenos e objectos de investigação antropológicamente inovadores.

O primeiro trabalho de campo – entre 1981 e 1983 – foi desenvolvido entre os Makhwas do Norte de Moçambique. É com base nesta sua longa estadia que elabora a sua tese de doutoramento em torno da problemática do parentesco matrilinear e escreve o famoso livro *Ni père, ni mère. Critique de la parenté chez les Makhwa* (Paris, Le Seuil, 1991; Lisboa, Caminho, 2000) expondo com vigor, subtilidade e grande coerência um novo modo de compreender e analisar a Antropologia do Parentesco.

A situação de guerra, que então se vivia em Moçambique, muito particularmente naquela região, alertou-o para um novo objecto de estudo antropológico: a guerra na óptica dos que a sofrem, longe dos poderes que a decidem e a sustentam – a Frelimo e a Renamo. O seu livro *La cause des armes au Mozambique. Anthropologie d'une guerre civile* (Paris, Karthala, 1990; Porto, Afrontamento, 1991) revelou-se crucial para a avaliação e compreensão, nacional e internacional, das componentes, interna e externa, daquele interminável e devastador conflito armado.

A eficácia académica e cívica da sua experiência no Norte de Moçambique, aliada à sua coragem, quer humana, quer científica, levam-no a outro terreno – a região amazónica do Brasil – onde estuda (também numa longa estadia) temas tão complexos como a morte, a violência e o narcotráfico, inseridos no entramado de relações de dominação paternalista e capitalista. O seu livro, *Chroniques de la Servitude en Amazonie Brésilienne* (Paris, Karthala, 1995) faz a análise dos dados aí recolhidos, mostrando qual a lógica real e simbólica das relações paternalistas dominantes numa sociedade.

Tendo regressado a França, Christian Geffray abre um parêntesis de reflexão teórica para aprofundar temas e fenómenos sociais anteriormente observados, escolhendo como grelha de análise o esquema analítico de Lacan. Todo um programa de Antropologia Analítica começa então a emergir, sendo os seus dois últimos livros publicados – *Le Nom du Maître. Contribution à l'Anthropologie Analytique* (Paris, Arcanes, 1997) e *Trésors. Anthropologie Analytique de la Valeur* (Paris, Arcanes, 2001) – o mais claro testemunho da excelência científica desse programa.

Infelizmente a morte súbita de Geffray no dia 9 de Março de 2001 fechou o parêntesis desta rica e promissora produção científica a que já nos tinha habituado.

Este artigo-recensão é motivado por dois acontecimentos simultâneos mas de natureza muito diversa: o desaparecimento prematuro e chocante de um amigo, o antropólogo Christian Geffray e a publicação do seu último trabalho *Trésors. Anthropologie Analytique de la Valeur* (Strasbourg, Éditions Arcanes, 2001). A minha homenagem ao colega-amigo e à excelência do seu trabalho.

O livro:

Trésors. Anthropologie Analytique de la Valeur.

Trata-se de um curto ensaio antropológico¹ de 186 páginas, onde Geffray analisa o que de mais substantivo pode caracterizar uma sociedade: os seus valores.

Neste livro, o autor demonstra o grau de maturidade intelectual e de experiência de terreno necessários para poder mergulhar até às profundezas da cultura humana e atingir o patamar – apenas reservado aos sábios – a partir do qual se torna visível o núcleo das semelhanças e das diferenças que definem a matriz cultural de uma sociedade e revelam o sentido que os homens imprimem aos seus comportamentos socioculturais.

As preocupações que orientam a reflexão de Christian Geffray inserem-se num quadro de questões universais sobre as quais filósofos, economistas, sociólogos, antropólogos, linguistas, psicanalistas – muitos deles convocados por Christian Geffray nas páginas deste livro – deram, recorrentemente, os seus mais brilhantes contributos. Como eles, o que Geffray se propõe é compreender e fazer compreender a lógica do valor, dos valores, que polarizam a vida social: o valor dos homens e o valor dos objectos, isto é, de um lado, a honra, a fidelidade, a aliança, a palavra livre, verdadeira, a dádiva e a generosidade...e, do outro lado, o cálculo, o interesse, o contrato, a dúvida, a mercadoria...

Para Geffray, esta «oposição» de valores – para além das formas que possam assumir no espaço e na história das sociedades «é um traço universal da vida social...; o seu princípio escapa à História, pois está associado às leis da linguagem e da palavra».

A lógica desta oposição de valores afecta, ontem como hoje, todos os homens; o Homem experimenta, sem confusão, dois tipos de constrangimentos: o constrangimento da honra e da fidelidade e o constrangimento do interesse e do cálculo; o constrangimento do valor dos sujeitos e o constrangimento do valor dos objectos.

O enquadramento metodológico escolhido para elaborar e desenvolver a sua «Antropologia Analítica do Valor» está centrado na *estrutura lacaniana do discurso*; discurso entendido, obviamente, como relação social.

¹ Os comentários que aqui são feitos a esta obra resultam de uma leitura atenta, mas desapaixonada feita em circunstâncias pouco propícias – as da morte súbita de um amigo. O livro está dividido em duas partes que se complementam: uma primeira parte organizada em três capítulos (1. A morte; 2. A dádiva; 3. A mercadoria); uma segunda parte intitulada «Estudos antropológicos». Os dois primeiros estudos aprofundam a reflexão do primeiro capítulo da primeira parte, consagrado à morte. O terceiro estudo retoma o debate académico de Mauss e M. Sahlins sobre o «hau» maorí e sobre a problemática do sentido da dádiva. O quarto e último estudo está consagrado à moeda, ilustrando a reflexão feita na primeira parte sobre a mercadoria.

As notas de leitura que me permitiram elaborar os comentários aqui deixados foram retiradas apenas da primeira parte do livro. Trata-se, pois, de um conjunto de ideias – decalcadas materialmente daquelas notas – que têm como único objectivo deixar o testemunho das qualidades ímpares deste conjunto de reflexões sobre temas e problemáticas antropológicamente inesgotáveis: Originalidade; Excelência; Complexidade.

A formalização desta estrutura baseia-se nos seguintes dispositivos: a) duas pessoas (pelo menos) em situação discursiva – A e B; b) quatro posições invariantes entre A e B – agente, referência, verdade e produção do discurso.

O agente do discurso não é a pessoa que emite o discurso mas *aquilo* que permite que o discurso seja operativo para a pessoa que o recebe, de forma que uma relação social seja estabelecida entre A e B. Assim, a referência do discurso não é a pessoa a quem o discurso vai dirigido, mas *aquilo* sobre o que o discurso se torna eficaz. A verdade do discurso é *o que* verdadeiramente está em causa no discurso e na pessoa que o emite. A produção do discurso é *o efeito* gerado pelo discurso na pessoa que o recebe.

O esquema lacaniano proposto por C. Geffray tem a seguinte configuração:



A análise que Geffray irá desenvolver com base nesta estrutura-esquema consistirá em definir as variáveis que estão presentes nos diferentes estudos de caso que ele nos apresenta no seu ensaio; estas variáveis – uma vez descobertas e definidas – serão distribuídas pelas quatro posições do esquema, de forma a validar a coerência de todo o conjunto.

1. A morte entre os índios Yanomani

Os dados que irão ser objecto de análise neste primeiro estudo foram retirados dos relatos biográficos de Helena Valero em torno da morte entre os índios Yanomani.

Por entre as muitas recordações que Helena Valero – raptada pelos Yanomani em 1939, quando tinha apenas 11 anos de idade – transmite a um etnólogo italiano (Ettore Bioca) sobre a sua experiência de vida, partilhada durante 22 anos com os seus próprios raptadores, destaca-se a ocorrência de três mortes de guerreiros; trata-se de identificar o sentido e o significado dessas mortes, fazendo apelo aos ingredientes e procedimentos discursivos (relações sociais) em que essas mortes se inscrevem.

Como introdução aos relatos das três mortes, Geffray selecciona uma primeira situação dramática em que é envolvida a própria Helena Valero poucos meses depois de ter sido raptada. Uma pequenita, ao cuidado da jovem branca morre envenenada por ter ingerido substâncias de que Helena desconhecia a toxicidade.

A mãe da bebé, depois de ter constatado a morte da filha, fixa Helena e começa a gritar, exortando os homens do grupo, ali presentes, a matá-la, numa longa e violenta lamentação: – «*Matem, matem a filha do branco... se vocês não a matam, eu direi que*

vocês não são waiteri [que vocês têm medo da morte, que vocês não são valorosos]».

Os homens, não suportando a «dúvida» sobre a sua coragem face à morte, preparam as flechas e uma delas atravessa a perna da jovem branca.

O chefe do grupo, ausente na floresta durante as cenas que se passaram na aldeia, regressa e encontra a jovem ferida e doente. Ao tomar conhecimento do ocorrido, exclama com fúria incontida, dirigindo-se aos homens da aldeia: – «*Por que é que a querem matar? ... Se vocês a matarem esta noite, eu próprio vos matarei. Ela não tem pai nem mãe que a defendam... Vocês que são waiteri vão mas é caçar javalis na floresta*».

Toda a argumentação contida nos dois discursos a favor e contra a morte de Helena Valero gira em torno de um único eixo: a coragem de matar e de ser morto, isto é, de se comportar como um *waiteri*, o homem sem medo da morte, pois a morte é prova da sua coragem e do seu valor face a alguém que tem dúvidas em relação a tais atributos.

No primeiro enunciado «se vocês não a matam, eu direi que vocês não são *waiteri*», apenas ficou explícito um dos termos da argumentação: dar a morte.

No segundo enunciado, o chefe utiliza um duplo argumento – dar e receber a morte: «*Se vocês matam a pequena branca – sem que ninguém a defenda – poder-se-á pensar que vocês têm medo da morte que alguém vos pudesse infligir*».

Foi este último enunciado que evidenciou o valor subjectivo de um verdadeiro *waiteri*, de um homem de valor, capaz de dar e de receber a morte: «*A sua palavra [do chefe] adquiriu força de lei, porque pôs a sua própria vida na balança do julgamento*».

Mas por que é que o crédito social é concedido de preferência à palavra daqueles que não têm medo? E por que é que o objecto do medo e da sua superação é a morte e não outra coisa qualquer?

Para responder a estas questões, Christian Geffray vai seleccionar três cenários de morte entre os Yanomani relatados por Helena Valero: a morte de Rohariwe (chefe dos Chamatari); a morte de um jovem, irmão do chefe Rachawe; a morte de Rachawe.

As circunstâncias e os procedimentos que envolvem estas três mortes testemunhadas por Helena provocam no leitor fortes sentimentos de repulsa pela violência com que são executadas e, ao mesmo tempo, de admiração, dadas as motivações sociais (a honra e a coragem) que estão na base destes cruéis acontecimentos, independentemente de quem é a vítima ou o agressor.

Os cenários das mortes testemunhadas por Helena Valero e a dualidade de sentimentos despertados são verdadeiramente intrigantes:

- Que motivações são essas que nos impedem de falar de homicídios, de crimes ou de simples execuções?
- Por que razões estes homens não fogem à morte indo, pelo contrário, à frente dela?
- Em nome de quê ou de quem estes índios Yanomani escolhem, de facto, a fatalidade de um destino tão radical – dar e aceitar a morte?

São estas e outras muitas questões de que Geffray parte para encontrar o verdadeiro sentido da morte entre os índios Yanomani.

a) Uma primeira hipótese de interpretação, rapidamente rejeitada por Geffray, seria «a integridade da existência social do grupo»; a população de um agrupamento índio (chapouno) cujo chefe fosse fraco (tivesse medo) estaria exposta à dispersão dos seus membros, que iriam engrossar outros grupos, conduzidos por um outro chefe, reconhecidamente valoroso e sem medo.

A relação entre a existência social do grupo e a reputação do seu líder é pertinente, mas no caso concreto dos Yanomani o autor do ensaio prefere avançar outra hipótese mais complexa e profunda.

b) A hipótese formulada por C. Geffray é a de que «as vidas desses homens só poderiam ser sacrificadas, para salvaguarda do valor da sua palavra», ao crédito associado à palavra. Que palavra?

Geffray lembra-nos o enunciado genérico da suspeita que põe em relação estreita o medo e a palavra: «*Se tu não és capaz de matar ou de receber a morte, alguém poderá pensar que tens medo*». Ora quem tem medo, tem dificuldade em falar verdade. Compreende-se que quem tem medo de morrer possa mentir para fugir à morte e preservar a vida. A palavra tem de estar livre de qualquer constrangimento para ser digna de fiabilidade.

O problema é, contudo, mais complexo: a verdade da palavra não tem tanto a ver com a «veracidade» dos factos como com a «fidelidade» de um sujeito relativamente aos compromissos sociais com os outros. A verdade da palavra está em causa, apenas, quando essas palavras são dirigidas a alguém de quem se espera confiança, isto é, possa ter fé naquelas palavras.

É pois em torno da fiabilidade da palavra que as mortes observadas por Helena começam a fazer sentido: «*Se eu não sou capaz de dar-receber a morte, ninguém acreditará em mim*», isto é, a minha palavra não terá valor algum e o meu ser subjectivo esvaçar-se-á. Os homens de valor, os valorosos, os *waiteri*, dispostos a matar e a ser mortos, são homens cuja reputação contém os seguintes atributos: 1) não têm medo; 2) logo, a sua palavra é livre; 3) logo, a sua palavra é fiável.

c) Dos três atributos, o primeiro – o medo – que desencadeia a lógica de todo o raciocínio, é o que mais fragilidade conceptual e metodológica denota. Na verdade, uma coisa é não ter realmente medo e outra, muito diferente, é mostrar e fazer crer que não se tem medo.

A admiração e o respeito que os *waiteri* despertam não dependem da ausência do medo real – aliás indemonstrável – que eles reivindicam, mas «do preço que estão dispostos a pagar para fazer crer que eles não têm efectivamente medo».

Ora esse preço é a morte e assim acontece entre os guerreiros Yanomani, mas a constatação dessas mortes não obriga de facto a que alguém tenha de acreditar que os *waiteri*, matando ou recebendo a morte, são homens «sem medo». A existência ou ausência deste sentimento é, na realidade, o que menos importa. Nas palavras de Christian Geffray, o mais sensato será «ficar com a ideia de que estes homens estão dispostos a morrer, não porque eles não têm medo, mas para que os outros acreditem que eles não têm medo, que são homens sem medo».

Precisando ainda mais a questão do medo, Geffray introduz um novo conceito, preparando assim a conclusão analítica de acordo com os pressupostos lacanianos já atrás anunciados: trata-se do conceito da «dúvida e do seu recalçamento».

O objectivo pretendido pelos *waiteri*, ao demonstrar a sua total disponibilidade face à morte, dando-a e recebendo-a, «não é tanto provar a sua ausência de medo, quanto provocar o recalçamento da dúvida – sempre latente – em torno do seu não-medo».

Ora a dúvida dos outros é o nome dado ao desejo de saber; saber se os *waiteri* são corajosos e se a sua palavra é fiável. Neste sentido, cada morte dada ou recebida seria reveladora do sucesso desse recalçamento da dúvida, contribuindo, em consequência, para o aumento da fé dos outros no seu valor de homens sem medo.

Os *waiteri* são homens como os outros, isto é, homens com medo de morrer; daí a dúvida, sempre latente, sobre o seu não-medo. O recalçamento dessa dúvida permitiria, ao contrário, que ninguém duvidasse de que «eles estivessem dispostos a pagar o preço máximo [morrer] para dar a entender [fazer crer] que não tinham medo de morrer [e morriam mesmo]». É aí que reside, conclui Christian Geffray, a causa real do crédito que um homem valoroso consegue conquistar; o sucesso dessa operação de recalçamento induzido em torno do «ter medo» pressupõe que o sujeito tenha consciência das consequências da «injunção genérica» do enunciado «se tu não és capaz de matar-morrer, ninguém poderá acreditar em ti».

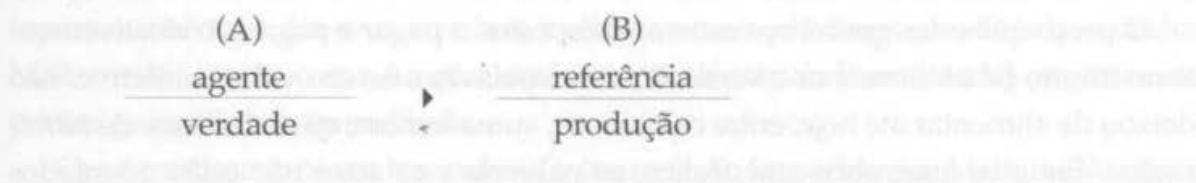
Recapitulando, os dispositivos analíticos utilizados por C. Geffray na interpretação das três mortes relatadas por Helena Valero são: a) a dúvida socialmente partilhada sobre o medo de um *waiteri*; b) a prova da ausência de medo – a morte dada ou recebida; c) o sucesso da operação, isto é, a transformação nos outros de uma dúvida partilhada numa fé social no valor e na verdade da palavra do sujeito *waiteri*.

O que desde logo chama a atenção é a eficácia do dispositivo da morte, como prova da ausência de medo, quando, na verdade, ninguém ignora – *waiteri* e população – que o medo existe aquém e além de qualquer prova. Para esclarecer este obstáculo, o raciocínio de Geffray torna-se mais subtil e exigente, introduzindo-nos num espaço absolutamente simbólico: «o sentido da morte».

d) De que morte se trata e qual a sua verdadeira função? Sigamos, passo a passo, a análise do autor.

1. O sujeito *waiteri* e os outros vivem divididos entre a dúvida do medo e a prova do não-medo.
2. Consumada a prova exigida do não medo, a dúvida transforma-se em fé socialmente partilhada.
3. A morte – como prova – não é uma morte imaginária: não é uma morte que resulta simplesmente de um acto violento e agressivo ou a morte como limite absoluto e real acima do qual nenhum ser humano se pode situar.
4. A morte aqui analisada não é mais do que «um preço» a pagar pelo sujeito para testemunhar o seu valor, a verdade da sua palavra; essa morte é o «significante» do valor subjectivo, uma morte que para os sujeitos que a dão e a recebem não constitui o limite absoluto, pois ela é ultrapassada e ultrapassável (simbolicamente) pela própria capacidade subjectiva de a dar e de a receber.
5. «A morte real – conclui Geffray – não parece comandar nem orientar a palavra dos *waiteri*». O verdadeiro objectivo dos *waiteri* é, antes de mais, administrar a prova, dando e recebendo a morte. A morte aqui considerada não é nem a morte real nem a morte imaginária «mas apenas a morte-preço, a morte-caução simbólica, a morte-significante do valor do sujeito».
6. Os efeitos simbólicos pretendidos pelo sujeito são conseguidos: afastam as dúvidas dos outros e viabilizam a fé, a comunidade de crentes, o laço social. A morte como significante assume um significado: o significado de «que não existe bem mais precioso para o sujeito do que a sua palavra, nem mesmo a vida, a sua própria vida».

Analisados e interpretados os diferentes fragmentos da vida social Yanomani em torno da morte, resta ao autor ordená-los, segundo o esquema laciano proposto:



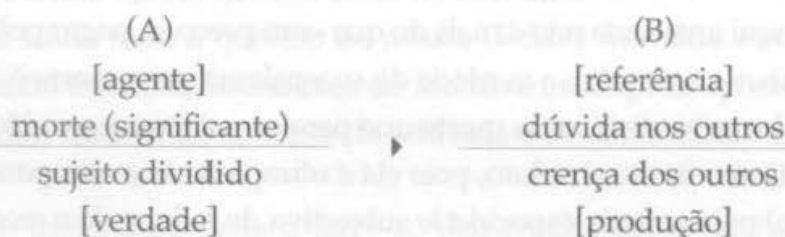
Nas três situações de morte analisadas a *referência* do discurso dos três guerreiros era a *dúvida* dos outros sobre o seu medo, a dúvida no valor da sua palavra e no seu valor como sujeitos.

Na posição de *verdade* sobre a qual incide a dúvida, aparece logicamente o *sujeito dividido* entre o medo e o não medo.

A reacção dos três sujeitos perante as dúvidas levantadas em torno do seu valor teria de ir no sentido da neutralização eficaz e radical daquelas dúvidas. Como? Fazendo intervir o *dispositivo da morte* como único significante do valor subjectivo (posto em causa pelos outros). É este *significante* (a morte) que irá ocupar a posição de *agente* do discurso, tendo, como função simbólica, restabelecer a fé na palavra e no valor do sujeito.

Toda a *produção* efectiva do discurso materializar-se-á no *surgimento da fé, da crença dos outros* na verdade do discurso do sujeito; uma fé, sempre provisória, sujeita portanto a operações sucessivas (mortes dadas) com o fim de renovar e confirmar essa fé até à morte do próprio sujeito (morte recebida).

O esquema laciano teria então a seguinte composição:



Num curto epílogo, o autor generaliza esta interpretação, tomando como referência a extraordinária temeridade dos guerreiros ameríndios, abundantemente divulgada por filmes, romances, relatos e testemunhos; do ponto de vista dos europeus colonizadores, a temeridade dos guerreiros, quer nos planaltos norte-americanos, quer nas baixas terras do Amazonas, era incompreensível; estes guerreiros não possuíam, na opinião dos conquistadores, qualquer sentido tático.

Segundo Pierre Clastres a dita temeridade dos guerreiros corresponderia simplesmente à norma comum dos guerreiros: «*ser guerreiro é ser para a morte*». Mas para que esta seja bem compreendida, será necessário reconhecer, como sugere Christian Geffray, que «a morte do guerreiro tenha a função simbólica de dar crédito à sua palavra; o valor da sua palavra seria a causa do *martírio* do sujeito engajado nestas situações».

O preço que estes guerreiros estavam dispostos a pagar e pagavam efectivamente no intuito de testemunhar a verdade na sua palavra e no seu valor subjectivo, não deixou de alimentar até hoje, entre os brancos, «uma lembrança de horror e de admiração». Entre os guerreiros ameríndios, as palavras e os actos não estão orientados «pela fuga à frente da morte, mas pelo contrário, eles confrontam-se com a morte para ser outra coisa que *seres para a morte*, isto é, outra coisa que *seres mortais*».

2. A dádiva

O segundo estudo de caso reporta-se à dádiva e tem como referência dois estudos antropológicos bem conhecidos. A troca *kula* (enunciada por B. Malinowski) e o cenário de um restaurante no Sul da França, a propósito da reflexão de C. Lévi-Strauss sobre «o princípio da reciprocidade» contido na sua obra *As Estruturas Elementares do Parentesco*.

2.1. O *kula*

A hipótese de interpretação proposta por Christian Geffray é a de que «o exercício da dádiva [entre Trobriandeses] responde a uma preocupação idêntica àquela que preside à circulação da morte entre os Yanomani e inscreve-se na mesma estrutura discursiva». À primeira vista é difícil antever qualquer relação de analogia entre a função simbólica da morte e a função simbólica das conchas circulando entre os melanésios. Trata-se, portanto, de uma interpretação e de um vocabulário que o próprio Malinowski acharia estranhos, muito embora os objectivos e o ponto de partida sejam muito idênticos nos dois autores: «Compreender aquele misto de medo e de ardor intenso, quase agressivo, que Malinowski observava em 1915, no momento da chegada de uma enorme frota de cerca de 50 canoas para iniciar o ritual da troca *kula* com uma tribo estrangeira, após uma centena de milhas de viagem (2 ou 3 dias) por alto-mar».

Todos estes homens imbuídos de «ferocidade e medo» não tinham, na verdade, chegado à praia para combater, mas para trocar conchas no quadro do ritual *kula*; conchas que, embora talhadas e polidas, configurando vistosas pulseiras e braceletes, «não tinham qualquer valor utilitário». A interpretação analítica de Geffray sobre o comércio *kula* parte de uma constatação que os materiais etnográficos recolhidos por Malinowski lhe permitem sublinhar: o medo e a sedução do outro.

De acordo com esses materiais, o medo dos Trobriandeses face aos habitantes das outras ilhas (no caso em estudo os Dobu) era um medo atávico: «O homem Dobu não é como nós; ele é feroz e canibal; quando vimos a ilha Dobu, nós temos medo deles; eles podem matar-nos».

Os comentários de Malinowski a propósito deste tipo de medos são de âmbito geral propondo que «para um autóctone, qualquer estrangeiro [desconhecido] é um inimigo e que um muro de desconfiança, de preconceitos negativos e de inimizade latente separa o autóctone dos seus vizinhos, mesmo os mais próximos...». «O *kula* – conclui Malinowski – teria, como função, desfazer este obstáculo [hostilidade] em diversos pontos geográficos bem precisos...».

Ora é precisamente em torno desta interpretação fornecida por Malinowski que a tese de Geffray se irá enxertar, ampliando os seus termos e o seu conteúdo: «A dádiva não tem, provavelmente, outra razão senão a de produzir e gerar confiança exactamente como a morte entre os Yanomani». Geffray, para ser mais preciso, identifica, desde logo, o muro da desconfiança com a dúvida; transpor o muro da desconfiança entre os Trobriandeses adequa-se perfeitamente ao recalçamento da dúvida entre os Yanomani; em ambos os casos o objectivo é o mesmo: gerar a confiança no outro.

A hipótese da analogia entre os dois processos, começa a fazer sentido. Para tornar consistente esta analogia e fundamentar a interpretação analítica, o autor sublinha em primeiro lugar o grande número de procedimentos de «aproximação» que os Trobriandeses desenvolvem quando se dirigem à ilha Dobu e que Malinowski regista sem se aperceber da sua dimensão de «pré-requisitos» do sucesso *kula* com os habi-

tantes Dobu. Trata-se, segundo Christian Geffray, de procedimentos e práticas manifestando medo e ao mesmo tempo desejo de seduzir o outro (os Dobu). Estes procedimentos são: rituais de salvaguarda contra a hostilidade Dobu; rituais de oferta de prendas, bens não preciosos; conjunto de invocações.

Em qualquer destes procedimentos os objectivos visados são claros: afastamento das hostilidades e promoção da sedução com vista ao sucesso da troca *kula*. É sobretudo ao nível das invocações que Geffray vai encontrar as referências necessárias para a sua interpretação analítica do *kula*.

Começa por nos propor uma distinção entre invocações de salvaguarda contra o medo e invocações de sedução a favor da confiança.

Nas invocações de «salvaguarda contra o medo», o autor entrevê «um apelo inquieto em direcção ao outro, cujo enunciado poderia ser o seguinte: eu não quero acreditar que algum mal poderia vir do nosso encontro». Nas invocações de sedução, o sentido seria o de antecipar a existência de um apelo idêntico pressentido no outro, cujo enunciado poderia ser: «Não acredites que eu possa ser um mal para ti, ou, tem fé em mim quando eu digo que sou um bem para ti».

Para além das invocações e do sentido ou sentidos globais nelas contidos, Geffray apercebe-se de que o recital de invocações inclui recorrentemente «uma exortação metafórica» cujo objectivo final seria revelar a verdadeira função de todo o processo encantatório: «pulverizar o muro da desconfiança».

Esta interpretação do autor parece tornar-se tanto mais pertinente quanto – na sequência do texto de Malinowski – o primeiro ponto a ser visto no horizonte pelos Trobiandeses na sua longa travessia por alto mar em direcção à ilha Dobu é precisamente a Montanha Dobu, a mesma montanha mencionada na exortação, a montanha representando os Dobu e o seu espírito.

O enunciado concreto da exortação referindo o teor da metáfora da montanha é: «Eu pontapearei a montanha; a montanha mexe, a montanha desmorona-se..., a montanha exulta, nós afrontamos a montanha no *kula*».

Os comentários interpretativos de Christian Geffray a propósito da «exortação metafórica» são esclarecedores:

- a) «No instante em que cada trobiandês pronuncia a exortação, fica habilitado a tomar de assalto o muro da desconfiança que o separa dos Dobu»;
- b) «O trobiandês está disposto a atacar a dúvida e a hostilidade dos Dobu»;
- c) «O trobiandês vai destruir essa montanha que cairá e já não lhe poderá fazer mal»;
- d) «A montanha ficará inofensiva, ficará encantada e seduzida de tal maneira que ela própria exultará e dará pulos de entusiasmo»;
- e) «A dúvida e a desconfiança do outro terão desaparecido, a sua hostilidade abolida e pulverizada pelo seu charme»;
- f) «A montanha abrir-se-á deixando aparecer a jóia preciosa desejada pelo trobiandês».

Concluindo a exegese, a jóia na montanha não é outra coisa que a fé dos outros nele; e os objectos que irão significar a fé dos Dobus nos Trobiandeses não são outra coisa senão as conchas *kula* oferecidas pelos Dobu. Os Dobu, de inimigos ferozes, passaram a ser amigos. A prova desta reconversão ficará materializada nos objectos – conchas que irão ficar depositados no fundo das canoas dos Trobiandeses.

A partir de todos estes elementos não resulta difícil reconstituir a estrutura discursiva que Christian Geffray tinha proposto, provando a analogia existente entre as funções simbólicas da dádiva (Trobiandeses) e da morte (Yanomani).

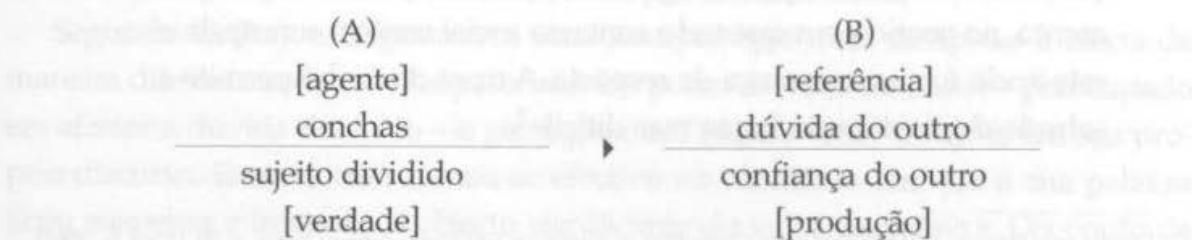
A morte é substituída pela dádiva das conchas ocupando no esquema laciano a mesma posição de «agente». Efectivamente, no mesmo instante em que o receio da morte é mais temido, intervém a dádiva das conchas. São as conchas – objectos sem nenhum valor material – que desfazem as dúvidas relativamente aos temidos Dobu. São as conchas que selam uma aliança com os outros, os estrangeiros, os Dobu; uma aliança que deverá ser sucessivamente reactualizada e reproduzida pelo ritual *kula*.

A função simbólica das conchas imprime nelas o verdadeiro significante do valor subjectivo dos Trobiandeses e dos Dobus, isto é, dos sujeitos e dos outros. O processo consiste em transpor a dúvida (a hostilidade) e criar a confiança; a operação consuma-se pondo a circular a dádiva e a contra-dádiva, as conchas recebidas e dadas, as pulseiras e os colares, ambos carregados de história, de itinerários próprios, quase biográficos.

Razão tinha Malinowski ao concluir que «a passagem de mão em mão de objectos sem valor material algum torna-se a base de uma vasta instituição intertribal... O *kula* é a expressão mais alta e espectacular da ideia de valor».

Christian Geffray termina este estudo de caso, verificando as posições das diferentes variáveis no esquema laciano, tal como as suas hipóteses previam, isto é, provando a analogia entre a estrutura discursiva sobre a morte entre os Yanomani e a estrutura discursiva no *kula*.

Assim, as conchas – significante do valor – ocupariam a posição de «agente»; o sujeito – os Trobiandeses – ocupariam a posição de «verdade»; a dúvida – desejo de saber – do outro, ocupariam a posição de «referência»; a confiança do outro ocuparia a posição de «produção».



2.2. Num restaurante do Sul de França: a dádiva do copo de vinho

Um dos pré-requisitos do espírito da dádiva é a reciprocidade; o procedimento a respeitar no exercício da dádiva é que a coisa dada esteja «à altura» da coisa recebida e vice-versa. Malinowski descreveu e comentou abundantemente este pré-requisito da reciprocidade no *kula*. Christian Geffray, talvez no intuito de alargar as dimensões desta questão para além ou para aquém do exotismo do *kula*, toma como referência etnográfica um caso vulgar de reciprocidade descrito e analisado por Lévi-Strauss na sua obra *Estruturas Elementares do Parentesco* (capítulo V, «O princípio de reciprocidade»).

A reflexão de Lévi-Strauss sobre o princípio da reciprocidade, na opinião de Geffray, situa-se nas proximidades da sua tese, muito embora os argumentos e os princípios analíticos sejam bem diferentes em ambos autores.

Muito concretamente, a interpretação da instituição social da dádiva deriva, na opinião de Geffray, da lei universal da palavra que consiste num apelo mútuo entre dois interlocutores, face à dúvida, também mútua, sobre a verdade da palavra de cada um.

Lévi-Strauss demonstra a universalidade do princípio da reciprocidade reportando-a às «estruturas mentais do inconsciente colectivo» sem se aperceber da forte ligação da reciprocidade com o exercício da palavra, tal como Geffray pretende provar.

O cenário etnográfico descrito por Lévi-Strauss é simples e até anódino: trata-se de duas pessoas acidentalmente sentadas à mesma mesa num pequeno restaurante, algures no Sul de França. A certa altura, um dos indivíduos toma a iniciativa de servir, da sua garrafa, um copo de vinho que oferece ao outro, sendo que este dispõe de uma garrafa idêntica, pois o vinho está incluído no prato do dia que ambos tinham escolhido.

Christian Geffray faz questão de expor os primeiros comentários de Lévi-Strauss, a partir dos quais todo o seu raciocínio analítico se irá desenvolver. Assim, e a propósito da cena dos dois convivas, Lévi-Strauss comenta:

«Um conflito, sem dúvida não muito agudo, mas real, o que basta para criar um estado de tensão, existe num e noutro, entre a norma da solidão e o facto da comunidade [...] A distância social mantida, mesmo se não for acompanhada de nenhuma manifestação de desdém, insolência ou agressão, é por si só um factor de sofrimento, no sentido em que todo contacto social contém um apelo e este apelo é uma esperança de resposta. A troca do vinho permite a solução dessa situação fugaz mas difícil»².

² Claude Lévi-Strauss, 1976. *As Estruturas Elementares do Parentesco*. São Paulo, Editora Vozes, p. 99, (1ª ed. fr., 1967).

O primeiro ponto que Geffray destaca, sem demora, neste texto de Lévi-Strauss, é a presença dos termos «apelo» e «resposta», o que lhe permite situar a cena no quadro de um procedimento de «interlocução» entre dois desconhecidos e abordar a sua própria interpretação analítica.

Na falta de qualquer sinal exterior que possa identificar qualquer das duas personagens, ambos ressentem o mesmo embaraço e incerteza sobre os pensamentos e opiniões de cada um sobre cada qual. É esta incerteza, dúvida, ignorância que trava as iniciativas e evita os apelos e as respostas imediatas e espontâneas (com medo de não acertar), provocando assim um desenlace indesejado. Cada conviva está como que amarrado a uma «impossibilidade radical» de garantir *a priori* a validade ou legitimidade da palavra pronunciada pelo outro, quer em termos de «apelo», quer em termos de «resposta».

Geffray imagina o conteúdo desse «apelo» não dito entre desconhecidos sentados à mesma mesa: «Que prova (ou garantia) posso eu ter (e dar) de que nada de mal sobrevirá do nosso encontro ou de que sou bom para ti e tu és bom para mim?».

No fundo, o que está em causa – acrescenta – «é o desejo de saber qualquer coisa sobre o valor de um desconhecido, é a desconfortável recorrência da dúvida sobre o valor da palavra».

O que ambos exigem e esperam, em consequência, é uma prova, uma garantia contra as dúvidas, os receios e os medos mútuos que os paralisam. Esta paralisia radical e desconfortável precede – segundo Lévi-Strauss – qualquer exercício da dádiva.

A ansiedade, focalizada por Lévi-Strauss, não parece ter muito a ver com as intenções que alguém atribui, imaginariamente, ao outro, mas com a «natureza da palavra»: com a inexistência de garantias reais e com a impossibilidade de produzir qualquer outra garantia que não seja uma garantia simbólica. As palavras são o que são, e aos apelos feitos com palavras não se pode responder com simples palavras, por muito bem intencionadas que elas sejam. As palavras necessitam de provas, necessitam de ser significadas. A ansiedade é sentida por qualquer sujeito a quem falem as cauções simbólicas à sua palavra e à do outro. O sujeito tem de significar, dar a prova, necessariamente simbólica, do seu comprometimento com a sua boa palavra.

No caso dos convivas do restaurante há como que um parêntese de palavras para deixar intervir o objecto simbólico: o vinho trocado.

Segundo Lévi-Strauss «o gesto» do vinho dissipa a incerteza recíproca, substituindo a justaposição de dois desconhecidos por um laço social.

Segundo Geffray esse gesto tem uma interpretação mais complexa e afecta de maneira diferente cada um dos parceiros. Do ponto de vista do dador – preocupado em afastar a dúvida do outro – o gesto gera um vínculo entre o sujeito e o seu próprio discurso. Esse vínculo tornou-se efectivo no momento em que a sua palavra ficou suspensa e interveio o objecto significante do valor da palavra. Do ponto de vista do recebedor – imbuído da dúvida em torno da verdade da palavra do sujeito

– o gesto da dádiva do vinho teve o efeito de ruptura do vínculo entre ele próprio e o seu próprio desejo de saber (a dúvida: o sujeito diz a verdade ou mente?).

Se a operação for bem sucedida, este desejo de saber (a dúvida) é recalçado sob a censura exercida pela dádiva significativa da verdade do seu interlocutor.

Recebida a prenda, o desejo de saber desaparece para dar lugar à confiança no valor do dador, agora amigo. O sujeito torna-se, finalmente, um bem para o outro, um bem representado simbolicamente pela prenda do vinho que é posto a circular entre quem dá, quem recebe e quem retribui, transformando a dúvida em confiança.

Como no caso da dádiva na troca *kula*, pode-se concluir que a estrutura do discurso é idêntica: a dádiva ocupa a posição de «agente»; o sujeito ocupa a posição de «verdade»; a dúvida ocupa a posição de «referente»; a confiança ocupa a posição de «produção»:

| | | |
|-----------|---|-----------------|
| (A) | | (B) |
| [agente] | | [referência] |
| a dádiva | ▶ | dúvida do outro |
| sujeito | | confiança |
| [verdade] | | [produção] |

Christian Geffray faz notar, no entanto, que as provas dadas (as dádivas), são «irremediavelmente defeituosas» por isso elas exigem ser reproduzidas constantemente. A dúvida não desaparece, apenas é recalçada e a crença deve ser renovada pela dádiva.

O processo da dádiva iniciado no restaurante não chegou ao fim: a reciprocidade inicia-se com a dádiva e consoma-se com a contra-dádiva; se não houver contra-dádiva, no lugar da reciprocidade surge o seu contrário, a subordinação.

2.2.1. Como é que a subordinação aparece?

Nas palavras de Lévi-Strauss «a partir do momento em que um dos convivas oferece ao outro um copo de vinho, a relação de indiferença inicial dissipa-se e já nada pode ser como antes: a relação entre ambos só poderá ser de cordialidade ou de hostilidade».

Existirá cordialidade se houver reciprocidade, isto é, se houver dádiva e contra-dádiva, mas essa reciprocidade e o carácter de universalidade que lhe está associado não se baseia nos próprios objectos que se trocam nem na sua simetria (ou equivalência).

O raciocínio de Geffray reporta-nos para um outro nível, o nível do discurso. Assim, verbalizado o gesto da troca de copos, como se de um brinde se tratasse, a oferta do primeiro copo poderia muito bem querer dizer: «tu podes ter fé em mim quando te digo que eu sou um bem para ti».

Mas o outro somente poderá aceitar essa dádiva se estiver determinado (motivado) a oferecer ao sujeito outra dádiva com o mesmo significado: «eu tenho fé em ti, tu és um bem para mim». Nesse momento, ambos os convivas registam «a coincidência entre o reconhecimento da boa fé do outro e a sua própria profissão de fé nele». Esta coincidência, no entanto, não significa que a contra-dádiva seja a mesma coisa que a dádiva. Christian Geffray explica-nos numa nota de rodapé (pág. 78) em que consiste essa diferença: «o objecto dado inicialmente (a dádiva) não significa o valor do outro (B), mas o valor do sujeito (A)».

A dádiva põe em risco, põe em questão o valor do sujeito face ao compromisso que o outro poderá ou não assumir, reconhecendo ou não reconhecendo o valor do sujeito e assim retribuir ou não.

É precisamente nesse risco que corre o sujeito, que Geffray se baseia para afirmar que «a reciprocidade não é sinónimo de simetria».

Mas esse risco não invalida a conclusão mais importante que consiste em demonstrar que a reciprocidade das dádivas se apresenta como uma lei da palavra; neste sentido quando duas pessoas trocam dádivas entre si o que estão a significar uma à outra é «o simples e estranho enunciado» em que se baseia toda a ordem social: «tem fé em mim quando eu te digo que eu tenho fé em ti».

Que outro fundamento pode ter a sociedade senão o recalçamento da nossa dúvida sobre as garantias reais das nossas palavras e das dos outros?

E que outras garantias existem senão os bens que se trocam como dádivas e contra-dádivas passando – ao longo dos tempos – de mão em mão e circulando como significantes que realizam a operação simbólica do recalçamento fundador da aliança, da paz e da amizade?

Mas a possibilidade universal da reciprocidade pressupõe a possibilidade também universal da «não reciprocidade», da rejeição, da subordinação, da violência e da guerra.

Que sucederia – questiona-se Christian Geffray – se quem recebe uma dádiva não se apercebe do seu significado ou não quer responder ao apelo que lhe é dirigido? Pode acontecer ainda que na troca de presentes intervenha a má-fé de algum dos «parceiros», isto é, que o objecto de desejo seja outra coisa qualquer mas não a paz e a cordialidade. Neste pressuposto três situações podem ser encaradas:

- a) O destinatário do presente não desconfia da má fé do dador, dispõe de bens e retribui de forma a que o pedido ou apelo de paz seja correspondido; mas como o objecto do pedido era qualquer outra coisa e não a paz, o objectivo não podia ser atingido, provocando a frustração de uma troca de dádivas falhada.

- b) O destinatário da dádiva tem capacidade de resposta ao apelo podendo retribuir com a contra-dádiva, mas desconfia da má-fé do parceiro e não retribui, significando com isto a sua desconfiança; aqui o risco não é de frustração, mas de inimizade e de guerra, mesmo que o objectivo primeiro não fosse esse.
- c) O destinatário recebe a dádiva, pois deseja a paz, mas não dispõe de bens, não podendo assim retribuir com a contra-dádiva. O resultado não é a paz nem a guerra mas a «dívida» e conseqüentemente a subordinação e a humilhação de quem recebe sem poder retribuir. A situação do destinatário é muito delicada pois «ele tem de provar que não deseja mal algum ao seu benfeitor sem, no entanto, lho poder significar». Fica obrigado, mas impotente; fica cativo na armadilha simbólica dos significantes da palavra.

Sendo outras as intenções do doador que não as de paz, o gesto de dar prevalece, o dador mentiu, mas o objecto significante da sua palavra não mentiu; aliás os objectos não mentem, os objectos dados significam sempre. «A subordinação foi o resultado da inter-subjectividade onde um dos parceiros se encontrava simbolicamente carenciado, [isto é] nenhum significante o poderia representar; foi como se subitamente ficasse sem nome».

A subordinação, como a reciprocidade procedem da mesma lei da palavra, apenas com uma diferença: na reciprocidade, o apelo (a dádiva) é feito de boa fé; na subordinação, o apelo é precedido de má fé. Noutros termos, tal como afirma Geffray, «uma pessoa fica subordinada à outra no mesmo instante em que a boa fé de uma outra pessoa lhe seja significada de má fé». É assim como a subordinação se inscreve no reverso da reciprocidade, tendo ambos por comum denominador a mesma lei universal da palavra. Um último comentário sobre o valor dos objectos focados no processo das dádivas e contra-dádivas: o que suscita o apelo significado num objecto oferecido (e retribuído) não é a beleza ou a utilidade desse objecto, mas a sua função simbólica, a sua eficácia no recalçamento da dúvida. É essa função simbólica que transfigura objectos normais e vulgares em objectos preciosos.

Quando estes objectos preciosos – carregados de simbolismo – são acumulados, imobilizados à custódia de alguém, eles ficam em repouso, como que desactivados da sua energia simbólica; são objectos de prestígio com efeitos no plano da imaginação e da memória mas não no plano do simbólico. «Só a dádiva de um objecto significa, o objecto em si não significa nada».

3. O valor das coisas

O último estudo de caso desta Antropologia Analítica do Valor diz respeito já não ao valor dos homens, mas ao valor dos objectos que Christian Geffray identifica com o valor da mercadoria.

Na ausência de uma referência etnográfica concreta que lhe proporcione o perfil de um estudo de caso, como nos capítulos anteriores, o autor, sem deixar de identificar referências relevantes no âmbito quer da Antropologia (Malinowski), quer da Filosofia (Aristóteles), quer, ainda, da literatura (W. Shakespeare), da Sociologia (K. Marx) ou da Economia Geral, remete-nos para o mais anódino e vulgar comportamento individual no interior de uma qualquer sociedade: a troca de objectos.

É, pois, em torno desta prática «mercantil» e do discurso «mercantil» entre os dois parceiros da troca que Geffray irá desenvolver o seu raciocínio analítico, servindo-se, uma vez mais, do esquema lacaniano:

| | | |
|---------|---|------------|
| agente | ▶ | referência |
| verdade | | produção |

O autor começa por constatar a carga negativa que a figura do mercador foi assumindo na História, quer nas sociedades ditas primitivas, quer nas sociedades ocidentais, nomeadamente, em certos períodos. Assim, os Trobriandeses mostravam claro desprezo pelos Amphletts – nativos das ilhas situadas entre Trobiand e Dobu – por confundirem *o kula* (dádiva) com *o binwali* (troca). Os Amphletts eram caracterizados – segundo Malinowski – «pela avidez do ganho, mesquinhos, sem espírito de hospitalidade, avarentos, ladrões, desonestos e sem sentido de generosidade...».

Nas palavras de Geffray – reportando-se aos guerreiros ameríndios e ao seu desprezo pelas pessoas mais interessadas no valor dos objectos do que no valor dos homens – «o que está em causa, para além de qualquer bem (material) é o valor do sujeito, a sua palavra».

Quer Platão, na *República*, quer Aristóteles, na *Política* – ambos citados por Geffray – expressaram os mesmos sentimentos de desdém relativamente às práticas mercantis desenvolvidas na Antiguidade Clássica.

No longo período que vai desde a Antiguidade Ocidental até à hegemonia do capitalismo mercantil, as estigmatizações de indivíduos e grupos que exerciam actividades mercantis tornaram-se frequentes e quase proverbiais; foi o caso dos Judeus na Europa, quer na época medieval, quer, mais recentemente, no período nazi; a imagem de cupidez em torno das práticas mercantis desenvolvidas por alguns indivíduos acabariam por ser projectadas sobre os Judeus em geral. O mesmo aconteceu com os comerciantes Indo-paquistaneses na África Oriental e com os Chineses da Ásia do Sul; as representações estigmatizantes continuam a marcar negativamente estes grupos de comerciantes.

Para além do mais, a análise de Geffray abrange os quotidianos mercantilizados, consciente ou inconscientemente valorizados ou desvalorizados pela população dos cinco continentes.

Qual a análise que se poderá fazer sobre uma prática mercantil universal em que o valor da mercadoria ofusca o valor dos homens? Do que se trata é de demonstrar que o contraponto da natureza das relações sociais mercantis – independentemente das suas particularidades espaço-temporais – entre Trobriandeses, Yanomanis, Africanos, Asiáticos ou Europeus, contém procedimentos discursivos «não menos universais do que o discurso da honra», analisado nos capítulos anteriores. É o que se propõe fazer Geffray: definir e destacar nos enunciados mercantis as quatro variáveis do esquema laciano e as suas respectivas posições nessa mesma grelha, para finalmente deduzir a natureza profunda e distintiva das relações mercantis.

3.1. A verdade do discurso mercantil em torno do objecto

Seja qual for o cenário espaço-temporal de uma troca mercantil, as condições para que a troca tenha sucesso são:

- a) Um sujeito dispõe de um bem útil que não deseja e procura alguém que o deseje e o queira obter.
- b) O discurso que se irá estabelecer entre ambos (parceiros da troca) irá girar em torno do objecto ou objectos a transaccionar e terá por base exclusiva o não desejo do primeiro sujeito e o desejo do segundo sujeito relativamente aos objectos a transaccionar; fica claro que o valor subjectivo dos dois parceiros não interessa a ninguém e, por isso, não faz parte do discurso; só conta o valor do objecto; os enunciados serão tipicamente objectivos, do género «o meu objecto é bom para ti» e não subjectivos como «tem confiança em mim, eu sou um bem para ti», observado no discurso da honra. O objecto (mercadoria) passa a ocupar o lugar (posição) do sujeito no esquema laciano.
- c) Neste cenário da troca, o sujeito-comerciante, que detém o objecto mas não o deseja, está muito atento ao desejo do outro, mas, em nenhum momento, estará disposto a oferecer-lho; o que motiva o seu propósito é «existe um outro objecto na posse do outro (parceiro mercantil), que este não deseja, mas que é ou pode vir a ser objecto do desejo para o sujeito (primeiro parceiro comercial)».

São estes dois desejos/não desejos articulados, em torno de dois objectos distintos, que irão articular o discurso mercantil, entre os dois parceiros sobre os dois objectos transaccionáveis.

3.2. A referência do discurso mercantil: o objecto do outro

A reciprocidade nos processos mercantis é tão radical e simétrica como nos processos da dádiva. A diferença reside apenas na inversão que se produz entre o objecto da demanda (procura) e o objecto do desejo; dito de outro modo: no caso da dádi-

va o que ficou constatado foi que o «pedido» do sujeito fica absorvido no desejo do outro, ao passo que, no caso da mercadoria, pelo contrário, é o objecto do desejo do outro que se consuma no objecto do pedido, isto é, o próprio objecto mercadoria.

Neste sentido, os desejos que animam ambos os interlocutores recaem directamente sobre os objectos que se irão trocar. Nada mais é valorizado, fora dos objectos disponíveis para a troca.

No discurso (dito ou imaginado), o sujeito canaliza o seu desejo para o objecto do outro; é justamente este objecto (do outro), que ocupa formalmente a posição de referência na estrutura lacaniana. Esta alienação do desejo nos objectos mercadorias seria, segundo Geffray, o que a teoria económica classifica como interesse.

Compreende-se agora a atitude dos guerreiros Yanomani: quem não é capaz de se situar acima dos seus interesses-desejos mercantis – mesmo com o preço da sua própria vida – não é digno de ser tratado como pessoa de honra.

No mercado (na troca mercantil), o discurso dos parceiros pauta-se apenas por um único impulso, o impulso projectado pelo objecto-mercadoria; os interlocutores falam, agitam-se, seduzem, marcam presença, «mercadejam» apenas em nome e em representação dos seus objectos, tudo o que diz respeito às pessoas (valores, filiação, nome, qualificações, virtudes ou vícios...) não interessa.

3.3. Expressão e significante do valor do objecto

Seja qual for a situação ou cenário em que se pratique a troca mercantil (ouro contra vidro na troca colonial, ou as simples compras do dia a dia na mercearia da esquina) o valor de um objecto é sempre um valor relativo, pois depende das múltiplas circunstâncias em que o valor de um objecto adquire uma expressão concreta e pacífica.

O sujeito – numa relação de troca mercantil – está empenhado em que o valor do seu objecto adquira essa expressão; para isso, dirige ao seu parceiro um forte apelo no sentido de despertar nele o desejo imaginário do seu objecto: «tu não sabes o que perdes ao não desfrutares do meu objecto».

Os argumentos possíveis que o sujeito pode utilizar (publicidade) resumem-se a três categorias:

- a) O prazer antecipado (imaginário) do objecto por parte do outro. O enunciado (publicitário) deste argumento poderia ser: «o meu bem é um bem para ti; é o que te faz falta... traz-te vantagens suplementares...». Este tipo de enunciados irá suscitar, no outro, uma revalorização do objecto. É o argumento formalista da utilidade entre os economistas.
- b) A perda do prazer do sujeito: sempre no intuito de exprimir eficazmente o valor do seu objecto, o sujeito comerciante irá propagar os custos, os sacrifícios

que suportou para obter esse objecto que agora põe ao dispor do outro. Entre os economistas, é o argumento dos custos, nomeadamente da categoria do trabalho (marxistas).

- c) O prazer antecipado do sujeito relativamente ao objecto do outro. O sujeito, dirigindo-se ao seu interlocutor, anuncia que existe alguém interessado no seu objecto, estando disposto a adquiri-lo em troca de um outro bem de valor superior ao do seu objecto. É aqui que o sujeito antecipa o seu próprio prazer, face ao objecto do outro. Neste argumento materializa-se o princípio economista da procura e da oferta.

Nesta série de três argumentos, o objectivo é o mesmo: encontrar a expressão de um objecto noutro objecto; o valor de um objecto expresso no valor de outro objecto.

Mas a troca mercantil não se consuma na simples expressão do valor dos objectos; o negócio mercantil consuma-se apenas quando os dois parceiros decidem pacificamente que os seus objectos têm valores iguais. Mas como se processa essa igualdade a partir de enunciados que promovem a desigualdade: «o meu objecto tem mais valor do que o teu...», ou «alguém está disposto a oferecer mais...»?

Para que a igualdade dos valores surja e a troca se conclua, é necessário «fazer intervir um significante, isto é, a prova mercantil». Esta prova processa-se identificando o objecto do outro como significante do valor do objecto do sujeito nos termos que se enunciam de seguida.

Uma vez que os desejos do outro foram suficientemente bem apurados pelos enunciados (publicitários) do sujeito – «tu não sabes o que perdes se...» – ao outro resta-lhe saber em que medida a parte de prazer que lhe é anunciada e prometida pelo sujeito em nome do seu objecto, corresponde à parte de prazer que ele (o outro) pode anunciar e prometer ao sujeito em nome do objecto que representa. O enunciado do outro, dirigindo-se ao sujeito, poderia ser: «em que medida ou que parte do prazer que tu me prometes, em nome do teu objecto, é igual àquela que eu te proponho, em nome do meu objecto».

Desta forma, o objecto do outro assume as funções de significante da parte de prazer imaginário (antecipado ou perdido) contida no objecto do sujeito. Dito de outro modo: o objecto do outro (interlocutor – parceiro) significa o valor do objecto do sujeito.

Neste caso a igualdade dos valores dos objectos da troca não poderá ser, como afirmava Marx, «o tempo de trabalho necessário» para a produção dos objectos, mas «a quantidade» de prazer (imaginário) antecipado, significado por um preço, já que enquanto prazer é incomensurável.

Uma vez acordado entre os parceiros o preço significando o prazer que ambos imaginam arrecadar na troca dos objectos, estes já podem «mudar de mãos» e a propriedade privada fica instituída; os parceiros da troca transformam-se em proprietários, ao contrário dos parceiros da dádiva que são «depositários» dos objectos recebidos.

O mercado, campo instituído pelo discurso mercantil, pressupõe preços e moeda. A moeda aparece quando um objecto desperta o interesse de todos os que dispõem de mercadorias para trocar por esse objecto singular (moeda). Esse objecto (moeda) tem, então, a capacidade de significar, universalmente, o valor de todos os outros objectos-mercadorias disponíveis no mercado. A moeda é, desse modo, o significante universal dos objectos-mercadoria, um produto do discurso mercantil que faz com que todos os bens apresentados como objecto de desejo para alguém tenham o seu valor significado (representado) por aquele objecto-moeda.

São óbvias as analogias que esta definição de moeda mantém com a definição de moeda elaborada por Karl Marx, muito embora as perspectivas e a lógica subjacente dos dois autores sejam muito diferentes: para Marx, um objecto assume o estatuto de moeda ao tornar-se o «equivalente universal do valor»; para Christian Geffray, um objecto que adquire a capacidade subjectiva de «significante universal» transforma-se em moeda.

Mas ao contrário do que se passa no discurso da dádiva, no discurso mercantil a questão da verdade fica à margem, está oculta: os mercadores, os comerciantes falam verdade ou mentira? Os preços são justos ou injustos?

É legítimo formular a questão e ela já foi formulada desde os primórdios da história das trocas mercantis e continuará a ser formulada nos mesmos termos, mas, como diz Geffray, nunca nem ninguém poderá saber se um comerciante fala verdade ou mentira, «já que o desejo ou prazer ligado aos objectos mercantis é incomensurável». Na verdade o valor real, independente do seu significado no discurso mercantil, não existe. É esta ausência do valor real, ou da realidade do valor mercantil, que permite compreender o carácter lúdico das transacções nos mercados ou nas bolsas de valores; um mesmo objecto-mercadoria está sujeito a todo o tipo de oscilações no seu preço-valor-signo, sem que nenhuma referência – com excepção do discurso mercantil que estabelece esses preços-valores-signos – o justifique. É este o mundo e a lógica da mercadoria. Um mundo em que as mercadorias desenvolvem «um diálogo insólito» que Geffray interpreta da seguinte maneira:

«O sujeito é um simples mensageiro do seu objecto já que se dirige ao outro, como representante do seu objecto (em nome do objecto); mas fala, enuncia numa situação tal que no lugar do outro não está um sujeito mas o objecto (do outro), que não intervém no discurso, enquanto objecto – os objectos não falam –, mas a título de significante (para significar o valor do bem do sujeito)».

O sujeito, na verdade, é o agente do discurso, mas está numa posição tal que a pessoa a quem se dirige não está lá como pessoa, como interlocutor; ele mesmo, enquanto sujeito, também não está lá, desapareceu *sub-sumido* no desejo de atingir o objecto do outro.

No processo mercantil, a subjectividade do sujeito, isto é, o seu valor subjectivo, a sua verdade, a sua palavra, a sua aparência, sexo, idade, filiação, religião, nome, posição política, tudo o que é susceptível de o identificar como sujeito, permanece à margem, não interessa a ninguém. O sujeito mercantil não tem idade, não tem rosto – é um anónimo. Está lá apenas como gestor, como representante do seu objecto; todos os significantes do valor subjectivo, no cenário mercantil, estão ausentes. O sujeito está nu e dividido entre o que ele representa (o objecto) e o que ele é fora desse cenário mercantil: a sua identidade pessoal e social.

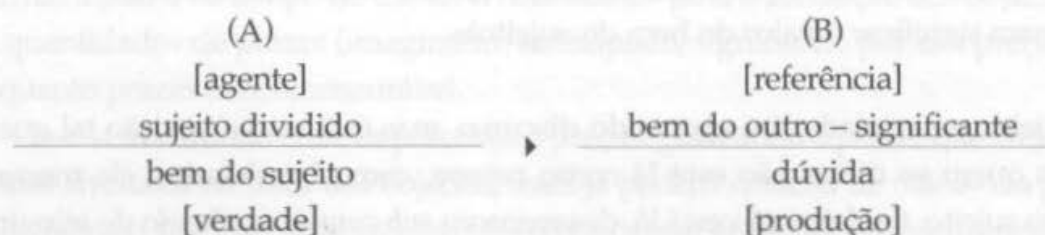
Nestas condições, a «verdade» do discurso mercantil apresenta «um carácter paradoxal», se comparada com o discurso da dádiva:

- a) O sujeito mercantil não deseja o objecto de que dispõe, de que goza, mas todos os seus enunciados dão a entender quão difícil será poder substituir esse objecto por outro que lhe possa proporcionar mais prazer.
- b) O sujeito mercantil deseja o objecto de que goza o outro, mas as suas palavras são dirigidas à desvalorização desse objecto.
- c) O sujeito mercantil não ignora que o outro, não menos do que ele próprio, utiliza a mesma inversão discursiva, com o fim de promover o valor do seu objecto não desejado e desvalorizar o objecto – desejado – do sujeito.

Mas nada disto perturba ou interessa a nenhum dos intervenientes no cenário mercantil: o que conta, o que realmente tem importância, para os dois negociantes, é porem-se de acordo – finalmente – quanto ao preço que exprime a igualdade do prazer que a transacção dos objectos permitirá a ambos obter. O que conta, em síntese, não é o valor dos sujeitos, mas o valor dos objectos significados na e pela moeda.

Neste sentido, o resultado, a «produção» dos enunciados do discurso mercantil, não poderá ser a «confiança» do outro – como no cenário da dádiva – mas a «dúvida estrutural» sobre a verdade dos comerciantes (*mercadejadores*) e sobre o valor real dos objectos, já que este valor existe apenas simbolizado nos preços e a verdade dos preços é consequência do «puro e livre jogo» das relações de forças no mercado.

O esquema laciano figurando o discurso mercantil teria a seguinte disposição:



Conclusão

Existem dois discursos genéricos universais e irreduzíveis que se inscrevem na história das sociedades: o discurso da dádiva e da honra («se tu não és capaz de dar – receber... ninguém acreditará em ti») e o discurso da mercadoria e do interesse («tu não sabes o que perdes, se não gozares do meu objecto»).

Christian Geffray é um antropólogo que sabe pensar e ambiciona compreender o seu mundo e o dos outros, procurando no discurso e nas leis da palavra o que de mais comum e diferente existe nas sociedades: a fidelidade e o cálculo, o valor dos homens e o valor dos objectos.

Dois pólos da vida social conjugando-se de maneiras diferentes, conforme as épocas e os padrões culturais das sociedades, mas conservando inalterável o princípio a-histórico em que se inscrevem e se articulam: a linguagem e o discurso dos homens, fundamento e expressão primeira da relação social.

Todos os homens, ontem como hoje, são sensíveis e conscientes da sua dignidade e da dos outros, desenvolvendo – embora com grandes diferenças – dispositivos que promovem e comprovam na ordem simbólica o seu próprio valor de homens dignos, generosos, honrados, fiéis, de palavra.

Todos os homens, ontem como hoje, praticam igualmente a arte ou a paciência do «negócio» que consiste em avaliar pacificamente – sempre de acordo com o interesse de cada qual – o valor dos bens e serviços em transacção, independentemente da maior ou menor importância institucional que a tal arte de negociar ocupa na organização social de cada indivíduo.

Todos os homens, ontem como hoje, – herdeiros dos mesmos pressupostos e das mesmas exigências –, convivem com o desconforto do cruzamento dos dois impulsos, inconfundivelmente sentidos: o da fidelidade e o do interesse.

Porque o fenómeno é tão universal como intrigante, não faltaram filósofos, sociólogos, antropólogos, etc., que, ao longo da História, se preocuparam tanto por o compreender, interrogando-se uma e outra vez: em que se fundamenta o valor dos homens e das coisas?

Foi também esta interrogação que conduziu Geffray ao reencontro de Platão, Bourdieu, Marx, Dumont, Malinowski, Lévi-Strauss e sobretudo Jacques Lacan, no intuito de alargar a compreensão da problemática dos valores para novos contornos epistemológicos e metodológicos, que o seu saber e experiência de terreno lhe foram permitindo assumir.

A originalidade e a eficácia da sua análise residem precisamente na contribuição que Geffray retira de Lacan, ao convocá-lo como chave mestra de interpretação analítica dos vários estudos de caso escolhidos.

O objectivo e a tese de Christian Geffray – como ele próprio afirma na introdução – não deixam dúvidas quanto à caução que Lacan representa neste ensaio: «As categorias declinadas [nesta reflexão] reflectem a existência de duas organizações distin-

tas de linguagem, dois discursos irreduzíveis um ao outro no sentido preciso que Lacan dá ao conceito de *discurso*». É a análise da estrutura destes discursos, em definitivo, o que constitui «o objecto próprio deste livro».

Dentro destas coordenadas, o trabalho realizado por Geffray pareceu-nos excelente. O rigor da análise e a perícia com que manipula os conceitos lacanianos, sem desfigurar o discurso antropológico, fazem deste ensaio uma referência para todos os que se preocupam com as diferenças culturais sem obnubilar os alicerces de uma identidade humana única e universal.

Christian Geffray reconhece as «incertezas teóricas» que o seu intento – como, aliás, o de qualquer cientista – comporta, mas do que não temos dúvidas é de que a Antropologia – confrontada com este tipo de desafios epistemológico-metodológicos – saiu enriquecida, ganhou novas dimensões e libertou-se um pouco mais dos constrangimentos positivistas em que muitos antropólogos teimam em a entrincheirar. Definitivamente, a estrutura discursiva das relações sociais é uma perspectiva teórica e metodológica de que a Antropologia não se devia alhear.

Herdámos de Christian Geffray uma obra que leitores dos mais diversos quadrantes das ciências sociais não terão dúvidas em «autorizar», mas perdemos o autor material e intelectual que a tornou possível, dada à luz nas livrarias francesas dois dias após a sua morte. O legado é fabuloso e a imortalidade de um sujeito *d'honneur* que como Christian Geffray «*vient se situer symboliquement au-dessus de la mort*», essa está garantida pelo selo da relação que manteve com a verdade da sua palavra.

Lisboa, 20 de Novembro de 2001