

Milton Friedman e Rose Friedman

Liberdade para Escolher

**Uma visão pessoal
sobre liberdade e economia**

Free to Choose

Traduzido do inglês por
Jorge Lima

Prefácio à edição portuguesa
João César das Neves



Conteúdos

PREFÁCIO À EDIÇÃO PORTUGUESA, JOÃO CÉSAR DAS NEVES	9
PREFÁCIO À EDIÇÃO HARVEST	17
INTRODUÇÃO	21
CAPÍTULO 1 > O PODER DO MERCADO	29
CAPÍTULO 2 > A TIRANIA DOS CONTROLOS	63
CAPÍTULO 3 > A ANATOMIA DAS CRISES	100
CAPÍTULO 4 > DO BERÇO À COVA	124
CAPÍTULO 5 > CRIADOS IGUAIS	167
CAPÍTULO 6 > O QUE SE PASSA NAS NOSSAS ESCOLAS?	191
CAPÍTULO 7 > QUEM PROTEGE O CONSUMIDOR?	237
CAPÍTULO 8 > QUEM PROTEGE O TRABALHADOR?	282
CAPÍTULO 9 > A CURA PARA A INFLAÇÃO	305
CAPÍTULO 10 > A MARÉ ESTÁ A VIRAR	344
APÊNDICES	375
NOTAS	381
ÍNDICE REMISSIVO	391

O Poder do Mercado

Cada um de nós utiliza todos os dias inumeráveis bens e serviços – para comer, para se vestir, para se abrigar dos elementos, ou simplesmente para desfrutar da vida. Damos por assente que estarão à nossa disposição quando os quisermos adquirir. Nunca paramos para pensar quantas pessoas desempenharam um papel, de uma forma ou de outra, para nos fornecer esses bens e serviços. Nunca nos interrogamos sobre como é que a mercearia da esquina – ou, nos nossos dias, o supermercado – tem nas suas prateleiras os artigos que queremos comprar, ou de que forma a maioria de nós consegue ganhar o dinheiro necessário para os pagar.

É natural presumir que alguém tem de dar ordens para garantir que os produtos «certos» são produzidos nas quantidades «certas» e postos à disposição nos sítios «certos». Esse é um método possível de coordenar as atividades de um grande número de pessoas – o método da tropa. O general dá ordens ao coronel, o coronel ao major, o major ao tenente, o tenente ao sargento e o sargento ao soldado.

Esse método de comando, porém, só pode ser o método exclusivo ou principal de organização num grupo de dimensões muito reduzidas. Nem mesmo o mais autocrático chefe de família consegue controlar todos e cada um dos atos dos outros membros da família, de forma totalmente hierárquica. Nenhum exército de dimensões consideráveis pode, verdadeiramente, ser dirigido inteiramente por uma cadeia de comando. O general, como é fácil de ver, não consegue dispor da informação necessária para dirigir cada um dos movimentos do mais humilde soldado. A cada passo da cadeia de comando, o militar, seja ele oficial ou soldado raso, deve dispor do espaço de manobra suficiente para levar em linha de conta informações relativas a circunstâncias específicas de que o seu superior hierárquico poderá não dispor.

As cadeias de comando têm de ser complementadas pela cooperação voluntária – uma técnica menos óbvia e mais subtil, mas muito mais fundamental, de coordenar as atividades de grandes grupos.

A Rússia constitui um exemplo-padrão de uma economia de grandes dimensões que se supõe estar organizada segundo uma cadeia de comando – uma economia de planeamento central. Mas isso é mais ficção do que facto. A todos os níveis da economia, a cooperação voluntária entra em cena para complementar o planeamento central, ou para equilibrar as suas inflexibilidades – por vezes de forma legal, outras vezes ilegalmente¹.

No setor agrícola, os trabalhadores a tempo inteiro das explorações agrícolas governamentais têm autorização para cultivar alimentos e criar animais em pequenas parcelas privativas – no seu tempo livre, para seu próprio consumo ou para venda em mercados relativamente livres. Estas parcelas representam menos de um por cento do solo arável do país e, no entanto, julga-se que fornecem cerca de um terço da produção agrícola total da União Soviética. («Julga-se», porque é bem provável que alguns produtos provenientes de explorações agrícolas estatais sejam comercializados clandestinamente como se viessem das parcelas privadas.)

No mercado laboral, raramente se obrigam os indivíduos a trabalhar em empregos específicos; nesse sentido, existe pouca direção laboral propriamente dita. Em lugar disso, oferecem-se vencimentos distintos para diversos empregos, e os indivíduos candidatam-se a eles – de forma bastante semelhante à dos países capitalistas. Uma vez contratados, podem ser posteriormente despedidos, ou mudar para empregos mais da sua preferência. Inúmeras restrições afetam quem pode trabalhar onde. Além disso, evidentemente, as leis proíbem quem quer que seja de se estabelecer como empregador – embora inúmeras oficinas clandestinas sirvam o extenso mercado negro. A alocação de trabalhadores em grande escala, de forma fundamentalmente compulsiva, não é simplesmente possível de implementar em termos práticos; o mesmo se aplica, segundo parece, à supressão total da atividade empresarial privada.

A atratividade dos diferentes empregos na União Soviética depende muitas vezes das oportunidades que oferecem para a realização de

«biscates» extralegais ou ilegais. Por exemplo, um residente de Moscovo cujo equipamento doméstico avaria pode ter de esperar meses para o ver reparado caso contacte o gabinete estatal de reparações. Poderá então optar por contratar um biscateiro – com toda a probabilidade, alguém que trabalha para esse mesmo gabinete estatal de reparações. O dono da casa vê o seu equipamento reparado prontamente; o biscateiro recebe algum rendimento extra. Ambos ficam satisfeitos.

Estes elementos voluntários de mercado florescem, apesar da sua inconsistência com a ideologia marxista oficial, devido ao elevado custo que representaria eliminá-los. As parcelas agrícolas privadas poderiam ser proibidas – mas as epidemias de fome da década de 1930 recordam-nos cruelmente o custo de o fazer. A economia soviética atual dificilmente poderá ser considerada um modelo de eficiência. Sem os elementos voluntários, operaria a um nível de eficiência ainda mais reduzido. E a experiência recente do Camboja demonstra de forma trágica o custo de tentar prescindir inteiramente do mercado.

Do mesmo modo que nenhuma sociedade opera exclusivamente com base no princípio da cadeia de comando, também nenhuma opera exclusivamente através da cooperação voluntária. Todas as sociedades apresentam alguns elementos de cadeia de comando, os quais podem assumir diversas formas. Podem ser tão simples e diretos como o serviço militar obrigatório, ou a proibição da compra e venda de heroína ou edulcorantes, ou ordens judiciais no sentido de arguidos designados se absterem de ações específicas ou, pelo contrário, serem obrigados a executá-las. Ou, no extremo contrário, podem ter a subtileza da imposição de uma taxa pesada sobre o tabaco para desencorajar o fumo – uma sugestão, se não uma ordem, de alguns de nós para outros de nós.

Faz toda a diferença qual das combinações de ambos os extremos existe – se a transação voluntária é essencialmente uma atividade clandestina que floresce devido às inflexibilidades de um elemento da cadeia de comando dominante, ou se a transação voluntária constitui o princípio dominante da organização, implementado em maior ou menor grau por elementos da cadeia de comando. A transação voluntária clandestina pode impedir o colapso de uma economia de cadeia de comando, permitindo-lhe ir subsistindo e mesmo conseguir

algum progresso. Pouco pode fazer para minar a tirania sobre a qual se baseia uma economia predominantemente planificada. Uma economia predominantemente caracterizada pela transação voluntária, pelo contrário, tem no seu seio o potencial de promoção, simultaneamente, da prosperidade e da liberdade humana. Pode não atingir todo o seu potencial relativamente a qualquer dos dois aspetos, mas não conhecemos qualquer sociedade que alguma vez tenha conseguido prosperidade e liberdade se a transação voluntária não constituir o seu princípio dominante de organização. Apressamo-nos a acrescentar que a transação voluntária não é condição suficiente para a obtenção de prosperidade e liberdade. Essa é, pelo menos, a lição da história até à data. Muitas sociedades organizadas predominantemente com base na transação voluntária não lograram atingir em pleno nem prosperidade nem liberdade, embora tenham conseguido ambos os resultados em maior medida do que as sociedades autoritárias. Mas a transação voluntária é condição necessária tanto para a prosperidade como para a liberdade.

COOPERAÇÃO ATRAVÉS DE TRANSAÇÕES VOLUNTÁRIAS

Uma história deliciosa intitulada «I, Pencil: My Family Tree as Told to Leonard E. Read»², (Eu, o Lápis: a Minha Árvore Genealógica Contada a Leonard E. Read), relata de forma muito esclarecedora até que ponto a transação voluntária permite a milhões de pessoas cooperar entre si. O Sr. Read, no papel de «Lápis de Grafite – o vulgar lápis de madeira bem conhecido de todos os rapazes, raparigas e adultos que sabem ler e escrever», começa a sua história com a fantástica afirmação de que *«não há uma única pessoa... que saiba fazer-me»*. Descreve então todas as atividades envolvidas no fabrico de um lápis. Em primeiro lugar, a madeira provém de uma árvore, «um cedro de tronco reto que cresce no Norte da Califórnia e no Oregon». Para cortar a árvore e transportar os troncos para o parque ferroviário, são precisos «seras, camiões, corda e... inúmeros outros materiais e ferramentas». Muitas pessoas e inúmeras competências estão envolvidas no fabrico:

na «extração do minério, fabrico do aço e seu refinamento para transformação em serras, machados, motores; no cultivo do cânhamo e nos diversos estádios da sua transformação em corda pesada e resistente; nos acampamentos de lenhadores, com as suas camaratas e salas comuns[...] milhares de pessoas participaram em cada chávena de café bebido pelos lenhadores!»

E o Sr. Read prossegue com o transporte dos troncos para a serração, o trabalho envolvido na conversão dos troncos em ripas e o transporte destas da Califórnia até Wilkes-Barre, onde foi fabricado o lápis específico que conta a história. E até aqui ainda só temos a madeira exterior do lápis. O «chumbo» que ocupa o centro não é verdadeiramente chumbo. Começa sob a forma de grafite extraída no Ceilão. Após muitos processos complexos, acaba por ser transformado na mina no centro do lápis.

A peça metálica que se encontra no topo do lápis – a chamada ponteira – é feita de latão. «Pensem em todas as pessoas», diz o Sr. Read, «que extraem o zinco e o cobre, e naquelas outras que dispõem das competências para produzir folhas brilhantes de latão a partir destes produtos da natureza.»

Aquilo a que chamamos borracha é conhecido no setor por «tampão». Pensa-se habitualmente que é feito de borracha. Mas o Sr. Read explica-nos que a borracha serve apenas para ligar os restantes materiais. A ação de apagar é na verdade realizada por um produto semelhante à borracha, designado «Factice», produzido através da reação de óleo de colza, proveniente das Índias Orientais Holandesas (atualmente Indonésia), com cloreto de enxofre.

Depois de todos estes passos, pergunta o lápis: «Alguém deseja contestar a minha afirmação inicial de que nenhuma pessoa à face da terra sabe fazer-me?»

Nenhuma dos milhares de pessoas envolvidas na produção do lápis desempenhou a sua tarefa pelo facto de querer um lápis. Algumas delas nunca viram sequer um lápis, e não saberiam dizer para que serve. Cada uma delas viu no seu trabalho uma forma de obter os bens e serviços que desejava – bens e serviços que produzimos com o objetivo de obter o lápis que desejávamos. De cada vez que compramos um lápis numa papelaria, estamos a trocar uma pequena parte

dos nossos serviços pela quantidade infinitesimal de serviços com que cada uma dos milhares de pessoas referidas contribuíram para a produção do lápis.

É ainda mais surpreendente que o lápis tenha alguma vez sido produzido. Ninguém, a partir de um escritório central, deu ordens a estes milhares de pessoas. Nenhuma polícia militar executou as ordens que não foram dadas. Estas pessoas vivem em muitos territórios diferentes, falam diferentes línguas, praticam diferentes religiões e podem mesmo odiar-se mutuamente – mas nenhuma dessas diferenças as impediu de cooperar para produzir um lápis. Como aconteceu? Adam Smith deu-nos a resposta há duzentos anos.

O PAPEL DOS PREÇOS

A ideia principal e mais inovadora de *A Riqueza das Nações*, de Adam Smith, é enganadoramente simples: Se uma troca entre duas partes é voluntária, só terá lugar se ambas julgarem poder beneficiar dela. A maioria das falácias no campo económico deriva do facto de se negligenciar esta ideia tão simples, presumindo tendencialmente que há um bolo fixo, e que cada uma das partes só pode ganhar à custa da outra.

Esta ideia é óbvia para uma troca simples entre dois indivíduos. Mas é de longe mais difícil compreender como pode permitir aos habitantes de todo o mundo cooperar entre si promovendo os seus interesses distintos.

O sistema de preços é o mecanismo que executa esta tarefa sem direcção centralizada, não exigindo às pessoas que falem entre si ou gostem umas das outras. Quando compramos o nosso lápis ou o nosso pão diário, não sabemos se o lápis foi feito ou o trigo cultivado por um homem branco ou um homem preto, por um chinês ou um indiano. Em resultado disso, o sistema de preços permite às pessoas comprar pacificamente entre si em determinada fase da sua vida enquanto cada uma segue com as suas atividades relativamente a tudo o resto.

O lampejo de génio de Adam Smith foi o seu enunciado de que os preços resultantes das trocas voluntárias entre compradores e

vendedores – ou seja, num mercado livre – permitiam coordenar a atividade de milhões de pessoas, cada uma das quais procurando satisfazer os seus próprios interesses, de forma que todos ficassem melhor. Foi uma ideia surpreendente então, e continua a sê-lo – o facto de a ordem económica poder constituir a consequência involuntária das ações de muitas pessoas, cada uma das quais procurando satisfazer os seus próprios interesses.

O sistema de preços funciona tão bem, com tal eficiência, que na maior parte das vezes nem nos apercebemos. Nunca reparamos quão bem funciona até ser impedido de funcionar e, mesmo então, raramente reconhecemos a origem dos problemas.

As longas filas para o abastecimento de combustíveis que tiveram subitamente lugar nos EUA em 1974, no seguimento do embargo petrolífero imposto pela OPEP, e de novo na primavera e verão de 1979, após a revolução ocorrida no Irão, constituem marcantes exemplos recentes. Em ambas as ocasiões, teve lugar uma perturbação aguda no fornecimento de petróleo em bruto a partir do estrangeiro. Mas essa perturbação não gerou filas nas estações de abastecimento na Alemanha nem no Japão, países que dependem totalmente do petróleo importado. Para tal ter acontecido nos Estados Unidos, apesar de produzirmos boa parte do petróleo que consumimos, houve uma única razão: o facto de a legislação, administrada por uma agência governamental, não ter permitido o funcionamento do sistema de preços. Em determinadas zonas do país, estes foram mantidos administrativamente abaixo do nível que teria permitido fazer corresponder a quantidade de combustível disponível nas bombas à quantidade que os consumidores quereriam adquirir a esse preço. Os *stocks* foram alocados administrativamente a diferentes zonas do país, e não em resposta à pressão da procura, tal como refletida no preço. O resultado foi a existência de excedentes em determinadas zonas e roturas de abastecimento, acompanhadas de filas intermináveis, noutras. O funcionamento fluido do sistema de preços –, que durante muitas décadas garantira a todos os consumidores que poderiam adquirir combustíveis num imenso número de estações de serviço, da forma mais conveniente e com um tempo mínimo de espera – foi substituído pela improvisação burocrática.

Os preços desempenham três funções na organização da atividade econômica: em primeiro lugar, transmitem informação; em segundo, incentivam a adoção dos métodos de produção menos dispendiosos, colocando os recursos disponíveis à disposição dos objetivos mais valiosos; em terceiro, determinam quem recebe que quantidade do produto – a distribuição do rendimento. Estas três funções encontram-se intimamente relacionadas.

Transmissão da Informação

Suponha que, por qualquer razão, se regista um aumento da procura de lápis de grafite – talvez devido ao facto de uma explosão demográfica aumentar o número de inscrições nas escolas. Os estabelecimentos de retalho constatarão que estão a vender mais lápis. Encomendarão mais lápis aos grossistas. Os grossistas encomendarão mais lápis aos fabricantes. Os fabricantes encomendarão mais madeira, latão e grafite – os diversos produtos utilizados para fabricar um lápis. Para levar os seus fornecedores a produzirem estes artigos em maior número, terão de oferecer por eles preços mais elevados. Por sua vez, os preços mais elevados induzirão os fornecedores a aumentar a sua força de trabalho com vista a dar resposta ao aumento da procura. Para contratar mais trabalhadores, terão de oferecer salários mais elevados ou melhores condições de trabalho. Desta forma, as ondas propagam-se em círculos cada vez maiores, transmitindo a pessoas de todo o mundo a informação do aumento da procura dos lápis – ou, para sermos mais precisos, de um qualquer produto que produzem, por razões que podem não conhecer e não precisam de conhecer.

O sistema de preços transmite unicamente a informação importante e apenas às pessoas que precisam de tomar conhecimento. Os produtores de madeira, por exemplo, não têm de saber se o aumento da procura de lápis resulta de uma explosão demográfica ou do facto de ter passado a ser obrigatório preencher a lápis mais de 14.000 impressos oficiais. Nem sequer precisam de saber que se registou um aumento da procura de lápis. Só precisam de saber que alguém está disposto a pagar mais pela madeira e que é provável que o preço mais elevado se mantenha durante o tempo suficiente para valer a pena satisfazer a procura. Ambas as informações são fornecidas pelos preços de

mercado – a primeira pelo preço atual, a segunda pelo preço oferecido por entregas futuras.

Um problema de monta na transmissão eficiente da informação é o de assegurar que todos os que podem fazer uso da informação a recebem sem entupir os canais de entrada daqueles para quem ela não tem qualquer utilidade. O sistema de preços resolve automaticamente este problema. As pessoas que transmitem a informação têm um incentivo para ir em busca das pessoas que podem fazer uso dela e estão aptas para tal. Por sua vez, as pessoas que podem fazer uso da informação têm um incentivo para a obter e estão aptas a fazê-lo. O fabricante de lápis está em contacto com os vendedores da madeira que utiliza. Está sempre a tentar encontrar fornecedores suplementares capazes de lhe oferecer um produto melhor, ou um preço mais reduzido. Do mesmo modo, o produtor de madeira está em contacto com os seus clientes e sempre a tentar encontrar novos clientes. Por outro lado, as pessoas que não estão de momento envolvidas nestas atividades e não ponderam dedicar-se a elas não têm qualquer interesse no preço da madeira, pelo que o ignorarão.

Nos nossos dias, a transmissão de informação por via dos preços é imensamente facilitada pela organização dos mercados e pelos serviços de comunicação especializada. Constitui um exercício fascinante examinar as cotações de preços publicadas diariamente, por exemplo, no *Wall Street Journal*, já para não mencionar as inúmeras publicações mais especializadas dos diversos setores. Estes preços espelham de forma quase instantânea o que está a acontecer em todo o mundo. Se houver uma revolução num qualquer país remoto, mas que seja um grande produtor de cobre, ou uma perturbação na produção de cobre por qualquer outra razão, a cotação corrente do cobre disparará de imediato. Para descobrir por quanto tempo as pessoas bem informadas esperam que o fornecimento de cobre seja afetado, basta-nos examinar os preços de entregas futuras, na mesma página.

Poucos leitores, incluindo do *Wall Street Journal*, estão interessados em mais do que umas quantas das cotações, podendo ignorar prontamente as restantes. O *Wall Street Journal*, por sua vez, não fornece esta informação movido pelo altruísmo ou por reconhecer a sua importância para o funcionamento da economia. É, sim, levado a

fornecê-la através do próprio sistema de preços cujo funcionamento facilita. O jornal descobriu que conseguirá tiragens maiores ou mais rendosas se publicar estas cotações – informação que lhe é transmitida por um conjunto distinto de preços.

Os preços não se limitam a transmitir informação dos compradores finais aos retalhistas, grossistas, fabricantes e donos dos recursos; transmitem igualmente informação em sentido contrário. Suponha que um incêndio florestal ou uma greve reduzem a quantidade de madeira disponível. O preço da madeira subirá. Isso dirá ao fabricante de lápis que lhe compensará utilizar menos madeira, e que não lhe compensará produzir tantos lápis como antes, exceto se for capaz de os vender por um preço mais elevado. A redução da produção de lápis permitirá ao retalhista cobrar um preço mais elevado, o qual, por sua vez, informará o utilizador final de que lhe compensará utilizar o lápis até ficar mais gasto, antes de o deitar fora, ou mudar para uma lapiseira. Mais uma vez, não precisa de saber por que razão o lápis ficou mais caro, mas apenas que isso aconteceu.

Tudo o que impeça os preços de exprimir livremente as condições da oferta e da procura interfere com a transmissão de informação rigorosa. Os monopólios privados – isto é, o controlo de determinado bem por parte de determinado produtor ou cartel de produtores – é um bom exemplo disto. Não impede a transmissão de informação através do sistema de preços, mas distorce-a de facto. A quadruplicação do preço do petróleo em 1973, por parte do cartel petrolífero, transmitiu informação muito importante. Não obstante, essa informação não refletiu uma súbita redução na oferta de petróleo bruto, ou a súbita descoberta de novos conhecimentos técnicos relativamente a futuros fornecimentos de petróleo, nem absolutamente nada de tipo físico ou técnico relativamente à disponibilidade relativa do petróleo e de outras fontes energéticas. Transmitiu tão-só a informação de que um grupo de países fora bem-sucedido na organização de uma combinação mútua de fixação de preços e partilha de mercados.

O controlo dos preços do petróleo e de outras formas de energia por parte do governo dos EUA, por seu turno, impediu que a informação relativa ao efeito do cartel da OPEP fosse transmitida de forma

rigorosa aos utilizadores de petróleo. O resultado reforçou o cartel da OPEP, ao impedir que um preço mais elevado levasse os consumidores americanos a fazer uma utilização mais económica do petróleo, e exigiu simultaneamente a introdução de importantes elementos de planificação centralizada nos Estados Unidos, com vista a alocar a escassa oferta (por parte de um Departamento de Energia que gastava em 1979 cerca de dez mil milhões de dólares, e dava emprego a vinte mil pessoas).

Por mais importantes que sejam as distorções do sistema de preços com origem no setor privado, o Estado constitui nos nossos dias a fonte principal de interferência com um sistema de mercado livre – através de tarifas e outras restrições ao comércio internacional, fixação de ações de âmbito nacional, ou influência sobre preços individuais, incluindo salários (ver Capítulo 2), regulamentação governamental de indústrias específicas (ver Capítulo 7), políticas monetárias e fiscais geradoras de inflação errática (ver Capítulo 9), e inúmeros outros canais.

Um dos principais efeitos adversos da inflação errática é a introdução, por assim dizer, de eletricidade estática na transmissão da informação através dos preços. Se, por exemplo, o preço da madeira sobe, os produtores de madeira não têm forma de saber se isso se deve ao facto de a inflação estar a fazer subir todos os preços, ou ao facto de a madeira ser agora alvo de maior procura ou menor oferta, relativamente aos outros produtos, do que antes da escalada dos preços. A informação importante para a organização da produção está fundamentalmente relacionada com preços *relativos* – o preço de determinado artigo comparado com o preço de outro. A inflação elevada, e muito em particular a inflação altamente variável, afoga essa informação em «eletricidade estática» desprovida de sentido.

Incentivo

A transmissão efetiva de informação rigorosa só pode ser aproveitada se as pessoas relevantes forem incentivadas a agir, e agir corretamente, com base nessa informação.

De nada adianta ao produtor de madeira saber que a procura desse bem subiu, se não dispuser de algum tipo de incentivo para reagir

ao preço mais elevado, produzindo mais madeira. Uma das belezas de um sistema livre de preços é o facto de os preços que transmitem informação fornecerem igualmente um incentivo a reagir a essa informação e os meios para o fazer.

Esta função dos preços está intimamente ligada à terceira função – a determinação da distribuição do rendimento – e não é explicável sem entrar em conta com ela. O rendimento do produtor – isto é, aquilo que recebe pela sua atividade – é determinado pela diferença entre a quantia que recebe pela venda da sua produção e a quantia que gasta para a realizar. Equilibra uma com a outra e produz de tal modo que produzir um pouco mais aumentaria tanto os seus custos como os seus recebimentos. Um preço mais elevado altera esta margem.

Em geral, quanto mais produzir, maior será o custo de produzir ainda mais. Terá de recorrer a madeira proveniente de zonas menos acessíveis ou, de qualquer outra forma, menos favoráveis; terá de contratar operários menos especializados ou pagar vencimentos mais elevados para atrair operários especializados de outros setores. Agora, porém, o preço mais elevado permite-lhe suportar esses custos mais elevados, fornecendo-lhe assim o incentivo de que necessita para aumentar a produção e os meios para o fazer.

Os preços fornecem igualmente um incentivo a agir com base em informação relativa não apenas à procura dos bens, mas também à forma mais eficiente de os produzir. Suponha, por exemplo, que determinado tipo de madeira passa a escassear, tornando-se desse modo mais dispendiosa do que outra. O fabricante de lápis obtém essa informação através do aumento do preço do primeiro tipo de madeira. Como o seu rendimento, também ele, é determinado pela diferença entre vendas e custos, ele passa a ter um incentivo a economizar na utilização desse tipo de madeira. Para recorrer a um exemplo diferente, o facto de ser mais económico para os madeireiros utilizar uma motosserra ou uma serra manual depende do preço da primeira e da segunda, da quantidade de trabalho exigido por cada uma e dos vencimentos pagos num e noutro caso. A empresa que faz a extração da madeira dispõe de um incentivo a adquirir o conhecimento técnico relevante e a combiná-lo com a informação transmitida pelos preços, com vista a minimizar custos.

Podemos igualmente considerar um caso mais fantasioso, que ilustra a subtileza do sistema de preços. O aumento dos preços do petróleo levado a cabo pelo cartel da OPEP em 1973 alterou ligeiramente o equilíbrio em favor da serra manual, ao aumentar os custos de operação da motosserra. Se este exemplo parece demasiado rebuscado, considere o efeito relativo da utilização de camiões com motores a gasóleo ou camiões movidos a gasolina para retirar os troncos das florestas e levá-los à serração.

Para levar este exemplo um pouco mais longe, o preço mais elevado do petróleo, na medida em que lhe foi permitido ocorrer, provocou o aumento do custo dos que utilizavam produtos petrolíferos, relativamente a produtos que os utilizavam em menor medida. Os consumidores tinham assim um incentivo para mudar de uns para outros. O exemplo mais óbvio são as mudanças ocorridas de carros grandes para carros pequenos, e de aquecimento com base em combustíveis petrolíferos para aquecimento por carvão ou madeira. Para divagar ainda um pouco mais, para feitos mais remotos: na medida em que o preço relativo da madeira foi aumentado pelo custo mais elevado de a produzir ou pela maior procura de madeira enquanto fonte energética de substituição, o preço mais elevado daí resultante para os lápis de carvão deu aos consumidores um incentivo para economizar nos lápis! E assim sucessivamente, numa variedade infinita de exemplos.

Discutimos até agora os efeitos dos incentivos em termos de produtores e consumidores. Mas eles produzem-se também relativamente a trabalhadores e proprietários de outros recursos produtivos. Uma procura mais elevada de madeira tenderá a gerar aumentos nos salários dos lenhadores. Isso constitui um sinal de que há maior procura para esse tipo de trabalho do que anteriormente. Os salários mais elevados oferecem aos trabalhadores um incentivo para agir com base nessa informação. Alguns trabalhadores até aí indiferentes a serem lenhadores ou fazerem qualquer outra coisa poderão agora optar por ser lenhadores. Mais jovens que fazem a sua entrada no mercado de trabalho poderão tornar-se lenhadores. Também aqui a interferência por parte do governo, através, por exemplo, da instituição do salário mínimo, ou dos sindicatos, através da restrição das entradas, podem

distorcer a informação transmitida ou impedir os indivíduos de agir livremente com base nessa informação (ver Capítulo 8).

A informação relativa aos preços – quer se trate de salários em diferentes atividades, rendas de terrenos, ou retorno do capital proveniente de diferentes usos – não é a única informação relevante para decidir que utilização dar a determinado recurso. Pode nem sequer ser a informação mais importante, particularmente sobre a forma de utilizar o próprio trabalho da pessoa. Essa decisão depende ainda dos interesses e capacidades da pessoa – daquilo a que o grande economista Alfred Marshall chamou o todo das vantagens e desvantagens de uma ocupação, sejam elas monetárias ou não monetárias. A satisfação no trabalho pode compensar um salário baixo. Pelo contrário, um salário alto pode compensar um trabalho desagradável.

Distribuição do Rendimento

O rendimento que cada pessoa recebe através do mercado é determinado, como vimos, pela diferença entre os recebimentos obtidos pela venda de bens e serviços e os custos em que incorre para os produzir. Os recebimentos consistem predominantemente em pagamentos diretos pelos recursos produtivos que possuímos – pagamentos por trabalho, ou pela utilização de terra, edifícios ou outras formas de capital. O caso do empresário – como por exemplo o fabricante de lápis – é diferente na forma, mas não na substância. Também o seu rendimento depende de quanto possui de cada recurso produtivo e do preço que o mercado estabelece para os serviços associados a esses recursos, embora, no seu caso, o principal recurso produtivo que possui possa ser a capacidade de organizar uma empresa, coordenar os recursos que utiliza, assumir riscos, e assim sucessivamente. Pode também possuir alguns dos outros recursos produtivos utilizados na empresa, caso em que parte do seu rendimento deriva do preço de mercado para os serviços a eles associados. Do mesmo modo, a existência da grande empresa moderna não altera as coisas. Falamos em termos gerais do «rendimento da empresa», ou dizemos que o «negócio» gera determinado rendimento. Trata-se de linguagem figurativa. A grande empresa constitui um intermediário entre os seus proprietários – os acionistas – e os recursos que não o capital