

Como devem os preços ser definidos?

Henry Hazlitt

Tradução:

Ana Laura Amado

Pedro Almeida Jorge



+Liberdade

Como devem os preços ser definidos?

“Como devem os preços ser definidos?” Há uma resposta curta e simples para esta pergunta: os preços devem ser definidos pelo mercado.

Esta resposta está correta, mas é necessário elaborá-la um pouco mais para responder ao problema prático de se é ou não sensato o controlo dos preços por parte do governo.

Comecemos pelo mais básico: os preços são determinados pela oferta e pela procura. Se a procura relativa de um produto aumenta, os consumidores estarão dispostos a pagar mais por ele. A disputa dos consumidores obrigá-los-á a pagar individualmente mais pelo produto e permitirá aos produtores receber mais por ele. Isso aumentará as margens de lucro destes produtores em particular, o que tenderá, por sua vez, a atrair mais empresas para este ramo de produção e a induzir as empresas já existentes a investirem mais capital na sua produção. O aumento da produção tenderá a reduzir novamente o preço do produto, bem como a margem de lucro do seu fabrico. O maior investimento em novos equipamentos poderá diminuir o custo de produção; por outro lado – e em particular se nos referirmos a algum tipo de indústria extrativa, como a do petróleo, do ouro, da prata, ou do cobre – a maior procura e a maior produção poderão aumentar esse custo. Seja como for, o preço terá um certo efeito na procura, na produção e no custo, tal como estes, por sua vez, afetarão o preço. Os quatro – procura, oferta, custo e preço – interrelacionam-se. Uma mudança num deles induzirá mudanças nos outros.

Interrelações de preços diretas e indiretas

Tal como a procura, a oferta, o custo e o preço de qualquer produto estão todos interrelacionados, também os preços de todos os produtos estão relacionados entre si. Estas interrelações são tanto diretas como indiretas. As minas de cobre podem produzir prata como subproduto. Isso representa uma interrelação de produção. Se o preço do cobre for demasiado alto, os consumidores podem substituí-lo por alumínio em muitos dos seus usos. Essa é uma interrelação de substituição. Dácron e algodão são ambos usados em

Artigo baseado numa palestra dada em setembro de 1966 no encontro da Mont Pèlerin Society em Tóquio.

camisas que não precisam de ser passadas a ferro; isso é uma interrelação de consumo.

Para além destas ligações relativamente diretas entre os preços, existe uma interconexidade inevitável entre todos os preços. Um fator de produção genérico, a mão-de-obra, pode ser desviado, a curto ou a longo prazo, direta ou indiretamente, de uma linha de produção para qualquer outra. Se o preço de um produto aumenta, e os consumidores não estiverem dispostos ou não o puderem substituir por outro, serão forçados a consumir ligeiramente menos de outra coisa qualquer. Todos os produtos estão em concorrência pelo dinheiro do consumidor; e uma mudança em qualquer preço afetará um número indefinido de outros preços.

Assim sendo, não há um único preço que possa ser considerado em si mesmo um objeto isolado. Está interrelacionado com todos os outros preços. É precisamente através dessas interrelações que a sociedade é capaz de resolver o imensamente difícil e sempre variável problema de como alocar a produção entre milhares de diferentes produtos e serviços de modo a que cada um deles possa ser fornecido da forma que mais se adequa à urgência relativa do desejo ou necessidade de o obter.

Dado que o desejo e a necessidade, bem como a oferta e o custo, de cada produto ou serviço estão constantemente a mudar, os preços e as relações que estes têm entre si estão também em constante mudança. Eles mudam anualmente, mensalmente, semanalmente, diariamente, de hora a hora. As pessoas que pensam que os preços normalmente se mantêm nalgum ponto fixo – ou que podem ser mantidos a algum nível considerado “certo” – fariam bem em passar uma hora a observar o ecrã de cotações da bolsa de valores, ou a ler o relatório diário dos jornais sobre o que aconteceu ontem no mercado cambial e nos mercados do café, do cacau, do açúcar, do trigo, do milho, do arroz e dos ovos; ou no do algodão, das peles, da lã e da borracha; ou no do cobre, da prata, do chumbo e do zinco. Essas pessoas vão-se aperceber que nenhum desses preços se mantém o mesmo. É por isso que as constantes tentativas dos governos de baixar, aumentar, ou congelar determinado preço, ou de congelar a interrelação dos salários e preços exatamente onde se encontrava em determinada data, estão destinadas a causar perturbações sempre que não forem simplesmente inúteis.

Apoio aos preços dos artigos de exportação

Começemos por considerar os esforços governamentais para manter os preços altos, ou para os aumentar. Os governos tentam fazer isto sobretudo com bens que constituem o principal produto de exportação dos seus países. Assim o Japão o fez uma vez com a seda e o Império Britânico com a borracha natural; o Brasil tem-no feito e ainda o faz periodicamente com o café; e os Estados Unidos têm-no feito e ainda o fazem com o algodão e com o trigo. A teoria é que aumentar o preço destes produtos de exportação só pode trazer benefícios e não causar prejuízos a nível interno, porque aumentará os rendimentos dos produtores nacionais e fá-lo-á quase completamente à custa dos consumidores estrangeiros.

Todos estes esquemas seguem um curso típico. Cedo se descobre que o preço do produto não pode ser aumentado a não ser que a oferta seja primeiro reduzida. Isto pode levar, no início, à imposição de restrições à área de cultivo. Mas o preço mais elevado dá um incentivo aos produtores para aumentar a sua produção média por hectare, plantando o produto protegido apenas nos seus hectares mais produtivos e utilizando fertilizantes, irrigação e mão-de-obra de forma mais intensiva. Quando o governo descobre que isto está a acontecer, recorre à imposição de controlos quantitativos a cada produtor. Estes baseiam-se normalmente na produção que cada produtor apresentou ao longo dos últimos anos. O resultado deste sistema de quotas é excluir quaisquer novos concorrentes, bem como manter todos os produtores existentes na sua atual posição relativa, levando, portanto, a que os custos de produção permaneçam elevados, por se eliminarem os principais mecanismos e incentivos para a sua redução. Os reajustes necessários estão, portanto, impedidos de se realizarem.

Porém, enquanto isso, as forças do mercado continuam a funcionar nos países estrangeiros. Os estrangeiros recusam-se a pagar o preço mais alto. Reduzem as suas compras do produto revalorizado ao país valorizador, e procuram outras fontes de abastecimento. O preço mais alto oferece um incentivo a outros países para começarem a produzir o produto revalorizado. Foi assim que o esquema britânico da borracha levou os produtores holandeses a aumentar a produção de borracha nas dependências holandesas. Isto não só levou a que os preços da borracha descessem, como levou a que os britânicos perdessem a sua anterior posição monopolista. Além disso, o esquema britânico causou animosidades com os Estados Unidos, o principal consumidor, e

estimulou o desenvolvimento, que acabou por ser bem-sucedido, da borracha sintética. Da mesma forma, sem entrar em pormenores, os esquemas do café do Brasil e os do algodão da América deram um incentivo tanto político como de preço a outros países para iniciar ou aumentar a produção de café e de algodão, e tanto o Brasil como os Estados Unidos perderam as suas anteriores posições monopolistas.

Enquanto isso, em casa, todos estes esquemas requerem a criação de um elaborado sistema de controlos e uma elaborada burocracia para os formular e aplicar. O sistema tem de ser elaborado, porque é preciso controlar cada produtor. Uma ilustração do que acontece pode ser encontrada no Departamento da Agricultura dos Estados Unidos. Em 1929, antes da criação da maioria dos esquemas de controlo das culturas, havia 24 mil pessoas empregadas no Departamento de Agricultura. Hoje, em 1966, há 109 mil. Estas enormes burocracias, é claro, têm sempre um interesse instalado para encontrar razões que justifiquem a continuação e alargamento dos controlos que elas foram contratadas para fazer cumprir. E, obviamente, estes controlos restringem a liberdade dos indivíduos e criam precedentes para futuras restrições.

Nenhuma destas consequências parece desencorajar os esforços governamentais de aumentar os preços de determinados produtos acima do que de outro modo seriam os seus níveis no mercado concorrencial. Ainda temos acordos internacionais para o café e acordos internacionais para o trigo. Uma curiosa ironia é que os Estados Unidos foram um dos responsáveis pela organização do acordo internacional do café, apesar de a sua população ser a que mais consome café e, portanto, a vítima mais imediata do acordo. Outra ironia é o facto de os Estados Unidos imporem quotas de *importação* de açúcar, que necessariamente discriminam a favor de algumas nações exportadoras de açúcar e, portanto, contra outras. Estas quotas obrigam todos os consumidores americanos a pagar preços mais elevados pelo açúcar, para que uma pequena minoria de produtores americanos de cana de açúcar possa obter preços mais elevados.

Escusado será dizer que estas tentativas de “estabilizar” ou aumentar os preços de produtos agrícolas primários *politiza* todas as decisões relativas aos preços e à produção e cria atrito entre as diferentes nações.

Contenção de preços

Concentremo-nos agora nos esforços governamentais para baixar os preços ou pelo menos para impedi-los de subir. Estes esforços ocorrem repetidamente em quase todas as nações, não só em tempo de guerra, mas sempre que há inflação. O processo típico é algo assim: O governo, por qualquer razão, segue políticas que aumentam a quantidade de dinheiro e crédito. Isto inevitavelmente leva ao aumento dos preços, mas não é popular entre os consumidores. Portanto, o governo promete que irá “atuar firmemente” contra novos aumentos de preços.

Digamos que o governo começa pelo pão, pelo leite e por outros bens essenciais. A primeira coisa que acontece, assumindo que ele consegue fazer cumprir os seus decretos, é a descida ou até mesmo a eliminação da margem de lucro dos produtores marginais de bens de primeira necessidade, ao passo que a margem de lucro da produção de bens e serviços de luxo se mantém igual ou sobe. Isto reduz e desencoraja a produção dos bens de primeira necessidade sujeitos a controlos e encoraja, em termos relativos, o aumento da produção de bens e serviços de luxo. Ora, este resultado é exatamente o oposto ao que os controladores de preços tinham em mente. Se, depois, o governo tentar prevenir este desencorajamento da produção dos bens sujeitos a controlos, por meio de decretos que mantenham em baixa o custo das matérias-primas, da mão-de-obra e dos outros fatores de produção neles incluídos, ver-se-á obrigado a começar a controlar preços e salários em círculos cada vez mais abrangentes, até finalmente tentar controlar o preço de tudo.

Mas se tentar fazer isto de forma rigorosa e consistente, irá dar consigo a controlar literalmente milhões de preços e biliões de relações cruzadas entre preços. Serão fixadas rigidamente quotas de alocação a cada produtor e a cada consumidor. Obviamente, os controlos terão de ser pormenorizadamente estendidos tanto aos importadores como aos exportadores.

É necessária flexibilidade nos preços

Se um governo continuar, por um lado, a criar mais dinheiro, enquanto, por outro, mantém rigidamente os preços em baixa, isso irá causar imensos danos. Convém também notar que, mesmo que o governo não esteja a inflacionar a moeda, se ele tentar manter tanto os preços absolutos como os relativos

exatamente onde se encontravam, ou tiver instituído uma chamada "política de rendimentos" ou "política salarial" redigida de acordo com alguma fórmula mecânica, isso causará danos cada vez mais sérios, pois, num mercado livre, mesmo quando o chamado "nível" dos preços não varia, todos os preços estão constantemente a mudar uns em relação aos outros. Eles respondem às alterações dos custos de produção, da oferta e da procura de cada produto ou serviço.

Estas variações dos preços, tanto absolutas como relativas, são na sua esmagadora maioria tanto necessárias como desejáveis, pois elas retiram capital, mão-de-obra e outros recursos da produção de bens e serviços menos procurados, para os redirecionarem para a produção de bens e serviços mais procurados. As variações dos preços ajustam a produção às constantes alterações da procura, produzindo milhares de bens e serviços nas quantidades relativas em que são socialmente desejados. Estas quantidades relativas mudam todos os dias. Por conseguinte, os ajustamentos de mercado e os incentivos de preços e salários que levam a estes ajustamentos têm também de mudar todos os dias.

O controlo dos preços distorce a produção

O controlo dos preços reduz, desequilibra, distorce e descoordena sempre a produção, tornando-se progressivamente prejudicial com a passagem do tempo. Mesmo um preço fixado ou uma relação de preços que possa parecer "correta" ou "razoável" no dia em que é aplicada pode tornar-se cada vez mais irrazoável ou impraticável.

O que os governos nunca entendem é que, no que diz respeito a qualquer mercadoria em concreto, a cura para os preços altos são os preços altos. Preços altos levam à economia no consumo e estimulam e aumentam a produção. Ambos esses efeitos aumentam a oferta e tendem a baixar novamente os preços.

Muito bem, alguém poderá dizer; então o controlo dos preços por parte do governo é em muitos casos prejudicial. Mas até agora tens falado como se o mercado fosse governado por uma concorrência perfeita. Mas então e os mercados monopolistas? E os mercados em que os preços são controlados ou fixados por grandes empresas? Não deveria o governo intervir aqui, nem que fosse apenas para reforçar a concorrência ou para introduzir o preço que a verdadeira concorrência traria se ela existisse?

Medos injustificados de um monopólio

Os receios da maioria dos economistas relativamente aos males do “monopólio” têm sido injustificados e certamente excessivos. Em primeiro lugar, é bastante difícil chegar a uma definição satisfatória de monopólio para efeitos económicos. Se apenas existir uma droguaria, barbearia ou supermercado numa pequena localidade isolada (e isto é uma situação comum), pode dizer-se que esta loja disfruta de um monopólio naquela localidade. Mais uma vez, pode dizer-se que cada pessoa disfruta de um monopólio sobre as suas próprias qualidades e talentos. Yehudi Menuhin tem o monopólio de tocar violino como Menuhin; Picasso tem o monopólio da produção de quadros de Picasso; Elizabeth Taylor tem o monopólio da sua beleza e *sex appeal* particulares; e assim por diante, em qualidades e talentos inferiores de todos os tipos.

Por outro lado, quase todos os monopólios se encontram limitados pela possibilidade de substituição. Se as tubagens em cobre tiverem um preço demasiado elevado, os consumidores podem substituí-las por aço ou plástico; se o preço da carne de vaca for demasiado alto, os consumidores podem substituí-la por carne de borrego; se a verdadeira rapariga dos teus sonhos te rejeitar, podes sempre casar com outra pessoa. Assim, quase todas as pessoas, produtores ou vendedores podem aproveitar-se de um “quase-monopólio” dentro de certos limites, mas muito poucos vendedores são capazes de explorar esse monopólio para lá de determinados limites. Nos últimos anos, tem havido uma literatura tremenda a lamentar a ausência de concorrência perfeita; poder-se-ia ter dado igual ênfase à ausência de um monopólio perfeito. Na vida real, a concorrência nunca é perfeita, mas o monopólio também não.

Incapazes de encontrar muitos exemplos de monopólios perfeitos, alguns economistas têm-se assustado a si próprios nos últimos anos ao conjurarem o espectro do “oligopólio”, a concorrência de poucos. Mas chegaram às suas conclusões alarmantes apenas por terem inserido nas suas próprias *hipóteses* todo o tipo de acordos secretos ou entendimentos tácitos imaginários entre grandes unidades produtoras e deduzindo quais poderiam ser os resultados.

Ora, o mero *número* de concorrentes numa determinada indústria pode ter muito pouco a ver com a existência de concorrência efetiva. Se a General Electric e a Westinghouse competem efetivamente entre si, se a General Motors e a Ford e a Chrysler competem efetivamente entre si, e por aí em diante (e ninguém que

tenha tido uma experiência direta com estas grandes empresas pode duvidar de que, predominantemente, é esse o caso), então o resultado para os consumidores, não só no preço, mas na qualidade do produto ou serviço, é não só tão bom como se tivesse sido trazido por concorrência atomística, mas na verdade muito melhor, porque os consumidores têm a vantagem das economias de grande escala e da investigação e desenvolvimento de grande escala que as pequenas empresas não conseguiriam suportar.

Um estranho jogo de números

Os teóricos do oligopólio têm tido uma influência nefasta na divisão antimonopólio do departamento de justiça e nas decisões judiciais. Os procuradores e os tribunais têm vindo recentemente a jogar um estranho jogo de números. Em 1965, por exemplo, um tribunal distrital federal sustentou que uma fusão que tinha ocorrido entre dois bancos da cidade de Nova Iorque quatro anos antes era ilegal, e que agora tem de ser dissolvida. O banco fundido não era o maior da cidade, mas apenas o terceiro maior; a fusão havia de facto possibilitado que o banco competisse mais eficazmente contra os seus dois maiores concorrentes; os seus ativos totais continuavam a representar apenas um oitavo dos da totalidade dos bancos da cidade; e a fusão em si havia reduzido o número de bancos independentes em Nova Iorque de 71 para 70. (Deveria ainda acrescentar que, nos quatro anos a seguir à fusão, o número de sucursais bancárias na cidade de Nova Iorque aumentou de 645 para 698.) O tribunal concordou com os advogados do banco que “o público em geral e as pequenas empresas têm beneficiado” das fusões bancárias na cidade. Ainda assim, prosseguiu o tribunal, “práticas inofensivas em si, ou até mesmo aquelas que trazem benefícios para a comunidade, não podem ser toleradas quando tendem a criar um monopólio; as práticas que restringem a concorrência são ilegais independentemente do quão benéficas possam ser.”

Por acaso, é curioso notar que, embora acreditem ser necessário proibir uma fusão já efetuada de modo a aumentar o número de bancos na cidade de 70 para 71, os políticos e os tribunais não demonstrem tal insistência numa concorrência de grandes números quando se trata de partidos políticos. A teoria dominante nos Estados Unidos é a de que apenas dois partidos políticos são suficientes para oferecer aos eleitores americanos uma escolha real; que, quando existem mais do que dois, isso apenas causa confusão e as pessoas não são verdadeiramente

servidas. Ora, esta teoria política é igualmente acertada quando aplicada ao domínio económico. Se realmente competirem uma com a outra, duas empresas são suficientes para criar concorrência efetiva numa determinada indústria.

Preços monopolísticos

O verdadeiro problema não é se há ou não um “monopólio” no mercado, mas sim se há ou não preços monopolísticos. Um preço monopolístico pode surgir quando a resposta da procura é tal, que o monopolista consegue obter um rendimento líquido mais elevado, se vender uma menor quantidade do seu produto a um preço mais alto, do que se vender uma maior quantidade a um preço mais baixo. Assume-se que, desta forma, o monopolista consegue praticar um preço mais elevado do que o que teria prevalecido sob “concorrência pura.”

A teoria de que pode existir algo semelhante a um preço de monopólio, que é mais elevado do que teria sido um preço competitivo, é certamente válida. A verdadeira questão é: quão *útil* é esta teoria, tanto para o suposto monopolista, na decisão da sua política de preços, como para o legislador, para o procurador, ou para o tribunal, na formulação de políticas antimonopólio? O monopolista, para conseguir explorar a sua posição, tem de saber qual é a “curva da procura” do seu produto. Mas ele não sabe; só pode tentar adivinhar; tem de tentar descobrir por tentativa e erro. E o que o monopolista deve ter em mente não é a simples resposta não-emocional dos consumidores ao preço; é o efeito que a sua política de preços provavelmente terá no comportamento do consumidor, podendo cair nas suas “boas graças” ou então despertar a sua animosidade. Mais importante ainda, o monopolista deve considerar o efeito da sua política de preços tanto no encorajamento como no desencorajamento da entrada em cena de novos concorrentes. Ele pode até decidir que a sua política mais sensata a longo prazo é fixar um preço não superior ao que pensa ser o que a concorrência pura fixaria, e talvez até um pouco mais baixo.

Seja como for, na ausência de concorrência, ninguém *sabe* qual seria o preço “competitivo”. Assim sendo, ninguém sabe exatamente quão mais alto do que um preço “competitivo” é um preço “monopolístico” existente, e ninguém pode ter a certeza se este é sequer superior àquele!

Contudo, a política antimonopólio, pelo menos nos Estados Unidos, assume que os tribunais conseguem saber quão mais alto é um preço alegadamente monopolístico ou “conspiratório” em comparação com o preço competitivo que

se poderia ter verificado em concorrência. Isto porque, quando existe uma alegada conspiração para fixar preços, os compradores são encorajados a processar judicialmente o triplo do montante que alegadamente foram forçados a “pagar em excesso”.

Rejeitar a fixação de preços

A nossa análise leva-nos à conclusão de que os governos devem abster-se, sempre que possível, de tentar fixar tanto preços máximos como mínimos seja para o que for. Naturalmente, nos casos em que nacionalizaram um qualquer serviço – os correios, ou as ferrovias, o telefone ou a eletricidade – terão de estabelecer uma política de preços. E onde concederam licenças de monopólio – para metropolitanos, ferrovias, telefones ou companhias de energia – terão certamente de considerar que restrições de preço deverão impor.

Quanto à política antimonopólio, seja qual for a situação em vigor nos outros países, eu sou testemunha de que nos Estados Unidos esta política não revela praticamente nenhuns sinais de consistência. É incerta, discriminatória, retroativa, caprichosa e cheia de contradições. Nenhuma empresa hoje em dia, nem mesmo uma empresa de tamanho moderado, consegue saber quando será acusada de violar as leis antimonopólio, ou porquê. Tudo depende do preconceito económico de um determinado tribunal ou juiz.

Há uma imensa hipocrisia a este respeito. Os políticos fazem discursos eloquentes contra “os monopólios”. Mas depois impõem tarifas e quotas de importação com o intuito de proteger os monopólios e afastar a concorrência; concedem licenças de monopólio a empresas de autocarros ou de comunicações; aprovam direitos de autor e patentes monopolísticas; tentam controlar a produção agrícola para permitir preços agrícolas monopolísticos. Mais do que isso, não só permitem, como impõem monopólios laborais aos empregadores, e obrigam-nos legalmente a “negociar” com esses monopólios, permitindo ainda a esses monopólios laborais imporem as suas condições através da intimidação física e da coerção.

Suspeito que a situação intelectual e o clima político a este respeito não são muito diferentes noutros países. Sair do presente caos regulamentar é, naturalmente, uma tarefa para os juristas, bem como para os economistas. Da minha parte, faço uma modesta sugestão: podemos encontrar muita ajuda no velho direito consuetudinário, que proíbe a fraude, a deturpação e toda a

intimidação e coerção *físicas*. “A finalidade da lei”, [como John Locke nos lembrou no século XVII](#), “não é abolir ou restringir, mas preservar e alargar a liberdade”. E assim podemos hoje dizer que, no domínio económico, o objetivo da lei não deve ser o de constranger, mas sim o de maximizar a liberdade dos preços e do mercado.

INSTITUTO +LIBERDADE, 2021

info@maisliberdade.pt

NOTA

O conteúdo do presente documento pode ser partilhado e reproduzido para fins de uso pessoal, científico ou pedagógico, devendo obrigatoriamente incluir devida referência aos indivíduos nele mencionados e ao Instituto +Liberdade. Qualquer outra reprodução, nomeadamente para exploração comercial, republicação ou alteração, é estritamente proibida sem a permissão do Instituto +Liberdade e dos seus autores, salvo o disposto em lei em vigor em Portugal.

A menos que tal seja expressamente indicado, os pontos de vista dos autores do presente documento não são necessariamente, em toda a sua abrangência, os do Instituto +Liberdade.