

# A utopia dos mercados transparentes

A **melhor tradição** das Ciências Sociais estabelece uma cisão radical entre os mercados e os valores mais importantes da existência humana. A certificação, capaz de orientar os mercados para que sirvam a finalidades estabelecidas por valores—justiça, Igualdade e preservação ambiental, por exemplo —, é, à primeira vista, uma contradição em seus termos. Ou, pior, não passa de propaganda enganosa.

Desde Michel de Montaigne (1533-1592) até o Iluminismo do século XVIII, os interesses dos indivíduos associam-se àquilo que, na *Fábula das Abelhas*, Bernard de Mandeville (1670-1733) chamou de vícios privados. É bem verdade que Adam Smith (1723-1790) fez imenso esforço para mostrar que a busca do auto-interesse, no plano material, que dá origem à virtude pública da prosperidade, não pode ser moralmente condenada. Mas ele mesmo reconhecia que, quanto mais cada um de nós volta-se para seus próprios negócios — com a condição importante de que todos igualmente o façam —, maiores são as chances\* de uma ordem social justa. A capacidade de o cervejeiro e o açougueiro proverem os bens de que necessitamos não se origina em sua compaixão pela humanidade, mas na tentativa de ganhardinheiro. Sua própria honestidade é instrumental, como mostrou o célebre amigo de Adam Smith, David Hume (1711-1776), já que resulta tanto da concorrência

Capaz de guiar a produção e o consumo segundo valores como justiça, igualdade e preservação ambiental, a certificação é uma importante conquista pública. Mas pode ser objeto de captura por interesses privados



como do desejo de preservar a reputação e guardara clientela.

Este é, em grande parte, o ponto de partida da reflexão de Karl Marx (1818-1883) quando analisa — naquelas que estão entre as mais belas páginas do pensamento social de todos os tempos — o fetichismo da mercadoria. A opacidade e a intransparência são os traços decisivos do mundo das mercadorias. O processo social de cooperação entre os homens aparece travestido sob a forma de preços dos produtos. As decisões sobre como investir os recursos, no capitalismo,

escapam a qualquer modalidade de inteligência planejada e respondem ao que Marx chama de anarquia da produção. Apoiar a virtude pública da prosperidade sobre o vício privado da ignorância deliberada com relação ao que fazem os outros é a origem não só das crises, mas da devastação que acompanha inevitavelmente o capitalismo. Só o planejamento democrático e o uso diretamente social dos grandes meios de produção e troca poderiam contrapor-se a essa destruição.

A tradição dominante na economia tomou, evidentemente, rumo bem diferente daquele que marca a reflexão de Marx e consagrou a idéia de que, deixados a seu livre funcionamento, os mercados são capazes de sinalizar aos indivíduos abundância e escassez e, por aí, funcionam como os melhores mecanismos possíveis para alocação dos recursos em uma sociedade de massas. As imperfeições daí decorrentes — os efeitos externos indesejados do funcionamento dos mercados, conhecidos como externalidades — devem ser corrigidas basicamente pela intervenção do Estado por meio de taxas, incentivos e proibições. Mas a condição decisiva para o funcionamento da liberdade de mercado nesta tradição é idêntica à que marca o nascimento da economia política como ciência: o bem-estar social resulta das ações humanas voltadas à busca do auto-interesse e não das inten-

ções de um demiurgo capaz de orientar a sociedade sobre a melhor maneira de usar seus recursos.

## Inspirar confiança

Uma das mais importantes conquistas intelectuais da ciência econômica de nosso tempo está na constatação elementar de que a fluidez das operações relativas às trocas nas sociedades contemporâneas é extremamente problemática.

Em sociedades complexas, inspirar a confiança necessária às transações econômicas é extremamente custoso, razão pela qual as instituições têm a missão decisiva de reduzir os custos de transação, favorecer o reconhecimento dos direitos de propriedade e forçar o cumprimento dos contratos estabelecidos: as instituições desempenham papel decisivo para a conquista da prosperidade. Mas, mesmo na chamada nova economia institucional, os mercados preservam sua natureza opaca e o papel das instituições é reduzir a incerteza quanto a seu funcionamento.

Terá a certificação o poder de propiciar o surgimento de mercados transparentes, contrapondo-se, portanto, a essa larga tradição científica em que a vida social só pode se esconder — e nunca se revelar — nas operações mercantis? É possível a produtores e consumidores receberem dos mercados sinais confiáveis a respeito dos



impactos do uso de seus recursos sobre a sociedade e a natureza? O que está em jogo na resposta a estas perguntas é um tema estratégico para a mudança social nos dias de hoje: de que maneira, no âmbito de uma economia descentralizada, os atores sociais conquistam o poder de interferir sobre o uso dos recursos sociais.

A idéia de que essa interferência supõe a abolição do mundo das mercadorias e a generalização da propriedade social dos meios de produção marcou tragicamente a história do século XX e não se inclui hoje entre as aspirações mais importantes das forças de transformação do mundo contemporâneo. Ao mesmo tempo, deixar que o mercado responda de forma livre, autônoma, soberana e mecânica às aspirações sociais é condenar-se à destruição. Portanto, a interferência social consciente, voluntária e deliberada sobre o funcionamento dos mercados exprime o fato de que os atuais processos de mudança social não resultam apenas do que faz o Estado e da pressão sobre ele exercida, mas da capacidade com que atores associativos (junto com o Estado, bem entendido) terão de interferir sobre os comportamentos privados.

Se isso é verdade, o maior desafio da certificação não está tanto em garantir sua confiabilidade — o que já é difícil —, mas, sobretudo, em permitir que ela seja um caminho pelo qual interesses populares possam se exprimir, um exemplo do alcance e dos limites da certificação no âmbito do café orgânico e da madeira é oferecido por pesquisadoras do Núcleo de Economia Socioambiental da USP, do Instituto de Economia Agrícola e do Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement, o Cirad [Maria Célia SOUZA, Isabel Garcia Drigo e Marie-Gabrielle Piketty (2006). "Certificação do café orgânico e da madeira no Brasil: um caminho para a sustentabilidade?" *Informações Econômicas*, SP, v. 36, n. 11, nov, pp. 42-56.}. O trabalho mostra que o acesso dos produtores a mercados de qualidade é parte de uma luta social e supõe a detenção de contatos, capacidades, conhecimentos e organizações que não existem espontaneamente.

A certificação é uma conquista pública importante, mas pode ser objeto de captura por interesses privados e dar lugar a processos destrutivos de diferenciação social entre produtores. Sem a presença ativa do Estado

— tanto na fiscalização como no auxílio à edição de normas de funcionamento —, os resultados da certificação são precários, ingressar em métodos produtivos — ou de extração — passíveis de certificação exige um processo de transição custoso e para o qual não há financiamento público ou privado.

A certificação pode representar possibilidades inovadoras de geração de renda para os que estão em situação de pobreza ou, ao contrário, o fechamento de oportunidades a sua emancipação social. Qual destes caminhos vai prevalecer? Dependerá da capacidade de luta e, sobretudo, das habilidades sociais que os diferentes atores serão capazes de acumular durante a construção desses mercados.

*'Professor titular do Departamento de Economia da FEA, coordenador do Núcleo de Economia Socioambiental e pesquisador ao CNPq*