

ASPECTOS INSTITUCIONAIS DO FUNCIONAMENTO DOS MERCADOS

KERSTENETZKY, JAQUES

97ST1413

XXI Encontro Anual da ANPOCS

O tipo de abstração normalmente adotado pela Ciência Econômica conceitua mercado como local de encontro de oferta e demanda, sem preocupação com diferenças institucionais que possam estar envolvidas neste encontro. Adicionalmente, e de forma correlacionada, a troca(1) é não só vista como sendo sempre prática mercantil, como é frequentemente a própria representação de mercado. E mesmo uma escolha praticada por um indivíduo isolado, como na utilização da situação de Robinson Crusoe, pode ensejar o mesmo tipo de análise que a troca bilateral e o mercado. Mais especificamente, o mercado é visto tradicionalmente na Teoria Econômica como um mecanismo de determinação de preços e quantidades de equilíbrio, a partir da interação de compradores e vendedores. Na visão convencional do economista estão ausentes, enquanto mecanismo que é o mercado, os elementos institucionais(2) que promovem o fluxo de informações e o processo de entendimento que conduz compradores e vendedores a completar suas transações. O mercado é nesta visão, um padrão institucional único que, através da sinalização do sistema de preços, promove a alocação de recursos e coordena as decisões dos agentes econômicos baseadas em escolhas racionais e autônomas. Como padrão único, o mercado é tratado como parte do ambiente natural, um mecanismo auto-criado, auto-operante, que promove a ordem de maneira não-historicamente determinada. É a mão invisível que permite que os agentes produzam a ordem, interesse coletivo, ao seguir seus interesses individuais. (Kregel, 1990)

Diversamente, uma abordagem institucional dos mercados envolve a admissão da importância da sua diversidade organizacional no tempo e no espaço. Ou seja, o reconhecimento de que os desenhos institucionais, além de variáveis e sujeitos a evolução, ensejam consequências teóricas. Neste trabalho são selecionados autores que contribuem para a caracterização de mercados através da identificação de características institucionais essenciais a seu funcionamento.

Podemos, logo de início, rejeitar os casos mais extremos de não diferenciação analítica de mercado, troca bilateral ou decisões individuais de escolha à Robinson Crusoe com o auxílio de um argumento de Polanyi, para quem

Unless such a pattern [market] is present, at least in patches, the propensity to barter will find insufficient scope: it cannot produce prices.

(Polanyi, 1957, p.56)

O conceito de mercado; o que esta instituição proporciona

Hawtrey(1926) vê o mercado como uma construção lógica que se segue à divisão de trabalho, quando a produção excede as necessidades individuais. A oferta de produção para troca em bases contínuas traz a necessidade de encontrar quem dará a maior quantidade de bens na troca. Essa busca pode ser trabalhosa, e a solução envolve tornar a oferta conhecida pelo maior número de potenciais parceiros de troca. Se isto é feito por um agente, é também conveniente que os demais o façam. E mais, é conveniente que se faça em conjunto, de forma que todos saibam onde e quando buscar os bens a adquirir. Este é um mecanismo de conhecimento público. Seu efeito é remover diferenças nos termos de troca, porque ninguém irá pagar ou receber por algo em desvantagem em relação a alternativas.

Hawtrey(1926) aponta também que o desenvolvimento da divisão de trabalho e do mercado cedo trazem oportunidade para intermediários:

...selling is a very different function from producing. If the producer has to give time and thought to find buyers, and labour to carrying his produce to market, he will find his regular occupation interfered with. Likewise ...consumer[s] ... cannot afford to give up an indefinite amount of time to finding what he wants to

buy and agreeing a price. ...it becomes imperative to relieve the main body of people of such encroachments upon their time and thought. The need can be met by a further application of the division of labour. Marketing must be itself made a separate occupation.

(Hawtrey, 1926, pp 15,16)

Esta discussão pode ser desenvolvida com o emprego do conceito de custos de transação. O tempo e o esforço de encontrar compradores por parte do vendedor e vice-versa recebeu de Coase em 1937 uma atenção especial, quando êle sugeriu o conceito de custos de marketing para representar os custos referentes à utilização do mercado, ou seja, os custos em que os participantes incorrem para se inteirarem dos preços que estão sendo praticados, e para negociar e concluir um contrato com quem estão transacionando. Este conceito de custos de marketing foi desenvolvido e expandido para custos de transação pelos neo-institucionalistas, corrente de pensamento econômico contemporânea que tem no texto de 1937 de Coase a sua referência seminal.

A oportunidade para a existência do intermediário que o texto de Hawtrey acima sugere pode ser explicada com o conceito de custos de transação. O intermediário, ao reunir transações de mesma natureza ou de natureza correlata, pode a um só tempo obter ganhos na troca e reduzir os custos de transação das pessoas com quem negocia, obtendo ganhos que se explicam por economia de escala.

É importante observar que os custos de produção e de transação não têm existência independente, empregando uma análise da passagem da auto-suficiência para a troca:

Once self-sufficiency is abandoned, [...], production assumes the role of production for exchange, and thus for the market. The reason for the existence of the market is the benefits from the specialisation and the division of labour.

(Pitelis, 1993)

O que é mais importante, o mesmo tipo de raciocínio pode e deve ser aplicado ao desenvolvimento da troca, ou seja, ao crescimento econômico, à expansão dos mercados. Se desde Adam Smith está claro que as forças produtivas se desenvolvem com a divisão de trabalho, e o alargamento do mercado é que permite o avanço da divisão de trabalho, também é preciso levar em conta que o alargamento do mercado traz consigo dificuldades para sua exploração, devido ao aumento das distâncias, às dificuldades de informação, às dificuldades de reunir (em sentido abstrato) compradores e vendedores. A solução destas dificuldades não se apresenta em um único padrão de organização, mas com diversidade institucional.

Porque e como os economistas se abstraem da diversidade institucional dos mercados

Os primeiros economistas neoclássicos estavam cientes desta diversidade, tendo no entanto dela se abstraído na elaboração de seus modelos. Ao que parece, esta abstração se tornou um hábito inconsciente na profissão, dada a falta de referência a esta discussão nos economistas mais modernos. Nestas seção é abordado o pensamento de quatro fundadores da escola neoclássica que, reconhecendo a diversidade dos mercados, procuraram argumentar em prol da abstração consistente em um padrão institucional único.

Para Walras(1983), que conceitua o mercado no âmbito de sua discussão de valor de troca das mercadorias, simplesmente, "mercado é o lugar onde se trocam as mercadorias." (Walras, 1983, Lição V, parágrafo 41). Valor de troca e mercado são analisados sob o "império" da concorrência, em que

O valor de troca abandonado a si mesmo produz-se naturalmente. Como compradores, os permutadores aumentam os lances, como vendedores, oferecem em liquidação, e seu concurso produz assim certo valor de troca das mercadorias, ora ascendente, ora descendente, ora estacionário. Segundo essa concorrência funcione de forma melhor ou pior, o valor de troca produz-se de maneira mais ou menos rigorosa.

(idem)

É assim que Walras admite a diversidade dos mercados, para então supor em sua teoria um "mercado perfeitamente organizado em relação à concorrência", da mesma forma que a Física faz abstração do atrito. O

trecho a seguir reproduz a diversidade da organização dos mercados conforme vista por Walras, começando pela caracterização de algo bastante próximo ao extremo superior de Marshall analisado mais adiante, e passando para o espectro entre os extremos:

Os mercados mais bem organizados em relação à concorrência são aqueles nos quais as vendas e compras são feitas por pregões, por intermédio de agentes como os agentes de câmbio, corretores e zangões, que as centralizam, de tal modo que nenhuma troca é feita sem que sejam anunciadas e conhecidas as condições e sem que os vendedores possam oferecer em liquidação e os compradores possam aumentar os lances. Assim funcionam as Bolsas de Fundos Públicos, as Bolsas de comércio, os mercados de cereais, de peixes, etc. Ao lado desses mercados, existem outros onde a concorrência, embora bem menos regulada, funciona ainda de uma maneira bem conveniente e satisfatória: são os mercados de frutos, legumes e de aves. As ruas de uma cidade onde se encontram magazines e lojas, padarias açougues, mercearias, alfaiatarias, sapatarias são mercados com uma organização um pouco mais defeituosa em relação à concorrência, mas onde ela se faz sentir suficientemente. É ainda a concorrência, incontestavelmente, que preside a fixação do valor das consultas de médicos e advogados, das sessões de músicos e de cantores etc.

(idem)

Walras é explícito em dizer que seu modelo de equilíbrio geral é uma grande abstração destinada a conhecer as leis segundo as quais a riqueza social é comprada e vendida:

Enfim, o mundo pode ser considerado como um vasto mercado geral e composto de diversos mercados específicos onde a riqueza social é vendida e comprada, e, para nós, trata-se de conhecer as leis segundo as quais essas vendas e compras tendem por si sós a serem feitas. Para isso suporemos sempre um mercado perfeitamente organizado em relação à concorrência, como em Mecânica Pura primeiro supõe-se máquinas sem atrito.

(idem)

Note-se que a discussão acima admite a afirmação de que, para Walras, o melhor funcionamento da concorrência depende de sua regulação!

Observe-se também que, para Walras, esta abstração significa metodologicamente tratar do caso geral (para depois ir ao particular), à semelhança de um físico que escolhe um noite clara para observar o céu, e não uma noite encoberta (Walras, 1983, lição V, parágrafo 43)

Em Walras, o céu de uma noite clara corresponde à concorrência que ocorre em um mercado bem organizado como a Bolsa de Fundos Públicos de Paris, de sua época, que ele descreve no parágrafo 42 da lição V do Compêndio. E, embora seu modelo de equilíbrio geral reflita esta sua escolha, que é a escolha de um desenho institucional, ele é generalizado para toda a economia.

A última afirmação acima pode ser qualificada à luz da questão da existência ou não existência da figura do leiloeiro walrasiano. Embora Walras nunca mencione o leiloeiro, este existe porque a teoria do equilíbrio geral se espelha no funcionamento dos mercados organizados acima caracterizados, nas diversas passagens em que Walras discute a convergência para o equilíbrio, cuja característica principal seria a de partir-se de um conjunto de preços criados ao acaso e suceder a uma série de ensaios de novos conjuntos de preços, reduzindo-se os preços onde a oferta supera a demanda e aumentando-se aqueles onde ocorre o contrário, até que se chegue ao conjunto de preços de equilíbrio, que dará efetivamente lugar às trocas - segundo a caracterização de um processo de tâtonnement. E, ainda que os mercados de pregão não sejam universais, o modelo de equilíbrio geral é elaborado como caso geral, tendo Walras fé no mercado em geral como mecanismo para atingir o conjunto de preços de equilíbrio, mesmo em suas porções não organizadas, sendo por isto impossível apontar no texto do autor a figura do leiloeiro, que é uma figura de interpretação.

Já Marshall parte de um conjunto de questões a respeito de características dos bens que, de acordo com a forma como se apresentam, definem a amplitude de seu mercado. Elas são o caráter universal (em oposição a individual, específico) da demanda, a facilidade com que a mercadoria pode ser descrita, classificada e dela retirada uma amostra representativa, sua durabilidade e seu valor em relação ao peso e volume. Estas

características são importantes para o relacionamento comercial à distância, e podem fazer com que a mercadoria seja de uso generalizado, padronizável e portátil, sendo exemplo extremo de mercadorias com essas características os metais preciosos e alguns títulos financeiros; podem impedir o seu comércio por intermediários atacadistas, como no caso de bens de uso específico; ou ainda restringir a amplitude do mercado às localidades vizinhas da produção, como no caso de perecíveis ou bens de elevado peso e/ou volume em relação ao valor.(19)

De acordo com esta caracterização, Marshall oferece uma primeira classificação na análise de mercados, com referência à amplitude dos mercados:

...at the one extreme are world markets in which competition acts directly from all parts of the globe; and at the other those secluded markets in which all direct competition from afar is shut out, though indirect and transmitted competition may make itself felt even in these. And about midway between these extremes lie the great majority of the markets ...

(Principles, V,I,5)

A proximidade ao extremo superior caracteriza maior perfeição do mercado, com

stronger tendency for the same price to be paid for the same thing at the same time in all parts of the market.
(Principles, V,I,2)(4)

É digno de nota que competição em Marshall não requer o grande número de agentes ou a homogeneidade de produto da versão standard da concorrência perfeita. É suficiente a existência de

check to extreme prices by the power on the one side of selling, and on the other of buying elsewhere.
(Principles, V,I,5)

Para isto, é importante que não ocorra uma situação em que

dealers [...] are able to combine, and thus fix an artificial monopoly price; that is, a price determined with little direct reference to cost of production, but chiefly a consideration of what the market will bear.
(Principles,V,I,5)

Este é o risco dos mercados isolados da primeira citação de Marshall, restritos à operação local e correspondendo a bens perecíveis e volumosos. Mas mesmo nesse caso, afirma Marshall na citação, alguma competição (sob a forma de limite a preços extremos) pode se fazer sentir sob a forma de outros mercados vizinhos, caracterizando a competição "indireta e transmitida" da penúltima citação. O número infinito de ofertantes e demandantes não é necessário, e Marshall apresenta análise no lugar desta suposição.

A amplitude dos mercados ou a influência de outros mercados são assim as condições que garantem o limite a preços extremos. De qualquer forma, a situação da maior parte dos mercados a meio caminho dos dois extremos é o argumento de Marshall para elaborar sua análise sob a suposição de condições competitivas generalizadas. Como consequência, preço único e mercado podem ser considerados um padrão geral, ao menos como modelo, apesar da diversidade identificada. E, mais uma vez, a abstração se faz no sentido de propor um padrão único de funcionamento de mercados.

Em sua definição de mercado, Jevons(1965) dá destaque às condições de conhecimento:

By a market I shall mean two or more persons dealing in two or more commodities, whose stocks and intentions of exchanging are known to all. It is also essential that the ratio of exchange between any two

persons should be known to all others. It is only so far as this community of knowledge extends that the market extends.
(Jevons, 1965, p.84)

As condições de conhecimento são proporcionadas por arranjos institucionais. Destas condições depende o grau de perfeição dos mercados. Jevons dá destaque ao trabalho dos corretores:

It is the work of brokers in any extensive market to organise change, so that every purchase shall be made with the most thorough acquaintance with the conditions of trade. Each broker strives to gain the best knowledge of the conditions of supply and demand, and the earliest intimation of any change. He is in communication with as many other traders as possible, in order to have the widest range of information, and the greatest chance of making suitable exchanges. It is only thus that a definite market price can be ascertained at every moment, and varied according to the frequent news capable of affecting buyers and sellers. By the mediation of a body of brokers a complete consensus is established, and the stock of every seller or the demand of every buyer brought into the market.

(idem, pp. 86-7)

É importante destacar as considerações de Jevons a respeito dos preços como resultado desse estado de conhecimento, e a concepção de uma única razão de troca para uma mercadoria uniforme em um dado momento.

Em Menger podemos encontrar observações que são uma antecipação da noção de custos de transação, embora se deva considerar que as questões pertinentes estão apenas indicadas, e a sugestão é apenas uma menção, sem desenvolvimento de suas potencialidades teóricas. Menger considera que as operações de troca encerram sacrifícios econômicos:

Se as pessoas e suas posses (as economias humanas) não estivessem separadas pelo fator espaço, e se, em decorrência disso, a transferência de bens de um proprietário para outro não exigisse normalmente a movimentação de bens e muitos outros sacrifícios econômicos, reverteria para os dois participantes da permuta todo o lucro resultante das transações efetuadas. Isso só ocorre raramente. [...] não será fácil deparar com um só caso, na vida real, em que uma operação de troca não envolva despesa econômica, ou, pelo menos, dispêndio de tempo.

Adicionalmente, Menger aponta que esses custos não são imutáveis, pois

A evolução da economia tende a reduzir os respectivos sacrifícios, possibilitando, assim, o estabelecimento da troca, antes impraticável, entre países distantes.

O trecho acima, se desenvolvido historicamente e institucionalmente, indicaria que o desenvolvimento do mercado - o crescimento econômico, em outras palavras - se faz com mudanças institucionais que reduzem custos de transação.

Menger faz ainda referência aos agentes que participam dos arranjos institucionais do mercado:

É também nisso que reside a fonte de renda de centenas de intermediários comerciais que, por não contribuírem diretamente para a produção e, portanto, para o aumento da quantidade de bens, não raro são considerados improdutos.

(Menger, 1983, capítulo IV, p.330)

No momento em que a cultura de um povo atinge certo grau, e com a progressiva divisão de trabalho, costuma surgir uma categoria específica de profissionais, os agentes comerciais. Essa categoria de pessoas possibilita e facilita o comércio, não somente encarregando-se do mecanismo de operações comerciais (embalagem e transporte, distribuição e conservação, etc. dos bens), como também fazendo levantamento do

acervo dos bens disponíveis. [...] essa categoria de profissionais, [...] tem interesse especial em coletar e divulgar dados e informações sobre os chamados estoques de bens disponíveis [...]

(Idem, cap.II, p.267)

Os autores tratados acima possuem em comum o reconhecimento da diversidade dos mercados, e/ou do conteúdo institucional da promoção do encontro entre compradores e vendedores, em especial quanto à maneira como as informações são reunidas, de maneira a possibilitar a formação de preços, e de expectativas, e de dar suporte à ação de participantes do mercado. Dentre as soluções para este papel dos mercados está a presença de corretores ou de dealers, ou ainda sua ausência, no caso de situações em que as atividades de market making são verticalizadas pelos produtores. Está claro que esta diversidade tem caráter institucional, no sentido de que dá forma, orienta e canaliza a ação de compradores e de vendedores, estabelecendo padrões para sua ação. É também institucional em um sentido mais recente, o de que envolve custos de transação, ou seja, envolve arranjos, esforços, acordos, que são extra-produção, mas que são fundamentais para que a produção possa ocorrer, circular, realizar-se.

A inconveniência teórica de fazer abstração dessa diversidade é apontada por Jan Kregel(1992):

...a theory that is a description of a particular market form of market organization cannot be used to analyze the evolution of market organization. On the other hand, as experience has shown us, it can be impervious to changes in the overall structure of the economy, for it can always introduce special ad hoc assumptions to explain anomalies among its basic assumptions and the evolution of the actual economy.
(Kregel, 1992)

A importância da consideração de aspectos institucionais para a compreensão do funcionamento dos mercados pode ser ilustrado pela análise de Kregel(1988) da evolução da Bolsa de Nova Iorque. Ela revela como a bolsa evoluiu frente aos problemas trazidos pelo crescimento na atividade de comercialização de ações, ou seja, as soluções trazidas pela mudança institucional aos problemas de comercialização. Até 1870 a bolsa de Nova Iorque era organizada de forma similar ao call system(5) continental, no qual corretores reuniam ordens de compra e venda de seus clientes e tornavam-nas conhecidas através de sua operação na call list diária, à qual tinham monopólio de acesso, e impedimento de negociar em seu próprio nome. A organização de tipo call system lembra (e de fato inspirou) a representação walrasiana da formação de preços, através da qual um leiloeiro apregoa preços, fixando aquele que iguala oferta e demanda para cada item da lista. O agrupamento das transações no espaço e no tempo - o exchange floor, e o momento do pregão oficial resultava em transparência e caracterizava a operação de um mercado público de Braudel.(6)

O crescimento do mercado na forma de um maior número de participantes e de ações na lista levou a problemas de "superpopulação" da bolsa e de demora na execução da lista. Isto foi ainda agravado pelo progresso nas comunicações como telefones e stock tickers. Os problemas levaram à reorganização das transações. O mercado de maiores dimensões requeria a divisão da lista em um número de listas negociadas em postos, mas isto trazia a dificuldade dos corretores em estarem presentes em vários postos a um só tempo. A solução foi a substituição do leiloeiro pelos especialistas, com a tarefa de negociar e atribuir preços às ações nos postos. A característica distintiva da nova organização foi o papel de market maker do especialista, que agora negociava de forma contínua, em contraste com o pregão discreto do leiloeiro, assumindo posições em seu nome. As novas tecnologias de comunicação permitiam a difusão de informações sem demandar a presença física dos corretores.

A análise esclarece que o modelo de leilão adotado pelo mainstream como representação de mercado, ao invés de ser irrealista como sugerem inúmeras críticas, tem suas verdadeiras limitações no seu caráter específico, não generalizável. De fato, a análise de Walras seria uma boa descrição da bolsa de Paris de seu tempo, mas não da bolsa de Londres da mesma época, ou das bolsas do século XX.

Elementos teóricos para uma abordagem institucional dos mercados

Nesta seção são abordados algumas contribuições no sentido de um tratamento dos mercados levando em conta sua diversidade e seu conteúdo institucional.

Algumas dessas contribuições são classificações para a diversidade dos mercados. Como se verá, essas classificações são bastante semelhantes em termos dos mercados que devam se enquadrar em cada categoria. Além da compatibilidade que pode, neste sentido, ser apontada entre os autores que se seguem, serão encontradas descrições de mercados de uma mesma categoria, desenvolvidas por diferentes autores, que são complementares.

Em sua discussão da diversidade dos mercados, Block(1991) localiza os mercados onde a coordenação se dá exclusivamente através de preços no topo das formas alternativas de mercado, em uma classificação contínua dos mercados de acordo com o "grau de mercantilização",⁽⁷⁾ um critério para comparação de diferentes tipos de arranjos para organização de transações, inspirado na idéia dos mercados puros da teoria econômica, onde os agentes se guiam exclusivamente pela sinalização dos preços:

...we can construct a continuum of the marketness of economic transactions with spot markets at the high end of the scale and transactions organized through organizational hierarchies at the low end. High marketness means that there is nothing to interfere with the dominance of price considerations, but as one moves down the continuum to lower levels of marketness, non-price considerations take on greater importance. It is not as though prices are irrelevant under conditions of low marketness; it is just that they compete with many other variables, so that one would expect price differences to be much larger before they led actors to respond.

(Block 1991, p.89)

O critério é, no entanto, oferecido por Block com a intenção de criticar a visão liberal que associa desenvolvimento à elevação do grau de mercantilização. Block contra-argumenta que mesmo elevado grau de mercantilização envolve institucionalidade, o que pode ser constatado na organização de mercados de títulos e de commodities. E nega que o grau geral de mercantilização na economia se tenha elevado com o desenvolvimento do capitalismo, notando que em uma avaliação da economia americana entre os anos 1850 e 1950,

that features that reduced the marketness of society in 1850 have disappeared or faded in importance, but they have been replaced by new features that reduce marketness in different ways.

(Block, 1991)

Dentre estas características se encontra a emergência de novos tipos de bens, mercados e organizações, relacionadas às grandes corporações que caracterizam o capitalismo norte-americano no século XX. Mais do que criticar argumentos liberais, o grau de mercantilização sugerido por Block pode ser usado como ferramenta de análise de mercados. A relação impessoal e o papel primordial das considerações sobre os preços em mercados com elevado grau de mercantilização confere aos agentes que neles atuam a possibilidade de efetuar cálculos mais definidos sobre a lucratividade de decisões e cursos de ação, ainda que a incerteza esteja envolvida. O fato é que a incerteza se refere apenas à dimensão preço, permitindo maior facilidade do cálculo. Quando os mercados envolvem outras dimensões, mesmo sendo os vínculos de clientela elementos de redução de incertezas e auxílio à coordenação, há um número muito maior de fatores a levar em conta nas decisões, incluindo habilidades especiais e conhecimento que são resultado da trajetória específica dos agentes. (8)

Em Braudel se encontra uma distinção entre mercados públicos e mercados privados. Mercados públicos apresentam transparência, com cada participante conhecendo as regras e resultados, com lucros moderados e ao alcance do cálculo. Mercados privados, por sua vez, se desenvolvem nas oportunidades de trocas externas à circunscrição dos mercados públicos. Neles, os mercadores vão diretamente aos produtores, compram através de encomendas, remetem as mercadorias ao exterior. As transações são individuais, baseadas em arranjos financeiros arbitrários de acordo com a situação. O segredo é importante para a preservação das oportunidades lucrativas. As categoria de mercados públicos e privados são compatíveis com a discussão do grau de marketness de Block.

Obviamente a qualificação de mercado público ou privado se aplica de forma mais precisa a alguns mercados do que a outros. No caso de alguns mercados é interessante acentuar seu caráter público ou privado; outros são de difícil qualificação, situando-se a meio caminho entre as duas categorias. No entanto, esta que pareceria uma limitação das categorias, enriquece a análise histórica dos mercados: um mesmo mercado pode

ter seu caráter público acentuado ou reduzido pela mudança de práticas comerciais ou de sua organização - ou seja, pela mudança institucional.

Okun(1981) enfoca a questão do comportamento do consumidor, discutindo suas decisões sob o enfoque da escolha sob informação incompleta em mercados identificados como mercados de clientela, em contraste com os mercados de leilão (auction markets). Os mercados de leilão apresentam como agentes os produtores que geram novas ofertas, usuários que demandam os bens com o intuito de processá-los ou vendê-los ao consumidor final, e dealers que mantêm estoques e podem posicionar-se de ambos os lados do mercado. Já no caso dos mercados de clientela, as características distintivas são as etiquetas de preços, a informação limitada e a atividade de shopping ou search que se segue a esta limitação. A política de preços dos vendedores faz com que diferentes extratos da clientela (com diferentes procedimentos quanto à busca de preços) sejam atraídos, com diferentes margens de lucro. As buscas não são repetidas para cada compra, pois a informação obtida em compras anteriores contribui para as seguintes, dentro de limites.

É no entanto possível apontar uma limitação da análise de Okun: não estão claras as questões de formação de clientela no que se refere ao produtor e ao varejista. A atividade de shopping se refere à busca do ponto de venda ou do produto? de quem é a clientela? Se, como querem Hawtrey e Andrews, os varejistas têm a função de selecionar e hierarquizar os produtos para os consumidores, aumentando sua informação, a escolha de um produto pode se fazer com base na visita a um varejista especializado, onde se podem encontrar várias marcas de um produto à escolha; o procedimento de search de Okun parece referir-se mais à escolha do varejista, sendo deste a clientela. O fato de que Okun lança mão de um exemplo de search de uma farmácia é significativo a este respeito. De qualquer maneira, isto não invalida a dicotomia proposta por Okun, de mercados de clientela em contraposição de mercados de leilão. A limitação corre mais por conta de Okun não discutir o papel distinto assumido pelos industriais a partir do momento em que o aumento das escalas de produção, a diferenciação de produtos e as novas formas de organização empresarial das grandes corporações fez com que eles se envolvessem de forma plena no escoamento dos seus produtos aos consumidores através de investimentos em marketing, ao invés de simplesmente venderem sua produção aos comerciantes.

A ocorrência, a oportunidade e forma de apresentação de intermediários são um elemento teórico fértil para a compreensão da diversidade institucional dos mercados. Intermediários têm também entre suas funções a subdivisão de grandes volumes de produção em pequenas porções que possam alcançar o mercado consumidor, que é disperso. As estruturas de atacado e varejo são responsáveis por "fazer o mercado" para os produtores. Esta é uma questão que envolve um grande número de considerações, inclusive de mudança institucional. Um exemplo seria o caso de produtores especializados em apenas um de vários bens de uma "linha de bens de consumo". As economias de escala alcançadas na produção podem beneficiar-se de um atacadista que reúna vários produtos da "linha", fracionando o grande volume obtido entre varejistas dispersos em pontos próximos ao consumidor, que recebem toda a "linha".

O conceito de economias externas e de economia internas de Marshall também se aplica à análise de situações de mercado. Tais conceitos foram concebidos tendo em vista os custos de produção, sendo que as economias internas são referentes à redução dos custos que se segue a uma ampliação das dimensões de uma firma, ao passo que as economias externas são as reduções de custos de que as firmas se beneficiam com o aumento da dimensão da produção de um conjunto de firmas (daí o qualificativo de externas - externas à firma - em contraposição a internas - internas à firma); podem, no entanto, ser empregados para caracterizar como os custos de transação são enfrentados pelos participantes de um mercado. No caso dos mercados com grau de marketness mais reduzido, no conceito de Block, são importantes os vínculos de clientela, cuja formação e manutenção são objeto de investimentos individuais por parte de empresas. Os investimentos de empresas no estabelecimento de clientelas que caracterizam mercados privados e com reduzido grau de marketness resultam em rendimentos crescentes, economias de seu crescimento (economias internas), no sentido de que geram retornos crescentes que se manifestam tanto em custos de transação mais reduzidos quanto na possibilidade de fazer escoar escalas maiores de produção - ou seja, viabilizam rendimentos de escala na produção. Já os mercados públicos e de elevado grau de marketness reduzem custos de transação dos agentes individuais fazendo com que eles partilhem os custos de sua organização incluídas a obtenção e difusão das informações, e caracterizando economias do crescimento do conjunto dos agentes envolvidos - economias externas.

Por fim, a noção de custos de transação, se empregada para a análise das dificuldades e do esforço de agentes econômicos para obter informações relevantes sobre o mercado e participar de transações, e avaliação de mudanças institucionais, é um elemento de grande potencial em uma abordagem institucional dos mercados. Antes de concluir, uma questão: Seria uma das categorias das classificações o mercado da concorrência perfeita, que se tornou o paradigma do pensamento econômico do nosso século? Obviamente esta pergunta se refere aos mercados públicos de Braudel ou ao topo da classificação de grau de marketness de Block. A resposta é, ao mesmo tempo, sim e não. Sim, porque corresponderia a um ambiente onde a competição teria condições de desempenhar o papel que dela se espera quando se fala em concorrência perfeita. Sim porque se cumprem, ao menos aproximadamente, as condições de um número infinito de compradores e vendedores, livre entrada, perfeito (ou ao menos amplo) conhecimento e produto homogêneo. Mas não, porque para que isto ocorra é necessária regulamentação no mercado, vale dizer, institucionalidade, regras, controle. Não, porque as condições que definem a concorrência perfeita não fazem parte de um continuum, exatamente devido à institucionalidade acima que está ou não presente.

Conclusão

Mercados são, em primeiro lugar, instituições que agrupam transações de forma que características institucionais e, por vezes, agentes específicos são responsáveis pela tarefa de prover as informações que permitem o encontro de compradores e vendedores. É assim que diferentes mercados no tempo, no espaço ou em diferentes mercadorias resolvem de forma institucionalmente distinta o que é um problema ubíquo nas economias de mercado: o de "fazer o mercado". Algumas soluções, relativas a certos bens como os do extremo superior da classificação de vários autores aqui tratados, contam com uma organização institucional tangível, com edificações, corretores, regulamentos, autoridade e fiscalização, que permite o encontro de compradores e vendedores no tempo e espaço para transacionar bens homogêneos, de forma que a "lei do preço único" se cumpre de forma inequívoca.

Em outros mercados, podem ter importância intermediários que, em vez de atuar em instituições do tipo acima, estabelecem suas conexões, de forma que se tornam um vínculo e peça importante entre o produtor e o comprador final.

Pode ocorrer ainda que os próprios produtores encampem a atividade de fazer o mercado, estabelecendo a distribuição de seus produtos até o consumidor final, inclusive estendendo crédito.

No entanto, é fundamental compreender que mercados são instituições que geram e estruturam o conhecimento dos agentes. A existência de conjuntos de vendedores e compradores para uma mercadoria, que pode inclusive ser potencial, não traz por si só a realização de transações de forma a esgotar as possibilidades de negociação. O que se discutiu acima ressalta a importância do market making, e dos conteúdos institucionais que promovem o encontro de compradores e vendedores, dando-lhe forma e coordenação. Não é ocioso afirmar que isto vale para toda a variedade dos mercados, quer estejam ou não envolvidos intermediários, quer trate-se ou não de mercados de clientela.

A discussão acima indica ainda que a generalização ou idealização de uma das formas institucionais com que o encontro de compradores e vendedores se apresenta (como a concorrência perfeita), de forma a estabelecer critérios de política econômica, é um grande equívoco.

notas

1 Que pode ser um fato isolado.

2 Este trabalho adotará a definição de instituições a seguir:

[Institutions] are the framework within which human interaction takes place. [...] they consist of formal written rules as well as typically unwritten codes of conduct that underlie and supplement formal rules [...] (North, 1990, p.4)

3 É interessante observar que essas características apontadas por Marshall aparecem, e não por acaso, em outros autores como condições para outros aspectos do funcionamento dos mercados. São os requisitos para a especulação em Kaldor(1939), e condições para serem objetos de intermediação em Moss(1984). A

explicação para isto é que bens que cumprem estas condições podem ser objeto de transações impessoais, agrupamento de transações, flutuações de preços devido ao acúmulo de estoques à escala do mercado, etc.

4 deste ponto em diante será feita referência a esta tendência como "lei do preço único". Esta corresponde a uma generalização suposta por Marshall, com base no fato de que
though everyone acts for himself, his knowledge of what others are doing is supposed to be generally sufficient to prevent him from taking a lower or paying a higher price than others are doing.

(P,V,III,4)

5 Uma tradução para call system poderia envolver o vocábulo pregão. Foi mantida a expressão inglesa devido ao seu sentido específico, que seria perdido com a tradução. Isto fica claro com a exposição a seguir.

6 A distinção de mercados públicos e mercados privados de Braudel será tratada mais adiante.

7 grau de marketness, no original.

8 ...as observações acima são uma simplificação. A atuação em mercados com eleva grau de mercantilização também envolve, ainda que em muito menor medida, questões do tipo clientela. Por outro lado, aplica-se também a visão de Keynes da natureza especulativa do capitalismo, não restrita às atividades tradicionalmente consideradas especulativas, que seriam aquelas que correspondem ao extremo superior da escala de Block. Assim sendo, business organization e especulação são perversivos no capitalismo. A perspectiva de Block contribui mostrando como estes elementos se apresentam de forma institucionalmente diversa.

Referências Bibliográficas

BLOCK, Fred (1991). "Contradictions of SelfRegulating Markets". IN: M.MENDEL AND D. SALEE, The Legacy of Karl Polanyi. Market, State and Society at The End of the Twentieth century. London, Macmillan.

BRAUDEL, Fernand (1979). The Wheels Of Commerce. New York, Harper and Row.

BRAUDEL, Fernand (1977) Afterthoughts On Material Civilization And Capitalism. Baltimore, Johns Hopkins U.P.

COASE, R.H. (1937). "The nature of the firm". *Economica* 4.

HAWTREY, R.G. (1926). The Economic Problem. Hyperion Press, 1980. Reprint from London, Longmans.

JEVONS, William Stanley (1965) The Theory Of Political Economy. New York, Kelley, Reprints of Economic Classics.

KREGEL, Jan A. (1988). "Financial Innovation and the Organization of Stock Market Trading." *Banca Nazionale Del Lavoro Quarterly Review* 41(167):367386.

KREGEL, Jan A. (1992b). "Some considerations on the causes of structural change in financial markets". *Journal Of Economic Issues* 26(3):733747, sept. 1992.

MARSHALL, Alfred (1920). Principles Of Economics. London, Macmillan, 8th.ed.

MENGER, C. (1983). Principios de Economia Politica. São Paulo: Abril Cultural.

NORTH, Douglas C. (1990). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge: Cambridge University Press.

OKUN, Arthur M. (1981). prices and quantities. Washington, Brookings Institution.

PITELIS, Christos (1993). "On transaction (costs) and markets and (as) hierarchies". IN: C. PITELIS (ed) Transaction Costs, Markets And Hierarchies. Oxford, Blackwell.

POLANYI, Karl (1957). The Great Transformation: The Political And Economic Origins Of Our Time. Boston, Beacon Press.

WALRAS, L. (1983). Compendio dos Elementos de Economia Politica Pura. São Paulo: Abril Cultural.

Jaques Kerstenetzky

Professor Adjunto do Departamento de Economia da UFF.

XXI Encontro Anual da ANPOCS