

FICHA TÉCNICA

Título original: *What Money Can't Buy — The Moral Limits of Markets*

Autor: *Michael J. Sandel*

Copyright © Michael J. Sandel, 2012

Tradução © Editorial Presença, Lisboa, 2015

Tradução: *Alberto Gomes*

Imagem da capa: *Shutterstock*

Capa: *Sofia Ramos/Editorial Presença*

Composição, impressão e acabamento: *Multitipo — Artes Gráficas, Lda.*

1.^a edição, Lisboa, março, 2015

Depósito legal n.º 388 678/15

Reservados todos os direitos
para a língua portuguesa (exceto Brasil) à

EDITORIAL PRESENÇA

Estrada das Palmeiras, 59

Queluz de Baixo

2730-132 Barcarena

info@presenca.pt

www.presenca.pt

ÍNDICE

<i>Introdução — Mercados e moralidade</i>	13
A era do triunfalismo do mercado	16
Tudo à venda	18
Repensando o papel dos mercados	21
<i>1. Passar à frente na fila</i>	25
Balcões de atendimento prioritário	25
Faixas de rodagem prioritárias	27
O negócio de guardar lugares em filas	29
Açambarcamento de senhas para consultas médicas	32
Médicos de atendimento personalizado	34
O fundamento racional do mercado	37
Mercados <i>versus</i> filas	39
Mercados e corrupção	41
O que há de errado com a prática de açambarcar bilhetes?	44
Açambarcamento de reservas nos parques de campismo de Yosemite	44
Missas papais à venda	46
O mercado de Bruce Springsteen	46
A ética da fila	48

2. <i>Incentivos</i>	51
Dinheiro a troco da esterilização	51
A abordagem económica da vida	55
Pagar às crianças para tirarem boas notas	59
Subornos nos cuidados de saúde	63
Incentivos perversos	68
Multas <i>versus</i> taxas	73
A multa de 170 mil euros por excesso de velocidade	74
Infrações no metro e aluguer de vídeos	76
A política do filho único na China	77
Licenças negociáveis de procriação	78
Licenças negociáveis de emissão de poluentes	80
Créditos de carbono	85
Pagar para caçar um rinoceronte em vias de extinção	87
Pagar para matar uma morsa	90
Incentivos e dilemas morais	92
3. <i>Como os mercados excluem os princípios morais</i>	99
O que o dinheiro pode e não pode comprar	99
Pedidos de desculpa e discursos de casamento comprados	102
A argumentação contra a prática de oferecer presentes	104
A monetização dos presentes	110
Títulos honoríficos comprados	113
Duas objeções aos mercados	116
A exclusão de normas não mercantis	119
Depósitos de resíduos nucleares	120
Dia da doação e recolhas tardias de crianças nos infantários	123
O efeito da comercialização	126
Sangue à venda	128
Dois princípios fundamentais da crença no mercado	130
Economizar o amor	132

4. Mercados que transacionam em vidas e mortes	136
O «seguro dos porteiros»	137
Investimentos viáticos: aposte na sua própria vida	141
Apostas na morte	147
Uma breve história moral dos seguros de vida	150
O mercado de futuros de terrorismo	155
As vidas de desconhecidos	160
Títulos de obrigações da morte	166
5. Direitos de nome	169
Autógrafos à venda	170
A alma do negócio	175
Camarotes de luxo	179
A abordagem <i>moneyball</i>	182
Coloque aqui o seu anúncio	187
O que há de errado com o comercialismo?	191
<i>Marketing</i> municipal	196
Direitos de exclusividade sobre nadadores-salvadores e fornecimento de bebidas	196
Estações de metro e trilhos naturais	198
Viaturas da polícia e bocas de incêndio	200
Prisões e escolas	203
A compartimentação da vida quotidiana	208
<i>Agradecimentos</i>	211
<i>Notas finais</i>	214

INTRODUÇÃO

MERCADOS E MORALIDADE

Há algumas coisas que o dinheiro não pode comprar, mas, hoje em dia, são cada vez menos. Atualmente, quase tudo está à venda. Eis alguns exemplos:

- *Uma cela de prisão mais cómoda: 82 dólares por noite.* Em Santa Ana, na Califórnia, e noutras cidades, os delinquentes não violentos podem pagar por melhores instalações: uma cela limpa e sossegada, afastada das ocupadas pelos reclusos não pagantes.¹
- *Acesso à faixa de rodagem prioritária para quem conduz sozinho: oito dólares nas horas de ponta.* Mineápolis e outras cidades estão a tentar mitigar o congestionamento de tráfego permitindo que condutores que viajem sozinhos paguem para usar as faixas de rodagem prioritárias, sendo as taxas variáveis conforme a densidade do trânsito.²
- *Barrigas de aluguer indianas: 6250 dólares.* Os casais ocidentais que procuram barrigas de aluguer recorrem cada vez mais a esses serviços na Índia, onde o procedimento é legal e o preço é um terço inferior ao praticado nos Estados Unidos.³
- *O direito de imigrar para os Estados Unidos: 500 mil dólares.* Os estrangeiros que investirem 500 mil dólares e criarem pelo menos dez postos de trabalho numa área com elevada taxa de desemprego passam a reunir os requisitos para a obtenção de uma carta verde que lhes confere o direito de residência permanente.⁴
- *O direito de abater um rinoceronte-negro em vias de extinção: 150 mil dólares.* A África do Sul começou a permitir que os

proprietários de herdades vendam aos caçadores o direito de matarem um número limitado de rinocerontes, por forma a incentivar os proprietários a criarem e a protegerem essa espécie em vias de extinção.⁵

- *O número de telemóvel do seu médico: 1500 dólares ou mais por ano.* Um número crescente de médicos «personalizados» disponibiliza o acesso ao seu número de telemóvel e consultas no próprio dia a pacientes dispostos a pagarem taxas anuais que vão dos 1500 aos 25 mil dólares.⁶
- *O direito de emitir uma tonelada métrica de dióxido de carbono para a atmosfera: 13 euros.* A União Europeia criou um mercado de emissões de dióxido de carbono que permite às empresas comprarem e venderem o direito de poluir o ar.⁷
- *A admissão do seu filho numa universidade prestigiada: montante desconhecido.* Embora o preço não seja do domínio público, representantes de algumas das mais prestigiadas universidades relataram ao *The Wall Street Journal* que aceitam alunos que são tudo menos brilhantes e cujos pais abastados estejam dispostos a despende quantias substanciais de dinheiro.⁸

Nem todos podem dar-se ao luxo de comprar estas coisas. Mas hoje existem imensas maneiras de fazer dinheiro. Se você precisar de ganhar uns dinheiros extra, eis algumas possibilidades inovadoras:

- *Alugar espaço na sua testa (ou em qualquer outra parte do seu corpo) para exibir mensagens publicitárias: 777 dólares.* A companhia aérea Air New Zeland contratou trinta pessoas para raparem a cabeça e usarem tatuagens temporárias com o *slogan* «Precisa de mudar de ares? Não hesite. Atire-se de cabeça e viaje para a Nova Zelândia.»⁹
- *Servir de cobaia humana em testes de segurança de medicamentos para empresas farmacêuticas: 7500 dólares.* O montante a pagar pode ser maior ou menor, conforme o grau invasivo do procedimento usado para testar os efeitos do medicamento e o desconforto causado.¹⁰

- *Combater na Somália ou no Afeganistão ao serviço de uma empresa militar privada: entre 250 a mil dólares por dia.* O montante varia consoante as habilitações, experiência de combate e nacionalidade.¹¹
- *Ficar na fila durante uma noite inteira à frente do edifício do Congresso americano para guardar o lugar a um lobista que pretende assistir a uma sessão do Congresso: 15-20 dólares por hora.* Os lobistas pagam a empresas dedicadas a este negócio, as quais contratam sem-abrigo e outros indivíduos para ocuparem lugares nas filas.¹²
- *Se és aluno do segundo ano de escolaridade numa escola de Dallas com uma taxa de sucesso reduzida, lê um livro: dois dólares.* Por forma a incentivar o hábito da leitura, as escolas pagam aos miúdos por cada livro que leem.¹³
- *Se é obeso, perca seis quilos em quatro meses: 378 dólares.* Companhias de seguros e seguradoras de saúde oferecem incentivos financeiros aos seus segurados para perderem peso e adotarem comportamentos saudáveis.¹⁴
- *Comprar o seguro de vida de uma pessoa doente ou idosa, pagar os prémios anuais enquanto a pessoa está viva e depois usufruir do reembolso da indemnização por morte quando o segurado morrer: potencialmente milhões de dólares (dependendo do tipo de apólice).* Esta forma de apostar nas vidas de desconhecidos tornou-se uma indústria de 30 mil milhões de dólares. Quanto mais cedo o desconhecido morrer, maior é o lucro do investidor.¹⁵

Vivemos numa época em que quase tudo pode ser comprado e vendido. Ao longo das últimas três décadas, os mercados — e os valores de mercado — têm regido as nossas vidas de uma forma nunca antes vista. E não chegámos a esta situação devido a uma escolha deliberada. Foi quase como se nos tivesse caído em cima.

Quando a Guerra Fria acabou, os mercados e a ideologia de mercado gozavam de um prestígio sem paralelo, o que é compreensível. Nenhum outro mecanismo de organização da produção e da distribuição de bens se tinha revelado tão eficaz em gerar abundância e prosperidade. No entanto, algo mais estava a acontecer enquanto um número crescente de países espalhados pelo mundo incorporava

os mecanismos de mercado no funcionamento das suas economias. Os valores de mercado desempenhavam um papel cada vez maior na vida social. A economia estava a tornar-se um domínio imperial. Hoje, a lógica de compra e venda já não se aplica apenas a bens materiais, mas domina cada vez mais todos os aspetos da vida. Está na altura de nos perguntarmos se queremos viver desta forma.

A era do triunfalismo do mercado

Os anos que antecederam a crise financeira de 2008 corresponderam a um período inebriante e vertiginoso de crença no mercado e na desregulação — uma era de triunfalismo do mercado. A era começou no início da década de 1980, quando Ronald Reagan e Margaret Thatcher proclamaram a sua convicção de que o segredo para a prosperidade e liberdade residia nos mercados, não no governo. E tal visão estendeu-se pela década de 1990, com o liberalismo favorável aos mercados advogado por Bill Clinton e Tony Blair, que moderaram, mas consolidaram, a crença de que os mercados são o principal meio para se alcançar o bem público.

Hoje, esta crença suscita dúvidas. A era do triunfalismo do mercado chegou ao fim. A crise financeira não se limitou a lançar dúvidas sobre a capacidade dos mercados de distribuírem o risco de forma eficiente. Também desencadeou um sentimento generalizado de que os mercados se afastaram da moralidade e que necessitamos, de alguma forma, de os ligar de novo a ela. Mas o que isto implicaria, ou como devíamos fazê-lo, não é óbvio.

Há quem afirme que a ausência de princípios morais no âmbito do triunfalismo do mercado se deveu à ganância, que por sua vez levou a uma irresponsável propensão para assumir riscos. A solução, segundo esta visão, consiste em refrear a ganância, insistir numa maior integridade e responsabilidade dos banqueiros e dos executivos de Wall Street e decretar regulações sensatas, de modo a evitar que volte a ocorrer uma crise semelhante.

Trata-se, quando muito, de um diagnóstico parcial. Embora seja indubitável que a ganância desempenhou o seu papel na crise financeira, há um aspeto bem mais relevante na equação.

A mudança mais fatídica que se produziu durante as últimas três décadas não foi um aumento da ganância — foi a expansão dos mercados, e dos valores de mercado, para esferas da vida onde não pertencem.

Para lidar com esta situação, não nos basta protestar contra a ganância; precisamos de repensar o papel que os mercados devem desempenhar na nossa sociedade. Precisamos de um debate público sobre o que significa manter os mercados no seu devido lugar. E, para que isso aconteça, precisamos de refletir sobre os limites morais dos mercados. Precisamos de nos perguntar se há algumas coisas que o dinheiro não deve comprar.

A invasão dos mercados, e do pensamento orientado para o mercado, em aspetos da vida tradicionalmente regidos por normas não mercantis é um dos desenvolvimentos mais significativos dos nossos tempos.

Atente-se na proliferação de escolas, hospitais e prisões com fins lucrativos e na subcontratação da guerra a fornecedores militares privados. (No Iraque e no Afeganistão, os mercenários privados chegaram mesmo a superar em número as tropas militares americanas.¹⁶)

Considere-se o eclipse das forças policiais públicas pelas empresas de segurança privadas — sobretudo nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha, onde o número de seguranças privados é mais do dobro do número de agentes policiais públicos.¹⁷

Ou considere-se as agressivas campanhas de *marketing* das companhias farmacêuticas nos países ricos em relação a medicamentos sujeitos a receita médica. (Se alguma vez viu os anúncios nos noticiários da noite nos Estados Unidos, não seria de espantar se fosse levado a crer que o maior flagelo no mundo não é a malária, nem a oncocercose — cegueira dos rios —, nem a tripanossomíase — doença do sono —, mas sim uma feroz epidemia de disfunção erétil.)

Considere-se, também, a intromissão de campanhas publicitárias nas escolas públicas; a venda de «direitos de nome» para parques e espaços cívicos; o *marketing* de óvulos e esperma «modificados» na fecundação assistida; a contratação de barrigas de aluguer em países em vias de desenvolvimento; a compra e venda, por parte de

empresas e países, do direito a poluir; um sistema de financiamento de campanhas eleitorais que não está muito longe da permissão de compra e venda de eleições.

Este uso dos mercados para reger saúde, educação, segurança pública, segurança nacional, justiça penal, proteção ambiental, recreação, procriação e outros bens sociais era praticamente inaudito há 30 anos. Mas hoje aceitamo-lo quase como um dado adquirido.

Tudo à venda

Para quê preocuparmo-nos com o facto de estarmos a avançar para uma sociedade em que tudo está à venda?

Por duas razões: uma tem que ver com a desigualdade e a outra com a corrupção. Atentemos na desigualdade. Numa sociedade em que tudo está à venda, a vida é mais difícil para aqueles que têm escassos recursos. Quantas mais forem as coisas que o dinheiro pode comprar, maior importância adquire a riqueza (ou a falta dela).

Se a única vantagem da riqueza fosse a capacidade financeira de comprar iates, carros desportivos e férias extravagantes, as desigualdades nos rendimentos e na riqueza não teriam grande importância. Mas como o dinheiro serve para comprar cada vez mais coisas — influência política, cuidados médicos de qualidade, uma casa num bairro seguro (e não numa zona assolada pela criminalidade), acesso a escolas de elite e não a instituições com elevada taxa de insucesso escolar —, a distribuição dos rendimentos e da riqueza torna-se cada vez mais relevante. Numa sociedade onde todas as coisas boas são compradas e vendidas, ter dinheiro faz toda a diferença.

Isto explica por que razão as últimas décadas têm sido particularmente difíceis para as famílias pobres e da classe média. Não só o fosso entre ricos e pobres aumentou, como a mercantilização de tudo agravou o flagelo da desigualdade ao alargar o âmbito da importância do dinheiro.

A segunda razão pela qual devemos hesitar em pôr tudo à venda é mais difícil de descrever. Não tem que ver com desigualdade ou justiça, mas com a tendência corrosiva dos mercados. Atribuir um preço às coisas boas da vida pode corrompê-las, pois os mercados

não só distribuem bens como também manifestam e promovem determinadas atitudes em relação aos bens em circulação. Pagar a crianças para lerem livros pode incentivá-las a ler mais, mas também as ensina a encarar a leitura como uma tarefa e não uma fonte de satisfação intrínseca. Atribuir vagas na faculdade aos alunos que fizerem as licitações mais altas pode gerar receitas para a universidade, mas também pode erodir a integridade da instituição escolar e o valor dos diplomas que emite. Contratar mercenários estrangeiros para combaterem nas nossas guerras pode poupar as vidas dos nossos cidadãos, mas corrompe o significado de cidadania.

Os economistas partem muitas vezes do pressuposto de que os mercados são inertes, que não afetam os bens que são transacionados. Mas isso não é verdade. Os mercados deixam a sua marca. Às vezes, os valores de mercado excluem os valores não mercantis que merecem ser protegidos.

Obviamente que as pessoas não estão de acordo sobre que valores merecem ser preservados e porquê. Por conseguinte, para decidirmos aquilo que o dinheiro deve — e não deve — poder comprar, temos de decidir que valores devem reger os vários domínios da vida social e cívica. A reflexão sobre esta questão é precisamente o tema deste livro.

Eis uma antevisão da resposta que espero vir a dar: quando decidimos que determinados bens podem ser comprados e vendidos, estamos a decidir, pelo menos de forma implícita, que é apropriado tratá-los como mercadorias, como instrumentos de lucro e uso. Mas nem todos os bens são devidamente valorizados desta forma.¹⁸ O exemplo mais óbvio são os seres humanos. A escravidão era chocante porque tratava os seres humanos como mercadorias que podiam ser compradas e vendidas em leilão. Um tal tratamento não valoriza devidamente os seres humanos — como pessoas merecedoras de dignidade e respeito e não como instrumentos de obtenção de lucro e objetos de uso.

Algo semelhante pode ser dito em relação a outros bens e práticas que merecem ser preservados. Não permitimos que haja um mercado onde se possa comprar e vender crianças. Mesmo que os compradores não maltratassem as crianças que compraram, um mercado de crianças expressaria e promoveria uma forma errada de as valorizar. Felizmente, as crianças não são consideradas bens de consumo, mas seres dignos de amor e carinho. Ou considere-se

os direitos e as obrigações da cidadania. Se formos chamados para integrarmos um júri num julgamento, não podemos contratar um substituto para ocupar o nosso lugar. Nem permitimos que os cidadãos vendam os seus votos, mesmo que outros estejam desejosos de os comprar. E porquê? Porque acreditamos que os deveres cívicos não devem ser considerados propriedade privada, mas sim encarados como responsabilidades públicas. Subcontratar tais deveres é aviltá-los, é valorizá-los da forma errada.

Estes exemplos ilustram um aspeto mais amplo: algumas das coisas boas da vida são corrompidas ou degradadas quando convertidas em mercadorias. Portanto, para decidirmos a que domínios da vida o mercado pertence e de que esferas deve manter-se afastado, temos de determinar o modo como devem ser valorizados os bens em questão: saúde, educação, vida familiar, natureza, arte, deveres cívicos, etc. Trata-se de questões morais e políticas, e não meramente económicas. Para as resolvermos, temos de debater, caso a caso, o significado moral destes bens e a maneira correta de os valorizar.

Este é um debate que não foi levantado durante a era do triunfalismo do mercado. E o resultado foi que, sem nos darmos conta, sem nunca chegarmos a optar por seguir esse rumo, passámos de uma situação em que *tínhamos* uma economia de mercado para uma situação em que *somos* uma sociedade de mercado.

A diferença é esta: uma economia de mercado é uma ferramenta — uma ferramenta valiosa e eficaz — para organizar a atividade produtiva. Uma sociedade de mercado é uma forma de vida em que os valores de mercado se infiltram em todos os aspetos da atividade humana. É um lugar onde as relações sociais são moldadas à imagem do mercado.

O grande debate ausente da política contemporânea tem que ver com o papel e o alcance dos mercados. Queremos uma economia de mercado ou uma sociedade de mercado? Que papel devem ter os mercados na vida pública e nas relações pessoais? Como podemos decidir que bens devem ser comprados e vendidos e quais devem ser regidos por valores não mercantis? Que domínios da vida o imperativo do dinheiro não deve reger?

São estas as questões que este livro procura abordar. Como aludem a visões porventura pouco consensuais daquilo que uma socie-

dade digna e uma vida digna devem ser, não posso prometer respostas definitivas. Mas espero, pelo menos, suscitar uma discussão pública sobre estas questões e fornecer um enquadramento filosófico para refletirmos nelas a fundo.

Repensando o papel dos mercados

Mesmo que concordemos que precisamos de lidar com grandes questões acerca da moralidade dos mercados, podemos duvidar de que o nosso discurso público esteja à altura da tarefa. É uma preocupação legítima. Qualquer tentativa de repensar o papel e o alcance dos mercados deve começar por reconhecer dois obstáculos desencorajadores.

Um deles é o persistente poder e prestígio da lógica racional do mercado, mesmo no rescaldo do maior fracasso do mercado em oitenta anos. O outro é o rancor e o vazio do discurso público. Estas duas condições não são totalmente independentes uma da outra.

O primeiro obstáculo é intrigante. Na altura, a crise financeira de 2008 foi amplamente encarada como um veredito moral sobre a aceitação acrítica dos mercados, que tinha prevalecido durante três décadas em todo o espectro político. O quase-colapso das outrora poderosas empresas financeiras de Wall Street e a necessidade de resgates financeiros em grande escala à custa do dinheiro dos contribuintes pareciam prestes a desencadear uma reconsideração do papel dos mercados. O próprio Alan Greenspan, que nas suas funções de presidente da Reserva Federal americana foi o sumo sacerdote da crença triunfalista no mercado, confessou encontrar-se num «estado de descrença e choque» pelo facto de a sua confiança no poder dos mecanismos de autocorreção dos mercados livres se ter revelado errónea.¹⁹ A capa da revista *The Economist*, o periódico britânico pró-mercado, mostrou um manual de economia a derreter numa poça informe, sob o cabeçalho: «O QUE CORREU MAL NA ECONOMIA».²⁰

A era do triunfalismo do mercado tinha chegado a um final devastador. Seguramente que se imporia então um juízo moral, um período de reconsiderações sóbrias sobre a crença nos mercados. Mas as coisas não enveredaram por esse caminho.

O espetacular fracasso dos mercados financeiros pouco fez para reduzir a crença nos mercados em geral. Na verdade, a crise financeira desacreditou mais os governos do que os bancos. Sondagens realizadas em 2011 apuraram que o público americano culpava mais o governo federal do que as instituições financeiras de Wall Street pelos problemas económicos que o país enfrentava — com uma margem de mais de dois para um.²¹

A crise financeira tinha afundado os Estados Unidos, e grande parte da economia global, na pior recessão económica desde a Grande Depressão e deixou milhões de pessoas sem emprego. No entanto, não desencadeou uma reavaliação aprofundada dos mercados. Em vez disso, a sua consequência política mais notória nos Estados Unidos foi o surgimento do movimento Tea Party, cuja hostilidade face ao governo e aceitação dos mercados livres teria feito corar Ronald Reagan. No outono de 2011, o movimento Ocupar Wall Street fez ecoar os seus protestos através de cidades por todo os Estados Unidos e no mundo inteiro. Esses protestos visavam os grandes bancos e o poder das grandes empresas, bem como a crescente desigualdade de rendimentos e riqueza. Apesar das suas diferentes orientações ideológicas, tanto os ativistas do movimento Tea Party como os do movimento Ocupar Wall Street deram voz à indignação popular contra os resgates financeiros.²²

Não obstante essas vozes de protesto, um debate sério sobre o papel e o alcance dos mercados continua quase completamente ausente da nossa vida política. Democratas e republicanos discutem, como vêm fazendo há muito tempo, sobre impostos, despesa pública e défices orçamentais, com a diferença de que agora o fazem com um maior partidarismo, revelando pouca capacidade para inspirar ou persuadir. A desilusão com a política agravou-se à medida que os cidadãos se sentiam cada vez mais frustrados com um sistema político incapaz de agir em nome do bem público ou de abordar as questões que são mais importantes.

Este lamentável estado do discurso público é o segundo obstáculo a um debate sobre os limites morais dos mercados. Numa altura em que a argumentação política consiste principalmente em competições de gritos na televisão, acrimónia partidária na rádio e caóticas batalhas ideológicas nos corredores do Congresso, é difícil

de imaginar um debate público fundamentado sobre questões morais controversas, como a maneira certa de valorizar a procriação, as crianças, a educação, a saúde, o ambiente, a cidadania e outros bens. Mas acredito que esse debate é possível, e que fortaleceria a nossa vida pública.

Alguns veem na nossa política rancorosa um excesso de convicção moral: são muitos aqueles que acreditam em demasia nas suas próprias convicções e as apregoam de forma estridente, querendo impô-las a todos os outros. Penso que esta visão traduz uma interpretação errônea da nossa situação. O problema da política não reside no excesso mas sim na carência de argumentação moral. A nossa política é inflamada porque é essencialmente vaga, vazia de conteúdo moral e espiritual. Não abarca as grandes questões que preocupam as pessoas.

O vazio moral da política contemporânea tem origens diversas. Uma delas é a tentativa de banir as noções de qualidade de vida do discurso público. Na esperança de evitarmos as lutas sectárias, muitas vezes insistimos que os cidadãos devem pôr de lado as suas convicções morais e espirituais quando entram na praça pública. Mas apesar da sua boa intenção, a relutância em admitir argumentos acerca da qualidade de vida na política abriu caminho ao triunfalismo do mercado e à persistência da lógica racional do mercado.

À sua própria maneira, a lógica racional do mercado também esvazia a vida pública de argumentação moral. Parte do apelo dos mercados reside no facto de não fazerem juízos de valor sobre as preferências que satisfazem. Não perguntam se algumas formas de valorizar os bens são mais nobres, ou mais dignas, do que outras. Se alguém está disposto a pagar por sexo ou por um rim, e uma pessoa maior e vacinada estiver disposta a vender esse bem ou serviço, a única pergunta que o economista faz é: «Quanto é?» Os mercados não apontam um dedo reprovador. Não discriminam entre preferências admiráveis e abjetas. Cada uma das partes envolvidas no acordo decide por si mesma o valor a atribuir às coisas que estão a ser transacionadas.

Esta postura de abstenção de juízos em relação aos valores radica no cerne da lógica racional do mercado e explica grande parte do seu apelo. Mas a relutância em nos envolvermos em discussões

morais e espirituais, em conjugação com a nossa aceitação dos mercados, custou-nos um preço elevado: esvaziou o discurso público de energia moral e cívica e contribuiu para a política tecnocrática, de mera gestão administrativa, que hoje aflige muitas sociedades.

Um debate sobre os limites morais dos mercados permitir-nos-ia decidir, enquanto sociedade, em que situações os mercados servem o bem público e a que domínios da vida não pertencem. Também contribuiria para imprimir um novo vigor à política ao aceitarmos discutir, na praça pública, noções divergentes sobre a qualidade de vida. Pois de que outra forma poderiam ocorrer tais debates? Se concordamos que comprar e vender certos bens os corrompe ou degrada, então acreditamos que algumas formas de valorizar esses bens são mais apropriadas do que outras. Dificilmente faz sentido falar sobre corromper uma atividade — a paternidade, por exemplo, ou a cidadania — a menos que pensemos que determinadas maneiras de se ser pai, ou cidadão, são melhores do que outras.

Juízos morais deste teor subjazem às poucas limitações impostas aos mercados que ainda podemos observar. Não permitimos que os pais vendam os filhos ou que os cidadãos vendam os seus votos. E uma das razões para não o permitirmos é, francamente, de ordem moral: acreditamos que vender essas coisas as valoriza da forma errada e promove más atitudes.

Refletir sobre os limites morais dos mercados torna estas questões incontornáveis. Requer que raciocinemos juntos, na esfera pública, sobre a forma de valorizar os bens sociais que prezamos. Seria disparatado esperar que um discurso público moralmente mais robusto pudesse, mesmo na melhor das hipóteses, conduzir a um acordo sobre cada questão contestada. Mas contribuiria para uma vida pública mais saudável. E tornar-nos-ia mais conscientes do preço que pagamos por vivermos numa sociedade onde tudo está à venda.

Quando pensamos na moralidade dos mercados, pensamos em primeiro lugar nos bancos de Wall Street e na sua gestão temerária, em fundos especulativos, resgates financeiros e reformas de regulação. Mas o desafio moral e político que enfrentamos hoje é mais insidioso e mais mundano: repensar o papel e o alcance dos mercados nas nossas práticas sociais, nas relações humanas e na vida quotidiana.

PASSAR À FRENTE NA FILA

Ninguém gosta de esperar na fila. Às vezes, podemos pagar para evitar esse inconveniente. Há muito tempo que nos restaurantes chiques é prática corrente dar uma boa gorjeta ao chefe de mesa para encurtar a espera numa noite movimentada. Tais gorjetas são quase subornos e a transação é efetuada de forma discreta. Não há nenhum letreiro a anunciar um lugar imediato para aqueles que estão dispostos a colocar sorrateiramente uma nota de 50 dólares na mão do chefe de mesa. Mas, nos últimos anos, vender o direito de passar à frente na fila deixou de ser um procedimento sub-reptício e passou a prática comum.

Balcões de atendimento prioritário

As longas filas nos balcões de controlo de segurança dos aeroportos transformam as viagens aéreas num calvário. Mas nem todas as pessoas têm de esperar nas filas. Aqueles que compram bilhetes de primeira classe ou de classe executiva podem usar os balcões de atendimento prioritário, colocando-os à cabeça da fila para os rastreios de segurança. A British Airways chama-lhe Fast Track, um serviço que também permite aos passageiros de primeira classe passarem à frente na fila dos controlos de passaportes e de imigração.¹

Mas a maior parte das pessoas não pode dar-se ao luxo de viajar em primeira classe, de modo que as companhias aéreas começaram a oferecer aos passageiros de classe turística a possibilidade de comprarem o privilégio de passar à frente na fila, como uma

espécie de regalia *à la carte*. Mediante o pagamento de 39 dólares adicionais, a United Airlines vende aos passageiros a prioridade de embarcarem nos voos de Denver para Boston, juntamente com o direito de passarem à frente na fila dos controlos de segurança. Na Grã-Bretanha, o Aeroporto de Luton, em Londres, oferece uma opção ainda mais acessível de atendimento prioritário: esperar na longa fila dos controlos de segurança ou pagar três libras (cerca de 3,70 euros) e passar para a cabeça da fila.²

Aqueles que criticam este tipo de serviço afirmam que não deveria estar à venda um atendimento prioritário nos controlos de segurança dos aeroportos. Argumentam que os controlos de segurança são uma questão de defesa nacional e não um serviço do tipo espaço extra para estender as pernas ou privilégios de embarque antecipado; o ónus de impedir a entrada de terroristas nas aeronaves deve ser equitativamente partilhado por todos os passageiros. As companhias aéreas respondem a estas objeções referindo que todos os passageiros são submetidos ao mesmo nível de rastreio de segurança, e que apenas o tempo de espera varia conforme o preço pago. Afirmam que desde que todos os passageiros sejam sujeitos ao sistema de inspeção corporal, uma espera mais abreviada na fila dos controlos de segurança é um serviço que devem poder vender livremente.³

Os parques de diversões também começaram a vender o direito de passar à frente na fila. Por norma, os visitantes podem passar horas à espera nas filas para desfrutarem das atrações mais populares. Agora, o Universal Studios Hollywood e outros parques temáticos oferecem uma forma que evita a espera: por cerca do dobro do preço habitual da entrada vendem um passe que permite aos visitantes passarem para a cabeça da fila. O acesso prioritário a uma experiência emocionante na montanha-russa *A Vingança da Múmia* talvez acarrete um peso moral menor do que o acesso privilegiado aos controlos de segurança num aeroporto, mas, ainda assim, algumas pessoas lamentam esta prática, considerando-a uma corrosão de um hábito cívico saudável: «Longe vão os tempos em que a fila para entrar no parque temático era o grande meio de indiferenciação social», escreveu um comentador, «quando cada família em férias esperava pela sua vez de forma democrática.»⁴