

## Empresarialidade, criatividade e ética. Implicações para o direito de propriedade

José Manuel Moreira\*

*Professor Catedrático na Universidade Lusófona do Porto  
Diretor da Faculdade de Ciências Económicas, Sociais e da Empresa*

---

### Introdução

No debate sobre o empreendedorismo, o destaque costuma ser dado a Joseph Alois Schumpeter e ao processo de “destruição criativa”, que, partindo de teorias de equilíbrio, vê o empresário como desequilibrador do mercado. Afinal, uma força exógena que afasta a economia de um estado de equilíbrio para chegar, por fim, a outro, como resultado da “imitação”.<sup>31</sup> Levando-nos, desta fora, a supor que para se chegar a esse novo equilíbrio não se requer em absoluto, em princípio, um papel empresarial.

Uma visão da empresarialidade – preferível a empreendedorismo – que contrasta com a de Israel Kirzner que, na linha de Mises e Hayek, chama a atenção para o papel do empresário como agente de resposta, vendo-o, não como fonte de ideias inovadoras *ex nihilo*, mas como um ser *alerta* para oportunidades que já existem e que esperam alguém que as descubra. Esta atenção tende, por isso, a considerar que no desenvolvimento económico o verdadeiro empresário, mais que criar (ou inventar) oportunidades, cuida de saber como responder e aproveitar oportunidades que é capaz de descobrir, graças a uma qualidade inerente à nossa natureza e presente em toda a acção humana, e que, por isso, não

---

<sup>31</sup> Israel M. Kirzner, *Competição e atividade empresarial*, Instituto Ludwig von Mises, São Paulo, 2012, p. 72.

pode ser tida como um simples factor de produção, como acontece com a terra, o capital e o trabalho.<sup>32</sup>

Sabemos bem que em geral se olha para o empresário como alguém que faz jus ao lucro por correr riscos, por ter capital e *know how*, por ser quem dirige a empresa ou mesmo por trabalhar demais, esquecendo, contudo, que todos esses elementos podem ser substituídos: o capital pode ser tomado por empréstimo, o *know-how* comprado, o risco, segurado e a gestão contratada... A que se deverá então o lucro empresarial? Para Kirzner, a um elemento característico da actividade empresarial que não pode ser transferido – a não ser para outro empresário: a capacidade de descobrimento própria da função empresarial de *estar alerta* para oportunidades inexploradas.

“O empresário é a pessoa que contrata os serviços dos meios de produção. Entre esses, podem estar pessoas com melhor conhecimento de informações de mercado, mas o próprio facto de que esses detentores de informação contratados não a explorarem eles mesmos mostra que, talvez no seu sentido mais verdadeiro, esse conhecimento é possuído, não por eles, mas por aquele que os está a contratar. É esse que *sabe* quem escolher e onde encontrar os que dispõem das informações de mercado necessárias para localizar oportunidades de lucro.”<sup>33</sup>

Um entendimento do papel que a empresarialidade joga no *processo de mercado* que, ainda que crucial para a actividade economizante em geral, não se pode analisar em termos de economia, maximização, ou critérios de eficiência. Um elemento empresarial, essencial à tomada de decisões, que se fundamenta na tendência para procurar novos meios e descobrir recursos até aí desconhecidos. Esta tendência faz parte do *homo agens* (de

<sup>32</sup> Uma função vital do empresário no processo de mercado que, contudo, demorou a ser reconhecida e valorizada, tendo durante muito tempo sido ignorada ou confundida com a de capitalista ou mesmo com a de um executivo contratado, Israel M. Kirzner, *Competição e actividade empresarial*, p. 37.

<sup>33</sup> Kirzner, *Competição e actividade empresarial*, p. 67.

Mises), por contraposição ao *homo oeconomicus* de Robbins – *passivo, automático e mecânico* –, que se limita à eficiente adequação de meios dados a fins também dados. Um *homo agens* que faz com que a acção humana seja algo *activo, criador e humano*, dificultando a sua redução à linguagem matemática.<sup>34</sup>

## 1. Empresarialidade e ética

Percebe-se assim melhor o título do texto que serviu de apoio a parte significativa desta *Introdução* – “A função social do empresário e o processo equilibrador do mercado”<sup>35</sup> – e a nossa insistência na ideia de que para Kirzner a característica principal da empresarialidade não está em afastar-se da rotina, mas no aperceber-se de novas oportunidades que os outros não detectaram. Por outras palavras, mais que na introdução de novos produtos ou novas técnicas de produção, a verdadeira natureza da empresarialidade revela-se na capacidade de *ver* onde os novos produtos se tornam claramente valiosos para os consumidores, e onde os novos métodos de produção, sem que os outros o saibam, se tornaram viáveis.

Um contraste que corre paralelo à distinção entre competição como *situação versus* competição como *processo*<sup>36</sup>, que obriga à consideração da competição (termo formado por *cum*, com, e *petere*, pedir, atacar, buscar) como um processo criativo de descobrimento. Um processo dinâmico de *rivalidade* que não deve ser confundido com o modelo de “concorrência perfeita”, no qual múltiplos de oferentes actuam da mesma forma e

<sup>34</sup> Kirzner, *Ibid.*, pp. 40-41.

<sup>35</sup> José Manuel Moreira, *A contas com a Ética Empresarial*, Principia, Cascais, 1999, pp. 27-30.

<sup>36</sup> Para clarificação desta distinção, ver Kirzner, *Competição e atividade empresarial*, pp. 84-87. Um autor que não deixa de salientar que para Adam Smith a competição não é uma “situação” mas um processo activo. Uma aproximação de Smith à Escola Austríaca que também procurei fazer no meu “Prefácio” à edição brasileira de Ludwig von Mises, *O contexto histórico da Escola Austríaca de Economia*, Editora LVM, São Paulo, 2017, pp. 64-86.

vendem todos ao mesmo preço, ou seja, no qual, paradoxalmente, ninguém compete.<sup>37</sup>

Para Kirzner a função do empresário consiste, não na tarefa hercúlia de alterar as curvas de custos ou de rendimentos, mas antes em notar que, de facto, se alteraram.<sup>38</sup> Este realce do empresário como atento descobridor das necessidades dos outros, em relação à predominante e simples visão heroica do empresário-inovador tecnológico, tem múltiplas e ricas implicações para a compreensão do papel das nossas empresas como instituições decisivas para o desenvolvimento económico, a dinâmica da sociedade civil e o progresso pessoal.

Um entendimento da “empresa do capitalismo como factor de progresso e desenvolvimento”<sup>39</sup> com reais implicações éticas, incluindo o desfazer de “equivocos sobre o capitalismo e a globalização”<sup>40</sup>, que vai muito para além da necessidade de questionar a visão marxista do papel do empresário como reles explorador de sacrifícios e vontades, passando a valoriza-lo como prudente especulador de cenários futuros e atento explorador dos nossos mais escondidos desejos e talentos. Tal valorização obriga a reequacionar uma visão clássica dos critérios de justiça distributiva que se mostra incapaz de perceber que a virtude da tão injuriada desigualdade, inerente às economias de mercado, não é exclusiva do sistema capitalista, nem principalmente vertical, mas largamente horizontal.<sup>41</sup>

Entende-se assim melhor por que as sociedades igualitárias tendem a impedir a diversidade, que é causa da desigualdade material. Numa

<sup>37</sup> Jesús Huerta de Soto, *Escola Austríaca, Mercado e criatividade empresarial*, O Espírito das Leis, Lisboa, 2005, p. 89.

<sup>38</sup> Kirzner, *Competição e atividade empresarial*, p.77.

<sup>39</sup> Veja-se José Manuel Moreira, *Compreender para mudar o Estado a que chegámos*, Bnomics, Lisboa, 2017, pp.142-149.

<sup>40</sup> *Ibid*, pp. 116-130.

<sup>41</sup> Para um mais completo desenvolvimento da relação entre descobrimento e defesa do capitalismo, ver Kirzner, *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*, Unión Editorial, Madrid, 1995, pp. 244-5.

sociedade em que cada um de nós seja livre para perseguir os seus fins pelos seus meios, fins e meios serão radicalmente diferentes entre diferentes pessoas. Tal constatação implica admitir a justiça da desigualdade natural de resultados verticais como resultante da desigualdade de preferências horizontais. Não seria tempo de perceber que todo o tipo de intervencionismo governamental tendente à igualização de salários por decreto, seja qual for a justificação, além de ser perverso, ao prejudicar quem se propõe ajudar, tenderá sempre a ser injusta ao esquecer que pessoas livres nunca serão iguais e indivíduos tornados iguais nunca serão livres?<sup>42</sup> Um intervencionismo moralista que se torna ainda mais criminoso quando se alarga ao controlo dos preços e a toda a vida económica, como está a acontecer de forma gritante na Venezuela. Tornando mais pertinente a denúncia de um académico venezuelano, Guillermo Rodríguez González, em texto sobre "Kirzner y el descubrimiento creativo como base moral del capitalismo", dos que insistem em impor pela força os seus fins, contando para tal com a inveja de todos aqueles que ficam desagradados com quem os supera em talento e meios e, mais ainda, com a habilidade para identificar e produzir o que os outros procuram, sem esquecer a sorte.

Mesmo assim, Rodríguez González insiste em que a moralidade do capitalismo não é a do produtor, porque produz, nem sequer porque produz o que os outros procuram, pese a sua importância, mas na justiça de "dar a cada um o que é seu", não o que é de outrem. Muito menos dar a alguém o que não produziu, tirando a quem o fez, seja pela força ou como resultado de um processo político.<sup>43</sup> Um modo de actuar que tende a não ser justiça, mas roubo. Afirmções que se louvam em Kirzner e no

<sup>42</sup> Pensando bem, quem defende tais políticas, deveria lutar por impedir a troca de namorado(a): como se pode, afinal, pretender recompensar de forma diferente quem exerce a mesma função?

<sup>43</sup> Para um mais completo desenvolvimento ver, André Azevedo Alves e José Manuel Moreira, *O que é a Escolha Pública. Para uma análise económica da política*, Principia, Cascais, 2004.

reconhecimento de que a justificação moral de Locke para a propriedade é insuficiente<sup>44</sup> porque tende a fundamentar o valor no trabalho e não no descobrimento criativo, que é a chave real do processo de mercado que deverá servir de base à moral capitalista.

“Não é o esforço, nem o trabalho, nem sequer o facto de atender ao que os outros subjectivamente desejam o que justifica moralmente a propriedade e o mercado. É o descobrimento, a capacidade de detectar o que os outros procuram antes deles próprios; a capacidade de indentificar as oportunidades que outros não vêem, de criar valor descobrindo utilidade latente e materilizando-a, isso sim, com trabalho.”<sup>45</sup>

Uma abordagem da empresarialidade, como função criativa ao serviço de todos, em especial os mais pobres, que implica uma visão da sociedade muito própria dos “austriacos” e já presente no fundador da Escola Austriaca de Economia, que, como veremos no próximo ponto, está longe de descurar as condicionantes sociais e culturais de uma dada sociedade. Terminaremos este texto com mais dois pontos. Um que explora, ainda que de forma breve, a relação da empresarialidade com a criatividade e a ética, e outro, que, em jeito de conclusão, lançará um novo olhar para o direito de propriedade, visto como inseparável da dimensão comunitária da pessoa humana e do direito de cada um de nós ao exercício da sua capacidade criativa, de modo a melhor se poder compreender como os mercados funcionam e dar conta das suas potencialidades para produzir benefícios sociais.<sup>46</sup>

<sup>44</sup> Para aprofundamento deste ponto, ver Kirzner, *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*, pp.219-225.

<sup>45</sup>Cf. Guillermo Rodriguez González, em texto sobre “ Kirzner y el descubrimiento creativo como base moral del capitalismo” in <https://es.panampost.com/guillermo-rodriguez/2016/11/04/kirzner-y-el-descubrimiento-creativo-como-base-moral-del-capitalismo/?cn-reloaded=1>.

<sup>46</sup> Kirzner, *Competição e atividade empresarial*, p.9.

## 2. Empresarialidade e meio sócio-cultural

A ideia de que um empresário só é entendível a partir do seu meio sócio-cultural implica considerar que a criatividade e empresarialidade de uma pessoa não pode ser tida como independentemente dos condicionamentos próprios de uma dada sociedade, com as suas normas, leis e instituições. Um contexto histórico e sócio-cultural que poderá facilitar ou impedir o desenvolvimento económico e o progresso humano, incluindo o processo criativo e a dimensão ética. Estas preocupações, por estranho que possa parecer, já estão presentes nos *Princípios de Economia Política* de Menger<sup>47</sup>, onde, a par do relevante papel que, numa economia viva, tem o conceito de tempo, a ignorância, o conhecimento empresarial e mesmo o erro, como algo inseparável da acção humana, destaca o papel dos bens complementares que paulatinamente se vão acoplando no processo de mercado e os desequilíbrios e mudanças contínuas que caracterizam qualquer mercado real.

Acresce o contributo de Menger para uma inicial teoria sobre a origem e a evolução das instituições sociais, que Hayek se encarregaria de desenvolver, ao estabelecer as bases teóricas capazes de explicar o aparecimento espontâneo e evolutivo das instituições sociais a partir de uma concepção subjectiva da acção humana. Nomeadamente, como refere Huerta de Soto, ao considerar que o aparecimento das instituições é o resultado de um processo social constituído por uma multiplicidade de acções humanas e liderado por uma série de seres humanos, homens e mulheres concretos de carne e osso que, nas suas circunstâncias, são capazes de descobrir antes dos demais que podem atingir mais facilmente os seus fins adoptando determinados comportamentos ordenados.<sup>48</sup>

<sup>47</sup> Carl Menger, *Principles of Economics*, Libertarian Press, Grove City, 1994, 1994. Edição que conta com um excelente Introdução de F. A. Hayek.

<sup>48</sup> Cf. Jesús Huerta de Soto, *Escola Austríaca*, pp. 120-123.

Uma visão do mercado como processo descentralizado que, ainda que incipiente, acabará por inspirar, no âmbito da economia, os trabalhos de Hayek, sobre a relação entre informação, conhecimento e mercado.<sup>49</sup> Textos notáveis onde, a par de uma interpretação dos preços de mercado como rede de informação,<sup>50</sup> ficamos a perceber melhor como os mercados livres reúnem as descobertas e o conhecimento dos participantes do mercado em padrões coordenados de ganho mútuo. Definindo pela primeira vez o problema económico como o da coordenação dos indivíduos nas interações sociais. Problema que se origina, não pela problemática técnica da combinação de factores produtivos numa sociedade com divisão do trabalho, mas pela divisão, entre todos os membros da sociedade, da informação relevante para a resolução do problema económico.

Uma nova abordagem da economia e da criatividade empresarial que, como bem diz Aranzadi del Cerro, implica uma mudança radical. O problema central, a partir de então, em vez de ser o de compreender a informação disponível, passou a ser o de perceber as suas possibilidades de utilização. Numa linguagem mais próxima da psicologia, dir-se-ia que o problema passou do pensamento convergente para o divergente.<sup>51</sup> Enquanto o pensamento convergente procura a resposta correcta quando se coloca um problema, o divergente procura associações de diferentes ideias, algumas das quais são peculiares e possivelmente únicas. Com esta mudança de enfoque, o problema associado à informação deixa de ser de

---

<sup>49</sup> F. A. Hayek, "Economics and Knowledge", publicado em 1937, *Económica* IV, pp. 33-54, e "The Use of Knowledge in Society", Septiembre 1945, *The American Economic Review*, 4. Recolhidos em *Individualism and Economic Order*, pp. 77-91 e 33-56, respectivamente, Routledge, London, 1977.

<sup>50</sup> Kirzner, *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*, pp.146-148.

<sup>51</sup> Distinção que me fez recordar a usada por Hayek para definir "dois tipos de mente". Distinção que, por sua vez, tem paralelo com uma outra que dá título a um conhecido ensaio – "O ouriço e a raposa" – de Sir Isaiah Berlin, Cf. F. A. Hayek, *New Studies in Philosophy, Politics, Economics and the History of Ideas*, Routledge & Kegan Paul, London, 1985, pp. 50-56.

inteligência convergente ou conhecimento objectivo e converte-se num problema de conhecimento divergente ou criatividade.<sup>52</sup>

Na linha do artigo de Aranzadi del Cerro, que passaremos a seguir de perto, poderemos dizer que Hayek pela primeira vez coloca o processo económico como um problema de conhecimento divergente que se resolve através das relações (ou interações) sociais. Ou seja, de suscitar, descobrir e modificar informação: obrigando-nos a olhar para a concorrência como um processo em que as pessoas aprendem na prática a adquirir e comunicar conhecimento.

Segundo Hayek, "há um corpo de conhecimento, muito importante, mas desorganizado, que possivelmente não pode ser chamado científico no sentido de conhecimento de regras gerais: o conhecimento das circunstâncias particulares de espaço e tempo."<sup>53</sup> O conhecimento, relevante para o autor, não é portanto o conhecimento objectivo e atemporal que se formula nas leis físicas. Esse corpo de conhecimentos, a que chamamos científico, pouco nos pode acrescentar sobre os nossos desejos e motivações. Para actuar temos que basear-nos nas nossas percepções particulares sobre valorações humanas concretas, tanto dos fins que pretende o actor, como do seu conhecimento em relação aos fins que, pensa, animam os outros actores. Cada homem que actua, fá-lo de uma maneira pessoal, dado que procura atingir certos fins de acordo com uma visão e um conhecimento do mundo que só ele vislumbra em toda a sua riqueza e variedade de matizes. Portanto, o conhecimento a que nos estamos a referir, como salienta Aranzadi del Cerro, não é algo que se possa considerar como dado, que esteja à disposição de todos por igual. É o conhecimento próprio e específico de cada pessoa. Um tipo de "conhecimento tácito e informal", a que Hayek chama também de *espaço*

<sup>52</sup> Javier Aranzadi del Cerro, "Empresarialidad, creatividad y ética", *Papeles de Ética, Economía y Dirección*, 6, 2001, pp. 23-38.

<sup>53</sup> Hayek, *Individualism and Economic Order*, p. 80.

e tempo, e que R. Sternberg<sup>54</sup>, distinto psicólogo centrado no estudo da criatividade, ilustra com bons exemplos: *saber* como conseguir trabalho, apresentar uma nova ideia a um superior, acumular recursos para realizar o próprio trabalho, e como este se organiza em termos da estrutura de poder.

Uma perspectiva sobre a criatividade/empresarialidade já presente na obra L. Mises<sup>55</sup> e que o levará a considerar que toda a pessoa é empresária na medida em que tem de organizar a sua própria vida, e que serve a Kirzner para a reelaboração do seu conceito de empresarialidade, central na sua obra e assente no reconhecimento da existência de um elemento empresarial em toda a acção humana que se pode desenvolver em diversos sentidos ou vias de acção: para *afastar o desconforto* e/ou para *ficar em melhor situação*.<sup>56</sup> Acresce que toda a crítica que Kirzner faz à caracterização neoclássica do comportamento económico parte da descoberta de um elemento empresarial dentro da acção humana, que, por definição, está excluído do *homo economicus* neoclássico. Descoberta que repete afinal a afirmação de Mises de que a função empresarial, vista na sua perspectiva especulativa, é inerente a toda a acção humana.<sup>57</sup> Definindo a empresarialidade *pura* como esse elemento de perspicácia (*alertness*) para possíveis fins novos e proveitosos e/ou novos recursos disponíveis. Uma acepção do termo original *alertness*, traduzido como perspicácia ou alerta, que é utilizada por Kirzner para definir a

<sup>54</sup> R. Sternberg e T. Lubart, *La creatividad en una cultura conformista*, Paidós, Barcelona, 1977.

<sup>55</sup> L. Mises, *La acción humana*, 5ª edición, Unión Editorial, Madrid, 1995.

<sup>56</sup> Kirzner, *Competição e atividade empresarial*, p. 39. Para uma abordagem paralela na avaliação da actividade económica, também com base em dois padrões de medida do progresso (pela negativa e pela positiva), ver o nosso texto "Ética e Progresso na actividade económica: uma proposta de critérios de avaliação", em José Manuel Moreira, *Ética, Economia e Política*, Lello & Irmão, Porto, 1996, pp. 293-312.

<sup>57</sup> "Numa sociedade viva e real, todo o homem é empresário", afirmação muito repetida por Kirzner. (*Competição e atividade empresarial* p. 44), glosando L. von Mises *Human Action*, Yale University Press, New Haven, 1949, p. 253.

empresarialidade *pura* como o estar alerta para oportunidades até aí desconhecidas ou ocultas.<sup>58</sup> No limite como alguém, que mesmo sem quaisquer meios, tem vias abertas e inesperadas para a acção empresarial.<sup>59</sup> Ligando a empresarialidade à capacidade criadora, inerente a todo o ser humano e muito própria da aventura empresarial, que sempre implica prudência para saber como lidar com o risco e os jogos de desocultação. Um sentido de aventura e de gosto pelo inesperado que anima cada vez mais pessoas, evidenciando as suas inteligências múltiplas, como diria Gardner, e o seu potencial para transcenderem a realidade que as rodeia e de criar possibilidades sobre as propriedades reais das coisas. Retomando a nossa temática, há realidades que se conheciam há muito e há muito carentes de exploração empresarial. Por exemplo, no século passado no estado americano do Texas, sabia-se que os pastos em que abundava uma substância negra e viscosa que saía do terreno eram péssimos como pasto. Bastou que o homem descobrisse que com as propriedades físico-químicas do petróleo se podia propulsar motores mecânicos para que os ditos terrenos convertessem o Texas no estado mais rico dos EUA.<sup>60</sup>

Dito de outro modo, o mundo não é algo fechado e determinado, pelo contrário pode-se transformar pela acção humana, a partir do exercício *da capacidade criativa da pessoa sobre a realidade que a rodeia* e com base em enfoques interdisciplinares, lançando assim luz sobre velhos problemas de modo a descobrir soluções criativas capazes de dar bons frutos. Sendo para tal essencial, mais que apelos ao moralismo<sup>61</sup>, compreender como os mercados funcionam para saber como potenciar os benefícios sociais que eles contêm. Isto só se conseguirá aprendendo a relacionar a procura

<sup>58</sup> Kirzner, *Competição e atividade empresarial*, p. 40.

<sup>59</sup> *Ibid.*, p. 45.

<sup>60</sup> Um exemplo que Aranzadi del Cerro diz dever ao Professor Jesús Huerta de Soto. Para um aprofundamento do conceito de sociedade para a escola austríaca, ver Huerta de Soto, *Escola Austríaca, Mercado e criatividade empresarial*, pp. 92-94.

<sup>61</sup> Veja-se a este propósito José Manuel Moreira, *Ética, Economia e Política*, pp. 17-18, que nos remete para Israel M. Kirzner, *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*, pp. 45-46.

conjunta de bens e serviços com as valorações e as preferências que sustentam essa procura e a aceitação desses novos bens e serviços. Um aspecto que, segundo Aranzadi del Cerro, foi bem evidenciado por vários psicólogos ao estudar a criatividade. Casos dos já referidos H. Gardner<sup>62</sup> e R. Sternberg<sup>63</sup>, mas também de F. Barron<sup>64</sup> e T. M. Amabile,<sup>65</sup> ao chamarem a atenção para a importância da criatividade e do reconhecimento social para catalogar uma obra artística ou um produto como criativo. Especial referência merece aqui M. Csikszentmihalyi<sup>66</sup> ao salientar que o processo criativo só se entende a partir da relação indivíduo, cultura e instituições,<sup>67</sup> que pressupõe um contexto histórico-social. Especificando melhor, a criatividade não só tem latente uma dimensão social como o criador não pode ser dissociado das suas circunstâncias.

### 3. Criatividade e ética

Para Kirzner, do ponto de vista da função empresarial, a descoberta tende a conferir legítimo título de propriedade sobre o possuído. Daí que a aceitação da regra – *quem o descobre fica com ele* – tenda a significar que um objecto sem proprietário se converte em legítima propriedade da pessoa que, tendo descoberto a sua disponibilidade e valor potencial, toma posse dele. Mas atenção, não se trata de descobrir a sua existência físico-química, tal é para Kirzner irrelevante. A existência prévia dos

<sup>62</sup> H. Gardner, *Mentes creativas*, Paidós, Barcelona, 1995.

<sup>63</sup> R. Sternberg, *ob. cit.*

<sup>64</sup> F. Barron, *Personalidad creadora y procesos creativos*, Marova, Madrid, 1978.

<sup>65</sup> T. M. Amabile, "Whithin You, Without You: The Social Psychology of Creativity, and Beyond", *Theories of Creativity*, M. A. Runco; R. S. Albert (editores) Sage Publications, 1990.

<sup>66</sup> M. Csikszentmihalyi e os artigos "Society, culture, and Person: A Systems View of Creativity", *The Nature of Creativity*, R. Trenbeg, ed., Cambridge University Press, 1988; "The Domain of Creativity", *Theories of Creativity*, *ob. cit.*, e o livro *Creatividad en una cultura conformista*, Paidós, Barcelona, 1998.

<sup>67</sup> Para mais completo desenvolvimento e ilustração, a partir de um quadro de Rembrandt, ver Aranzadi del Cerro, *ob. cit.* p. 9.

recursos não contradiz em absoluto a perspectiva da criatividade própria da decisão empresarial, dado que os recursos por si só não asseguram o produto, muito menos o seu valor. Implicam o descobrimento /criatividade da actividade humana, que não se pode explicar sem recorrer ao papel activo do homem.<sup>68</sup>

Em geral, como bem salienta Aranzadi del Cerro, quando se ouve falar de descobrimento, subentende-se que o objecto que se adquire já existe (está aí).<sup>69</sup> Considerando-se que os recursos estão dados e que a única coisa que há que fazer é tomar conta deles: por exemplo, a terra de um bosque aguardando que a convertam numa quinta fértil. De resto, trata-se de uma interpretação em certa medida correcta, já que a criação humana não surge do nada absoluto, mas a partir de algo que já existe (e está aí), mas cujo valor não existe até que se crie. Daí que se nos ficássemos pela interpretação de um mundo de recursos dados em que o único problema fosse como afectá-los de uma maneira eficiente, teríamos de considerar o homem de uma maneira passiva e valor em geral, e o económico em particular, como totalmente independente das acções dos outros. Uma interpretação que nos impede de olhar para o indivíduo como fonte e origem de algo valioso, já que nada de valor pode dever a sua existência a uma decisão sua. Assumindo que o produto já existe realmente, mesmo antes da própria decisão de produzir sob a forma de combinação de recursos.

Acresce que a definição do homem como um optante passivo face a situações dadas, nos remete para um entendimento da função empresarial como mais um factor produtivo: se o produtor não originou o produto, então o seu direito de propriedade deve derivar do que tinha sobre os recursos a partir dos quais o obteve. Uma abordagem com base no *homo*

<sup>68</sup> Aranzadi del Cerro, *ob. cit.* p. 10.

<sup>69</sup> Para um aprofundamento confronto dos argumentos de Kirzner com os de Rawls e Nozick, ver Kirzner, *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*, pp. 116-124 e pp. 240-245.

*economicus*, que nos conduziria a uma regressão sem fim, na busca de determinar se a primeira aquisição foi justa ou não, sem conseguir explicar como se produziu a primeira aquisição de recursos originais sem proprietário e que tão pouco ele mesmo originou.

Argumentação que vai em sentido contrário ao essencial da função empresarial que consiste em ver a tomada de decisões como prévia à aquisição dos factores produtivos e impulsionada pela percepção de que tentar a produção vai ser rentável.<sup>70</sup> Ou seja, é a própria decisão empresarial (sustentada por um aperceber-se próprio do *olfacto* empresarial) que faz existir os objectos para os quais os recursos são meios de acção. Em suma, é a percepção do fim que faz com que os recursos se convertam em meios. Tendo em conta estas considerações a regra "quem o descobre fica com ele", tem uma componente moral dificilmente rebatível: toda a gente tem direito aos resultados da sua capacidade criativa. Não se pode argumentar contradizendo que os recursos já existiam, porque até que sejam valorados como meios de acção é como se não existissem, e sobre o que não existe não há direitos de propriedade. Daí que, para Kirzner, a coerência ética da aplicação desta regra ao mercado nos obrigue a admitir que: "se um recurso descoberto é, moralmente falando, um recurso inexistente, então é de importância crucial para a valorização da instituição da propriedade reconhecer que os recursos acabam por existir como resultado precisamente de descobrimentos, isto é, de uma intuição criadora e de uma visão puramente empresarial."<sup>71</sup>

Argumento que lança nova luz sobre a importância da propriedade, partindo da acção humana e da sua força motora: a empresarialidade *pura*. Com realce para o exercício da capacidade criadora do descobridor

<sup>70</sup> Para mais cuidado esclarecimento da relação entre percepção, oportunidade e lucro, ver Israel M. Kirzner, *Perception, Opportunity and Profit, Studies in the Theory of Entrepreneurship*, The University of Chicago Press, Chicago and London, 1979.

<sup>71</sup> I. Kirzner, *Creatividad, capitalismo y justicia distributiva*, p. 212.

de meios de acção, que antes do seu descobrimento eram inexistentes; no sentido de que não tinham nenhum valor até que o actor decide utilizá-los numa acção projectada num futuro incerto. Percebe-se assim melhor que a propriedade não possa ser reduzida à fortuna monetária, isto é, ao valor de mercado das posses materiais de uma pessoa, e o porquê de Kirzner encontrar a própria origem da propriedade privada na acção humana. É o descobrimento que tende a conferir, aos olhos de muitos, o legítimo título de propriedade sobre o possuído. A essência da propriedade privada, na abordagem de Kirzner, não é possuir coisas, *mas o direito inextirpável de cada pessoa a exercer a sua capacidade criativa e atribuir-se o benefício gerado pelas suas descobertas*. Daí que no estudo das conotações éticas do mercado o essencial não esteja nos resultados obtidos, mas no direito dos participantes nas trocas de mercado a exercerem a sua actividade empresarial, e no dever de reconhecer o mesmo direito aos outros participantes. A partir desta visão, *as trocas de mercado não são justas porque são proveitosas, são justas porque se sujeitam à regra de que quem o descobre fica com ele*.<sup>72</sup>

#### 4. Implicações para o direito de propriedade

Pretendemos concluir este texto glosando a parte final do artigo de Aranzadi del Cerro que se desenvolve a partir de uma obra de W. Pannenberg.<sup>73</sup> Tal opção ir-nos-á permitir, com base num novo enfoque, salientar a importância das contribuições de Kirzner para uma melhor compreensão da propriedade privada como fundamento da economia de mercado.

<sup>72</sup> Para mais completa fundamentação desta máxima e também do significado do processo de mercado, ver, respectivamente Kirzner, *Ibid.*, pp.214-216 e Israel M. Kirzner *The Meaning of Market Process. Essays in the development of Modern Austrian Economics*, Routledge, London and New, York, 1991.

<sup>73</sup> W. Pannenberg, *Antropologia em perspectiva teológica*, Ed. Sígueme, Salamanca, 1993.

De acordo com Pannenberg, as instituições unem dois momentos estruturais distintos na conduta dos indivíduos. No primeiro, cada um procura afirmar-se perante o outro, sobressaindo o aspecto da particularidade. No segundo, cada um procura acomodar-se ao outro, é o aspecto da comunidade. Por si só, a particularidade não basta para formar relações duradouras, mais cedo ou mais tarde há que acomodar-se ao outro. Por outro lado, a estabilidade no seu todo só se consegue quando existem certos graus de particularidade entre os indivíduos. Duas esferas distintas e separáveis com maior nitidez se compararmos a instituição da família com a da propriedade. Na família releva o aspecto da comunidade: os membros, ainda que sendo pessoas, estão subordinados ao todo comum, primando o aspecto da comunidade sobre a individualidade. A conduta dos membros de uma família não se baseia na reciprocidade entre iguais, "mas na co-pertença à comunidade e na contribuição particular de cada um deles; contribuição esta que fundamenta, para dentro, relações de reconhecimento e estima mútuos, e, para fora, de solidariedade."<sup>74</sup> Pelo contrário, na propriedade e na vida económica o que prima é o aspecto da particularidade, cada um procura o interesse particular da auto-afirmação. Mas, pensado bem, dar-se-á conta de que os dois aspectos não são de todo diferenciáveis. Nem na família tudo é submissão à comunidade, nem numa empresa tudo é auto-afirmação.

Importa, contudo, aqui salientar que no sistema social os dois aspectos são igualmente necessários. Pode ser que numa instituição como a família, o aspecto de particularidade esteja subordinado, mas a família como instituição destrói-se quando se exerce opressão sobre a independência dos membros. De igual modo, a propriedade privada não pode esquecer o aspecto de comunidade.

<sup>74</sup> W. Pannenberg, *ob. cit.*, p. 518.

Estes dois aspectos que se dão na conduta dos indivíduos, isto é, a particularidade e a comunidade, vão-nos permitir compreender a importância da propriedade privada como a instituição onde prima a auto-afirmação de cada um face aos outros, sem esquecer o aspecto da comunidade. Para demonstrar esta afirmação, que Aranzadi del Cerro sintetiza em três pontos, reproduziremos, de seguida, quase na íntegra, as contribuições expostas, tendo em vista mostrar como a propriedade privada, na sua interpretação praxeológica, cumpre as três funções que Pannenberg atribui a toda a instituição.<sup>75</sup>

#### 4.1 A propriedade privada e a provisão das necessidades

Partimos da ideia de que as coisas se possuem por adscrição ao corpo (por exemplo: estou mal-estacionado). A consideração do corpo como recurso é privativa do homem; o corpo capta-se como realidade transformável. Diferentemente do animal, que se adapta ao meio, o homem transforma o seu meio. É curiosa a sensação de perfeição de toda a cria animal; o corpo animal é um elenco de respostas já definido. O homem vem, pelo contrário, em processo de constituição. Um processo que nos remete para o conhecido mito de Prometeu (e Epimeteu), ou mesmo, numa versão mais alargada da relação do homem com a ordem social e o progresso humano, para uma analogia com dois outros mitos gregos: Narciso e Sísifo.<sup>76</sup>

É verdade que por ciência económica se entende, popularmente, a forma de ganhar dinheiro: a crematística. Mas esta interpretação passa por alto que a palavra crematística vem de *khrema*, que por sua vez vem de *krhão*, que significa ter na mão. Acentuando, como lembra Polo, o seu

<sup>75</sup> Aranzadi del Cerro, *ob. cit.*, pp.13-14.

<sup>76</sup> Cf. José Manuel L. da S. Moreira, *Filosofia e Metodologia da Economia em F. A. Hayek, ou a redescoberta de um caminho do 'terceiro' para a compreensão e melhoria da ordem alargada da interacção humana*, Publicações da Universidade do Porto, Porto, 1994, pp. 221-222.

sentido primitivo que "faz alusão a que o homem é um ser com mãos"<sup>77</sup>: a actividade produtiva é possível porque o homem é capaz de actividade manual. Esta adscrição corporal é fundamental na satisfação das necessidades primárias, mas tem uma singular característica: a exclusividade. A posse por uma pessoa de qualquer bem, exclui as demais; a propriedade é o direito a dispor de uma coisa excluindo os outros. Como bem diz Pannenberg, "a renúncia à nota de exclusividade no conceito da propriedade, que faria desta um mero direito a aceder à coisa ou participar nela, desembocaria na eliminação da própria propriedade."<sup>78</sup> A característica própria da propriedade humana deriva, como bem assinalou Kirzner, do descobrimento dos meios através do exercício da função empresarial. A transformação do meio pelo trabalho individual é a origem da propriedade. A propriedade não se origina porque uma pessoa pode aceder a uma coisa, mas porque sobre ela pode exercer a sua actividade criativa e utilizá-la para uma actividade produtiva.

Acresce que a exclusão não é uma característica específica da posse humana, os animais também possuem coisas. Todo o animal predador dispõe de um terreno de caça e domina sobre um grupo. Até um cão doméstico tem o seu osso favorito. Recolher alimentos é uma actividade fatigante, mas não é trabalho. Os animais pastam para se alimentarem, mas não dizemos que trabalham. Um leão caça para comer, mas não dizemos que o trabalho do leão seja caçar. Todo o trabalho é uma actividade fatigante. Não pode ser de outra maneira dada a realidade corpórea do homem. Junto ao cansaço, o próprio do trabalho do homem é dar um sentido à actividade que realiza. Como acentua Kirzner, empreende-se uma acção porque se considera que os seus resultados futuros são proveitosos. Por exemplo, recolher é uma actividade

<sup>77</sup> L. Polo, *Ética: hacia una versión moderna de los temas éticos*, Unión Editorial, Madrid, 1988, p. 91.

<sup>78</sup> W. Pannenberg, *ob. cit.*, p. 524.

inteligente. Não se recolhe só o necessário para o momento, tem-se em conta também o que se pretende utilizar mais tarde. Diferentemente do animal que só pasta para saciar a fome presente, o homem recolhe para o futuro. Pannenberg oferece como exemplo de trabalho a preparação de alimentos.<sup>79</sup> Podem-se preparar para conservá-los melhor ou para satisfazer o gosto.<sup>80</sup> Como diz Pannenberg: “o trabalho proporciona meios de vida não só para o instante presente, mas em previsão do futuro e, assim, incipientemente, em previsão da totalidade da vida”<sup>81</sup>. Estas considerações estão em linha com a lei da maior produtividade dos processos de produção mais alargados (que exigem mais tempo), de Boehm-Bawerk<sup>82</sup>, facilitando a introdução na segunda função da propriedade privada como instituição.

#### 4.2 A propriedade privada e a reciprocidade do comportamento

Produzir mais do que se necessita em cada instante põe em relevo o aspecto socializador do trabalho. Uma pessoa produz mais do que necessita de um produto, mas carece de outros. Dentro do mundo comum dá-se conta de que outra pessoa dispõe do que ela deseja e que tem algo para oferecer em troca. Produz-se a troca porque ambas a percebem como um benefício. Cada pessoa valora mais o que recebe do que o que dá. A tipificação deste comportamento permite a divisão do trabalho e o aumento da produção. Há que salientar que a troca é sempre proveitosa, mesmo que uma das pessoas que intervêm seja mais produtiva do que a outra em termos absolutos. Como salienta M. Rothbard: “esta visão das

<sup>79</sup> W. Pannenberg, *ob. cit.*, p. 526.

<sup>80</sup> O professor Polo considera a arte culinária como uma das manifestações primárias do comportamento culto, ver a já citada obra de L. Polo.

<sup>81</sup> W. Pannenberg, *ob. cit.*, p. 526.

<sup>82</sup> Que nos recorda os bens de diversas ordens de Menger e a produção de bens de consumo (que pode ser mais ou menos indirecta ou alargada) de Hayek, cf. Lucas Beltrán, *Historia de las Doctrinas Económicas*, Teide, Barcelona, 1989, pp. 235-236 e pp. 362.

vantagens das trocas, descoberta e descrita por David Ricardo na sua *Law of Comparative Advantage*, significa que, nos mercados livres de troca voluntária, o "forte" não devora nem arrasa o "fraco", ao contrário de uma muito difundida opinião sobre a natureza da economia livre de mercado. Acontece justamente o contrário: é precisamente no mercado livre que os fracos colhem as vantagens da produtividade, porque se torna proveitoso para os fortes fazer trocas com eles."<sup>83</sup>

Considerando então a divisão do trabalho como uma consequência da reciprocidade das expectativas de comportamento entre propriedades privadas. Cada pessoa pode utilizar em exclusividade a sua propriedade e esperar a realização de trocas. Esta ideia está na obra de Mises. Em *Theory and History* diz: "a cooperação sob o princípio da divisão do trabalho é favorável a todos os participantes. É uma vantagem para qualquer homem cooperar com outros homens, inclusive se estes em todos os sentidos-capacidades são inferiores."<sup>84</sup> Através da criativa divisão do trabalho o processo de produção acelera-se. Se tivermos em conta que as duas formas clássicas de legitimar a propriedade privada são o trabalho pessoal e as trocas, teremos de reconhecer que quanto maior o aprofundamento da divisão do trabalho, maior o incremento de possibilidades de produção através da propriedade privada.

#### 4.3 A objectivação da propriedade privada como instituição

Na origem da propriedade está a necessidade de cobrir o inevitável através do comportamento recíproco, o qual implica dispor em exclusividade de certos bens. A propriedade, como instituição, reconhece o direito de cada indivíduo a dispor dos seus recursos de acção. Em suma, a importância da propriedade privada é o reconhecimento social à

<sup>83</sup> M. Rothbard, *La ética de la libertad*, Unión Editorial, Madrid, 1995, p. 71.

<sup>84</sup> Mises, *Theory and History*, Yale University Press, 1957, p. 40.

*autonomia pessoal, ao exercício por parte de cada pessoa da sua capacidade criadora e ao usufruto dos seus resultados.*<sup>85</sup>

\* Por vontade expressa do autor o texto apresenta-se segundo a ortografia anterior ao novo Acordo Ortográfico.

---

<sup>85</sup> Recorde-se que estes três pontos correspondem, quase na totalidade (incluindo citações), à parte final ("conclusiones") do referido artigo de Aranzadi del Cerro.