

A ECONOMIA PRESENTE NO DIA A DIA

Marcus Eduardo de Oliveira

*“La economía está para servir a las personas.
Y no las personas para servir a la economía”.*

Manfred Max-Neef, economista chileno

Conceitos econômicos usados neste artigo
Trade-off, comportamento do consumidor, curva de indiferença, velocidade de circulação da moeda, externalidades, elasticidades, bens substitutos, efeito-renda, efeito-substituição, utilitarismo, capital humano.

Introdução

Em sentido geral, os manuais de Economia tratam das questões relativas ao nível de preços, do emprego, do PIB, da taxa de inflação, do comércio exterior. Desses manuais saltam palavras e conceitos como produção, distribuição, consumo e crescimento econômico. Na árdua tarefa de entender e explicar a economia, os profissionais da área se debruçam em taxas como os depósitos compulsórios, as de juros (real e nominal), de curto e de longo prazo, a taxa de câmbio, nos patamares das dívidas pública e privada, interna e externa. Tiram desses manuais verdadeiros apóstolos que se convertem em leis próprias, tais como a “Lei da Escassez”, “Lei da Oferta e Demanda” e a “Lei dos Rendimentos Decrescentes” fazendo assim parte do corolário econômico que infestam os cursos universitários em Economia.

No entanto, essa mesma *Ciências Econômicas* em seus diversos meandros, tanto macro quanto microeconômicos, está mais presente nas ações e nos pensamentos de todos nós muito mais do que imaginamos ou do que supomos.

Nesse pormenor, as questões econômicas (e seus conceitos) passam por uma infinidade de situações diversas que nos envolve no dia a dia. Desde escolher comer pizza ou feijoada, jogar damas ou xadrez, presenciar terremotos, conviver com epidemias, acidentes de carro, poluição dos rios e do ar que respiramos. É possível verificar e identificar conceitos econômicos em

situações como epidemia de dengue, doença do porco, um trânsito constante nas grandes cidades, em festas barulhentas na casa do vizinho altas horas da noite, nas campanhas de vacinação, nos preços do cinema no shopping-center, na casquinha de sorvete do Mc Donald's, nos tênis da marca Nike, numa polícia mal treinada, na possibilidade e facilidade de se cometer um crime. Para todos esses e tantos outros "casos e situações" a economia (enquanto ciência) está presente e se "manifesta" em seus diferentes conceitos que passam, por vezes, longe da compreensão do cidadão não familiarizado com os meandros dessa ciência.

Descrever esses "diversos atos, casos e situações econômicas", explicando-os pelos conceitos "escondidos" no jargão econômico que, por vezes, não percebemos e que ocorrem com certa frequência em nosso dia a dia é o fito maior deste artigo. Somando-se a isso, este texto busca também evidenciar o verdadeiro papel do economista, qual seja: pensar no bem estar da sociedade e desenvolver ações que façam com que isso aconteça.

1. Um conflito – a existência de *trade-off*

Um *trade-off* se refere, geralmente, a um conflito. É como perder algo para ganhar, em troca, outra coisa. Isso implica que uma decisão seja feita com completa compreensão tanto do lado bom, quanto do lado ruim de uma escolha em particular. É tomar uma decisão que implicará, necessariamente, abrir mão de uma situação em favor de outra que gerará maior benefício. E quando (e como) fazemos *trade-off* em nosso dia a dia ?

Um bom exemplo de *trade-offs* ocorre num simples **jogo de damas**. Um jogador pode deixar o adversário "comer" uma peça do seu tabuleiro. Contudo esta atitude permitirá que obtenha três peças do oponente na próxima jogada. Isto é, para conseguir um bom resultado ("comer" as três peças) ele precisou abrir mão (perder) de uma peça do seu lado. Assim, todas as vezes em que estamos jogando damas e quando nos vemos diante dessa específica situação, jamais nos damos conta de que ali, naquele momento, estamos "praticando um conceito de Economia "; estamos fazendo um *trade-off*.

Feijoada ou pizza?

E ao sairmos para jantar no sábado a noite. É possível ocorrer um *trade-off* nessa situação? Sim. Vamos imaginar que ao sairmos para jantar ficamos na dúvida entre comer uma boa feijoada em um restaurante tradicional ou uma pizza numa tradicional cantina italiana.

Ao optarmos por comer uma pizza, estamos abrindo mão da feijoada. Certamente ao escolhermos a pizza poderemos desfrutar de uns três ou quatro (ou até mais, dependendo da fome) pedaços de sabores diferentes. Já, no caso de optarmos pela feijoada, até por se tratar de um jantar, não passaremos, com muito esforço gustativo, de duas porções de feijoadas. Assim, dependendo da fome que tivermos abrimos mão da feijoada em favor dos variados pedaços de pizzas. Praticamos então um *trade-off* que vem, nesse caso, acompanhado de outro conceito econômico: o **grau de satisfação do consumidor**. Esse grau também é passível de mensuração: cai à medida em que vamos comendo os pedaços de pizzas. Ou seja, sempre o primeiro pedaço nos oferece um grau de satisfação imenso. O segundo pedaço ainda mantém um elevado grau de satisfação que vai declinando então a partir do terceiro, quarto, quinto....

1.1. O comportamento do consumidor

Ao mensurar o grau de satisfação do consumidor estamos analisando, por conseguinte, o comportamento (gostos, preferências) do próprio consumidor. Segundo a Teoria Econômica, o consumidor se comporta de forma racional analisando a relação **custo x benefício** e distribuindo seus gastos (consumindo) de modo a obter dos seus recursos (quase sempre limitados), o maior retorno (prazer – satisfação) possível. Para os economistas, a escolha do consumidor é efetuada em função da busca de maximização (ganhos elevados) de sua utilidade (satisfação).

Satisfação e utilidade estão, pois, relacionadas de tal maneira que se pode falar em utilidade (no sentido de **Utilitarismo**, como veremos logo abaixo) como a medida da satisfação das necessidades e desejos. Dentro dessa perspectiva, a satisfação do consumidor resulta de um processo essencialmente racional, que busca equacionar da melhor forma duas variáveis

que permeiam o ambiente macroeconômico: a **renda disponível** e o **preço de bens e serviços** a serem adquiridos.

É certo que o consumidor busca maximizar sua satisfação total (atingir prazer elevado) a partir de certo nível de renda (poder de compra) e de um determinado leque de preços de produtos.

Ainda, dentro do mesmo exemplo (o jantar no sábado à noite), vamos imaginar uma situação antagônica, em que não ocorra *trade-off*, mas que ocorra outro conceito econômico.

A curva de indiferença

Uma situação em que não ocorra o *trade-off*, ou seja, para o casal que saiu para jantar, tanto faz comer feijoada ou pizza. Nesse caso, deixa então de ocorrer *trade-off* para ocorrer outro conceito econômico que cabe a microeconomia nos apresentar. Estamos nos referindo a **Curva de Indiferença** (*demonstração gráfica das diferentes combinações de dois produtos que proporcionarão igual satisfação ao consumidor*). Veja que, da situação conflituosa do início entre escolher comer feijoada ou pizza, foi possível fazer a inversão total e afirmar, agora, que ao casal que saiu para jantar é INDIFERENTE comer pizza ou feijoada, tendo em vista que ambas as opções lhes proporcionarão o mesmo grau de satisfação.

A Velocidade de Circulação da Moeda

Desse modo, parece que não temos escolhas: ao tomar a decisão de sair para jantar, estamos “praticando” Economia, quer de um jeito ou de outro; até mesmo porque, além do possível *trade-off* ou da curva de indiferença, vamos ainda “contribuir” para o lado econômico ao consumir tanto a pizza quanto a feijoada. Ao consumir, estamos “distribuindo a renda”. Essa renda distribuída (dinheiro circulando) circula pelo sistema econômico. Circulando esse dinheiro gasto no jantar podemos quantificar isso também, por meio de outro conceito econômico: a **Velocidade de Circulação da Moeda** (*conceito criado no início do séc. XIX por Alfred Marshall e Irving Fisher, mede a velocidade com que a moeda circula na economia e está na base do monetarismo. Quando a quantidade de moeda é grande relativamente ao fluxo de despesas, a velocidade da moeda é maior; quando a quantidade de moeda é pequena relativamente ao fluxo de*

despesa, a velocidade da moeda é menor). Isso mesmo. Esse dinheiro que foi gasto nesse jantar de sábado à noite vai “circular” (passar para outros agentes econômicos) algumas outras vezes pelo sistema econômico, girando um ciclo que é passível de mensuração.

2. As externalidades (ou economias externas)

O que são as externalidades?

As externalidades são falhas de mercado. Mas, espera aí. Os mercados falham? Sim. Falham e muito, pois se não falhassem o mundo econômico seria perfeito.

Essas falhas de mercado levam ao conceito das externalidades, também conhecidas por economias externas. Essas, por sua vez, acontecem tanto no lado do *consumo* quanto na *produção* e pode ser tanto um benefício (nesse caso uma *externalidade positiva*), quanto um custo (*externalidade negativa*).

De forma resumida, uma externalidade é a ação de uma pessoa (ou empresa) afetando a vida de outras pessoas (ou empresas). Existe externalidade quando os atos de uns afetam outros.

A poluição

O exemplo mais comum de externalidade negativa é a **poluição**: Por exemplo, imaginemos uma empresa industrial que polui um rio para produzir algo e vender no mercado local, mas essa empresa acaba prejudicando as propriedades rurais de todos que estão ao longo do curso do rio – os pescadores, a população ribeirinha que depende e precisa do rio limpo e saudável para sua “sobrevivência”. A poluição do rio por parte da empresa causou externalidade negativa, pois contaminou o rio matando os peixes que são a base econômica da população ribeirinha.

Vejamos como identificar outras externalidades em nosso dia a dia, uma vez que elas estão por toda parte.

O trânsito congestionado e a festa barulhenta

O trânsito congestionado ou uma festa barulhenta na casa do vizinho. A boa e eficiente limpeza de água parada nos jardins de casa ou uma campanha

nacional de vacinação infantil. Tudo isso que presenciamos com frequência são exemplos de externalidades, algumas positivas, outras negativas.

Tomemos como exemplo o caso do **trânsito congestionado**. A externalidade nesse caso (também negativa) ocorre quando esse trânsito atrapalha a locomoção de alguém. Ainda nesse mesmo exemplo, esse trânsito congestionado ajuda a poluir o ar que respiramos. Ou seja, uma simples e aparente situação (trânsito congestionado) prejudica muitos que ali estão, ou atrapalhando a chegada mais rápida a casa, ao trabalho, ou poluindo o ar que respiramos. Mesma situação é uma **festa barulhenta na casa do vizinho**. Se eu moro ao lado dessa casa e desejo me concentrar para estudar para a prova no dia seguinte, o barulho da festa irá me atrapalhar, provocando externalidade negativa. Meus estudos, nesse caso, serão prejudicados. Talvez seja por isso que, em locais que se concentram hospitais e casas de repouso exista uma lei (embora não conhecida por muitos) de que o silêncio é obrigatório. Nem mesmo as buzinas constantes no trânsito próximos a esses locais são permitidas. É a ciência econômica, por meio das externalidades, se fazendo presente.

Campanha de vacinação, a dengue e a doença suína

E no caso de uma **campanha nacional de vacinação**? Que externalidade há nesse caso? Nesse caso, a campanha de vacinação (um ato isolado proposto pelo governo) causa externalidade positiva, pois muitas pessoas que serão vacinadas serão imunizadas de doenças. O curioso nesse caso particular é que, para o PIB, essa campanha de vacinação ao permitir que muitos fiquem imunizados de doenças, serve de empecilho a contabilização da “riqueza produzida” pelo país, à medida que poucos ou quase ninguém, uma vez imunizados, irá procurar os serviços médicos ou irá comprar remédios nas redes de farmácia. Isso tudo porque o PIB, como veremos logo mais abaixo mensura a economia do ponto de vista apenas quantitativo, quando deveria medir a economia de forma qualitativa. Isso contribui para transformar esse indicador num falso medidor de desempenho econômico. Logo, de nada adianta visualizarmos o crescimento do PIB se isso significa dizer que a qualidade de vida da população não está sendo também elevada. Caímos aqui

naquela máxima proferida por Joseph Stiglitz: “*O PIB vai bem, mas o povo vai mal*”. De que isso adianta?

Ora, se a *Ciência Econômica* é um ramo do conhecimento das ciências humanas, o que mais importa para essa área do conhecimento é melhorar a qualidade de vida das pessoas, e não se preocupar, tão somente, com outras variáveis que não respondam por essa possibilidade. Esse seria o verdadeiro e esperado papel do economista: pensar em ações que conduzam as pessoas a terem qualidade de vida.

Ainda sobre as doenças que extrapolam os limites do ponderável, dois outros casos são dignos de nota e retratam bem como o ambiente econômico é afetado por uma ação ou situação específica.

Quando da epidemia de dengue na cidade do Rio de Janeiro, poucos anos atrás, a economia registrou uma queda acentuada no número de turistas em direção à Cidade Maravilhosa. A queda do turismo, uma das principais atividades econômicas do Rio de Janeiro (até por ser grande geradora de empregos), em função do foco de dengue fez contrair os investimentos que giram em torno do turismo. Por conseqüência, houve também uma queda na procura por hotéis, motéis, bares e restaurantes, serviços de táxis, shows noturnos, ou seja, tudo que envolve a prática do turismo. O que houve aí foi uma forte externalidade negativa. É a economia se fazendo presente também numa situação de epidemia.

Recentemente, o México vem sofrendo também externalidade negativa, face a pandemia da doença suína, agora rebatizada de gripe A. Poucos são os que se interessam em visitar as cidades mexicanas nesse momento, contribuindo assim para uma acentuada queda da arrecadação, contraindo a atividade econômica do país que recebe, anualmente, mais de 20 milhões de turistas ao ano.

3. As Elasticidades

E as elasticidades? O que são? Como identificá-las no dia a dia?

Em geral, os compradores (consumidores) demandam maiores quantidades de um bem quando seu preço é baixo, quando suas rendas são maiores ou quando os preços dos bens complementares são menores. Isto é apenas uma análise da **direção do movimento da quantidade demandada**,

mas não a **dimensão da variação**. Para medir essa variação (alteração), os economistas usam o conceito de **Elasticidade**.

Vejam os primeiramente o caso do **preço do cinema** num determinado shopping-center de grande movimento.

O preço do cinema no shopping

Aqui procuramos medir a sensibilidade da quantidade demandada em relação à mudança do preço.

Suponha, para tanto, que a elasticidade da demanda por filmes num cinema seja de 2,0. Quantos ingressos a menos o dono do cinema esperaria vender a um preço mais elevado?

Se o dono do cinema aumenta em **15%** o preço praticado então ele espera uma queda de **30%** na quantidade de clientes. Por quê?

O cálculo é o seguinte:

$$(E_d = \% \text{ quant.} / \% \text{ preço ou } 2,0 = \% \text{ quant.} / 15\% \text{ ou } \% \text{ quant.} = 2,0 * 15\% = 30\%).$$

Digamos que o preço fosse de **R\$ 5,00**. A esse preço a demanda diária girava em **200** espectadores. Duzentos espectadores por dia assistiam às sessões de cinema e gastavam, somente no ingresso, **R\$ 1.000,00**. (200 x R\$ 5,00). Deixemos de lado, por um instante, o gasto em pipocas no cinema que é, por sinal, caríssima e tem do ponto de vista da Teoria Econômica, uma explicação plausível para isso, em função da exclusividade da venda (monopólio).

Aumentando o preço do cinema em **15%**, este passa a ser de **R\$ 5,75**. No entanto, o dono do cinema espera ter agora **140** espectadores (o cálculo: **200 – 60** onde **60 é 30% de 200**). Lembremos que **30%** é a queda esperada de clientes em razão do aumento de preços.

O dono do cinema, diante disso, pode então calcular se vale a pena aumentar os preços.

Na situação atual, anterior ao aumento dos preços, a receita é de **R\$ 1.000,00 (R\$ 5,00 x 200)**. Com o aumento de preços sua receita passará a ser **R\$ 805,00 (R\$ 5,75 x 140)**. Dessa forma, neste caso, não vale a pena aumentar os preços. Pela elasticidade verificamos então que **não é conveniente** aumentar em **15%** o preço do cinema, pois haverá perda de receita (nesse caso de **R\$ 195,00** que é a diferença entre R\$ 1.000,00 e R\$ 805,00). Portanto, medimos aqui a sensibilidade da quantidade em relação ao preço. A Ciência Econômica se apresenta nesse exemplo ao praticar o conceito de **ELASTICIDADE**.

No entanto, essa história de consumo e dos gostos e preferência dos consumidores não pára por aqui. A teoria microeconômica, ao estudar a procura dos diversos produtos, classifica os bens em **complementares**, **substitutos** e **independentes**. A teoria diz que caso a procura de um bem (A) aumente e, em conseqüência, a procura de outro bem (B) também aumente, os bens (A e B) podem ser considerados **complementares**. Se a procura de um bem (A) aumenta e, em conseqüência, a procura de outro bem (B) diminui, os bens (A e B) podem ser considerados **substitutos**. E serão **independentes** se a procura de um não influenciar na procura do outro.

Uma vez expostos esses conceitos da microeconomia e, seguindo ainda nosso exemplo dos preços do cinema, cabe apresentar outra possível situação em que a mesma microeconomia nos apresenta mais um de seus conceitos. Vamos supor que o preço do cinema seja de fato majorado. Diante disso, aquele consumidor que não esteja disposto a pagar um ingresso mais caro, resolverá abrir mão do cinema em favor do aluguel de um DVD. Nesse caso, o consumidor está procurando um **bem substituto**, que apresenta **elasticidade** *(o conceito de **bens substitutos** é valioso para os economistas, pois permite a previsão do comportamento do consumidor frente a alterações no mercado. Sabe-se que um aumento de preços de um bem leva a uma maior demanda por seus bens substitutos; na escolha entre dois bens substitutos, o consumidor prefere consumir o mais barato)*, ou seja, pode ser trocado (cinema por DVD).

Para manter o cliente fiel ao cinema, as promoções de segundas e quartas-feiras, quando o preço cai pela metade, ajudam a manter a demanda

aquecida. O comportamento do consumidor então está diretamente relacionado ao comportamento dos preços e das preferências e gostos. Nesse pormenor, dois outros conceitos importantes para os economistas se apresentam: o **EFEITO-SUBSTITUIÇÃO** (*opção por outro bem em virtude da variação do preço*) e o **EFEITO-RENDA** (*à medida que o preço de um bem diminui, o poder de compra do consumidor aumenta, causando mudança na quantidade demandada*).

Racionamento de energia elétrica

Outro bom exemplo em que a economia se fez presente envolvendo o consumo aconteceu na época do “apagão”, durante o segundo mandato de FHC (1995-2002). Naquela ocasião a empresa Unilever, fabricantes de produtos de limpeza, divulgou pesquisa em que constatou a queda nas vendas de sabonetes e aumento nas vendas de sabão em pedra. A razão disso? Para se adaptar ao racionamento de energia elétrica (condição imposta pelo governo), a população diminuiu consideravelmente o tempo dos banhos. Foi constatado que os chuveiros elétricos ligados por menos tempo nos meses críticos do racionamento provocou diminuição no consumo de sabonetes e que a menor utilização da máquina de lavar roupas resultou em aumento do uso do sabão em pedra. A diminuição do uso de um produto (chuveiros elétricos) provocou, de um lado, a diminuição de outro bem (sabonetes) e, com o menor uso de outro produto (máquina de lavar roupas) verificou-se aumento em outro produto (sabão em pedra).

E se a casquinha de sorvete do Mc Donald’s também aumentar o preço? Quantos sorvetes José comprará agora?

Ainda calculando as elasticidades vamos supor que José seja um consumidor voraz dos sorvetes tipo casquinhas vendidos na rede Mc Donald’s. Por suposição, admitamos que o preço de cada casquinha fosse de **R\$ 2,00** e passa a custar **R\$ 2,20**. Portanto, houve **10%** de aumento nesse preço. Isso impactará no consumo de José? De que forma?

Um aumento do preço da casquinha de sorvete da rede Mc Donald’s de **R\$ 2,00** para **R\$ 2,20**, provoca uma queda das compras de sorvete de José de **10**

para **8** casquinhas mensais (aqui admitamos também uma queda no consumo e que a renda de José não tenha se alterado).

Como chegamos a esse cálculo?

A variação percentual do preço ficará assim:

a) Variação do preço = $(2,20 - 2,00) / (2,00) = 10\%$

b) Variação na quantidade = $(10 - 8) / 10 = 20\%$

O preço variou em 10% e a quantidade em 20%. Logo, a EPD (Elasticidade Preço da Demanda) será de:

$$EPD = 20\% / 10\%$$

EPD = 2

A sensibilidade (elasticidade), nesse caso será de **(2)**, ou seja, divide-se a variação da quantidade sobre a variação do preço. Isso significa que a **elasticidade é igual a 2**, implicando que a variação na quantidade demandada é **duas vezes maior** do que a variação do preço.

4. Utilitarismo: o máximo prazer possível como objetivo

O **Princípio Geral do Utilitarismo**, denominado também de **Princípio de Utilidade**, defendido por John Stuart Mill (1806 – 1873) e Jeremy Bentham (1748 – 1832) pode ser expresso da seguinte maneira:

Uma ação é moralmente correta quando produz (maximiza) o maior bem (felicidade – prazer) para o maior número e/ou produz o menor mal (infelicidade – dor) para o menor número.

Nos fundamentos de sua estrutura, o **Utilitarismo** encara um indivíduo como a expressão da utilidade, da satisfação, do prazer, da felicidade ou do desejo de realização.

Para Jeremy Bentham, estudioso do Utilitarismo *“toda a felicidade está na obtenção do útil, ou seja, no afastar-se da dor e aproximar-se o máximo possível do prazer”*.

O objetivo proposto por Bentham é “*a maior felicidade para um maior número de pessoas*”.

Agir sempre de forma a produzir a maior quantidade de bem-estar (Princípio do Bem-Estar Máximo ou da Felicidade geral).

Que exemplos podemos presenciar de Utilitarismo na atividade econômica?

Se a partir da afirmação de que os indivíduos tendem sempre a buscar o máximo de prazer e o mínimo de dor, o **Utilitarismo sustenta que toda ação individual é resultado de uma comparação entre seus custos e seus benefícios**, e que só há ação quando este resultado é positivo para o agente. Um exemplo clássico de comportamento utilitarista é o do **comerciante** que para aumentar sua clientela e seu faturamento, abaixa os preços ou aumenta a qualidade de suas mercadorias. Este procedimento impele os outros comerciantes a fazer o mesmo se não quiserem perder fregueses, e no final das contas os maiores privilegiados são os consumidores, que obtêm produtos melhores ou a preços mais baixos.

Outro exemplo é o de um **jogador de futebol** que treina de forma dura para chegar à seleção de seu país, e ao fazê-lo melhora o rendimento da equipe de seu clube, agradando ao técnico, diretores, sócios e, principalmente, aos torcedores. Como se pode ver, a Teoria Utilitarista valoriza o individualismo e, por meio, dela, a economia se apresenta, quer na baixa dos preços do comerciante cujos consumidores serão agraciados ou mesmo numa partida de futebol da Copa do Mundo que envolve bilhões de dólares (além de milhões e milhões de telespectadores). Quer ainda nos gastos excessivos em matéria de propagandas, em material esportivo, ibope televisivo e todo tipo de gasto que ocorre em turismo quando do evento de uma Copa do Mundo de futebol.

5. Um economista fora dos padrões: o pensamento de Gary Becker

Apesar de liberal, alinhado pelos conceitos da conhecida Escola de Chicago, **Gary Becker** (ganhador do prêmio Nobel de Economia em 1992) engajou-se, de 1964 a 1967, numa linha de pesquisa liderada por Jacob Mincer e Theodore Schultz voltada à **teoria do capital humano**. Esta teoria

consiste em aplicar ao investimento em capital humano as mesmas regras de análise que são aplicadas ao investimento tradicional.

O indivíduo que realiza despesas em educação, saúde ou outro elemento qualquer de sua situação pessoal, o faz na perspectiva de obter ganhos consideráveis. É o mesmo que dizer que ele investiu em si mesmo. O indivíduo racional toma suas decisões comparando o fluxo de ganhos futuros ao custo do investimento.

A preocupação com o **capital humano** foi sempre uma característica da escola neoclássica, e exemplo representativo disso é Alfred Marshall, o maior expoente dessa escola, que demonstrou grande preocupação com esse fator. Para Marshall, "**o mais valioso de todos os capitais é aquele investido em seres humanos**".

Becker, o economista ganhador do prêmio Nobel por ter estendido a análise microeconômica para outros aspectos do cotidiano econômico, no entanto, ampliou consideravelmente a problemática neoclássica que é a base da teoria do capital humano ao estender para diversos outros fenômenos da vida social o mesmo argumento utilizado na análise do investimento em capital humano, fundamentada na racionalidade dos indivíduos. E Becker estendeu essa análise nas mais diferentes situações: casamento, crime, consumo de drogas, ter ou não filhos e, caso tenha, quantos, compra de eletrodoméstico, divórcio. Ou seja, para as mais diferentes situações, na opinião de Becker, o indivíduo toma sua decisão comparando racionalmente os **custos** e os **benefícios**, tendo em mente a maximização de sua satisfação (percebam que novamente o princípio do Utilitarismo se faz presente).

Vejam o curioso caso do crime. O que a Economia tem a ver com isso?

O indivíduo racional compara os **ganhos** que pode obter com essa atividade (ilegal) aos seus **custos**, considerando as possibilidades de ser capturado e, uma vez preso, a extensão da pena. Pode parecer simples, mas há uma série de variáveis envolvidas nessa análise. **Pelo lado dos benefícios**, o indivíduo compara o que será possível ganhar e em quanto tempo de

"trabalho". Leva em conta, alternativamente, quanto ganharia no exercício de uma atividade profissional regular, na qual provavelmente teria que trabalhar em tempo integral.

Pelo lado dos custos, ele (o criminoso) vai levar em conta as chances de ser pego pela polícia, de ser condenado e de efetivamente ter que cumprir a pena. Se, por exemplo, for um indivíduo de baixa qualificação, sem maiores oportunidades de obter um emprego com remuneração elevada, a perspectiva de correr risco na atividade criminosa torna-se mais atraente. Se ele considerar que a chance de ser capturado pela polícia e condenado é remota em razão do número reduzido de policiais, do despreparo dos mesmos ou dos equipamentos limitados de que dispõe a Polícia, a perspectiva torna-se mais atraente ainda.

Se, além disso, o criminoso constatar que a legislação oferece uma série de atenuantes e que por falta de vagas nos presídios a tendência dos juízes é de aplicar penas suaves, sendo, portanto, remota a hipótese de ter que passar muito tempo atrás das grades, a chance de optar pelo crime é muito grande. Afinal, com essas variáveis todas, a conclusão a que o indivíduo chega é de que **"o crime compensa"**.

Evidentemente, se as variáveis fossem outras, como por exemplo: de um lado, o indivíduo possui bom nível de qualificação, a atividade econômica está em fase de expansão, estão surgindo boas e compensadoras oportunidades de emprego e a chance de obter salários elevados é alta; e de outro lado o sistema de segurança é eficiente, recebe polpidos investimentos públicos, resultando num efetivo policial bem preparado e equipado, capaz de exercer com competência o combate ao crime, agindo tanto na prevenção como na repressão, o sistema judicial é ágil, permitindo a tramitação rápida dos processos e as penas são duras, tendo que ser cumpridas à risca, a possibilidade de se sair bem na atividade criminosa se reduz acentuadamente, e o indivíduo irá pensar muito mais antes de se dedicar a ela, já que na sua percepção, **"o crime não compensa"**. Percebam que aqui temos uma tomada de decisão: ou opta-se por praticar o crime ou se isenta dessa prática.

O mesmo tipo de raciocínio pode ser aplicado a bens não comercializáveis, onde o fator preponderante deixa de ser o ganho monetário e passa a ser a obtenção de benefícios afetivos, emocionais ou espirituais.

6. O erro de ver no PIB a medida correta da riqueza de um país

O PIB (Produto Interno Bruto) é um “indicador absurdo, pois se soma o que é bom e o que é ruim; não se subtrai coisa alguma”, nos diz Manfred Max-Neef, economista chileno. Já para o professor José Eli da Veiga, a correta definição de PIB deveria ser (Piada Infame e Banal), pois do jeito que hoje é ensinado nos manuais de Economia, nada representa de real.

Por que essa celeuma em relação ao PIB? Como podemos verificar a “falha” do conceito do PIB em nosso dia a dia?

Para a composição e valoração do PIB, uma **epidemia, acidentes de automóvel, crimes, poluição dos rios** que vemos diariamente, são de “extrema importância”, pois fazem o PIB aumentar. Ora, mas se a economia busca como intenção prioritária levar qualidade de vida a todos, esses acontecimentos contradizem a lógica econômica. É justamente isso que o PIB faz. Na sua “contabilização” pouco importa se os indivíduos estão tendo qualidade de vida. O que “importa” ao PIB é mostrar o “crescimento da economia”, ainda que seja contabilizando as epidemias e acidentes seguido de morte no trânsito, pois isso leva a busca cada vez maior de serviços médicos, farmacêuticos, hospitalares, funerários. Mesma situação com a poluição dos rios. Vamos todos então poluir os rios, pois assim o governo vai contratar uma empresa para a limpeza e isso fará o emprego surgir e o PIB crescer....vejam o absurdo disso!

Um terremoto

Há mais exemplos desse absurdo. Sob o ponto de vista do crescimento do PIB, um **terremoto** é positivo: a reconstrução da região afetada vai movimentar a economia, gerar emprego, etc. Uma mineradora pode contribuir enormemente para o PIB extraindo seu minério, não importa se vai deixar um rastro de poluição que pode condenar para sempre uma região e as pessoas que ali vivem. Os **acidentes de automóvel**, por exemplo, são bons para o

crescimento do PIB, já que aumentam o consumo de serviços mecânicos, médicos, funerárias etc. Uma epidemia, então, é fantástica para o crescimento. Além disso, o PIB é um índice machista, pois ele não considera a parcela de 80% das mulheres do mundo que trabalham em casa.

De acordo com manuais de Economia, o PIB ainda estabelece como nulo o valor de bens ecológicos vitais, como **ar limpo, água e biodiversidade**; ou o de seres humanos saudáveis; ou o do trabalho não-remunerado (educação das crianças, manutenção do lar, cuidados com doentes e idosos, serviço voluntário etc.

Com esses exemplos, percebe-se então que o PIB não reflete o desenvolvimento de uma sociedade e muito menos mede a riqueza de um país. Tomando novamente a expressão do professor Stiglitz o que importa é que o povo vá bem, e não o PIB.

7. E sobre as distorções do sistema econômico

O caso Nike – Michael Jordan

Vejamos o caso típico da conhecida empresa **NIKE**.

Quem nos conta a história a seguir é David Korten, autor de *When Corporations Rule the World* (Berrett-Koehler, Califórnia 1995, p. 111). Essa obra foi editada no Brasil pela Futura/Siciliano, com o título *Quando as corporações regem o mundo*.

A Nike, uma das grandes empresas de calçado esportivo, se considera uma “empresa em rede”. Isto significa que emprega 8 mil pessoas em gestão, design, vendas e promoção, e deixa a produção dos tênis, nas mãos de cerca de 80 mil trabalhadores contratados independentemente. A maior parte desta produção terceirizada acontece na Indonésia, onde um par de Nikes será vendido nos Estados Unidos ou na Europa por **\$ 73 a \$ 135**. Esse tênis é produzido por um valor de cerca de **US\$ 5,60**, por meninas e jovens pagas inclusive a **15 centavos por hora**. Essas jovens trabalhadoras vivem em barracos da empresa contratante, não há sindicatos, a hora extra é freqüentemente obrigatória, e se houver greve, os militares norte-americanos podem ser chamados para quebrá-la. Os **US\$ 20 milhões** que a estrela de basquete Michael Jordan teria recebido em 1992 para promover os calçados

Nike foram mais do que a massa de salários pagos em um ano nas empresas da Indonésia para produzi-los.

O “caso Nike” constitui um exemplo impressionante das distorções de um sistema econômico que transfere a remuneração dos que produzem valor real para aqueles cuja função primária é de criar ilusões de marketing para convencer consumidores a comprar produtos que não necessitam a preços inflados. Um trabalhador indonésio precisaria de **44 mil anos** para ganhar o que Jordan ganha em apenas **365 dias** com a Nike.

Marcus Eduardo de Oliveira é economista e professor universitário. Mestre em Integração da América Latina (PROLAM-USP) e especialista em Política Internacional (Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo). É autor de “Conversando sobre Economia” (Ed. Alínea).