

# A História do Lucro

suas origens, evolução  
e o estado atual



# Stanley Loh

STANLEY LOH

A História do Lucro:  
suas origens, evolução e o estado atual

1ª Edição

Stanley Loh

Porto Alegre

2014

Prefixo Editorial: 916683  
Número ISBN: 978-85-916683-3-5

Copyright © by Stanley Loh  
Todos os direitos reservados.

Ideia da ilustração de capa: Maria Eduarda Loh

Formas de citação:

LOH, Stanley. **A História do Lucro** - suas origens, evolução e o estado atual. Porto Alegre, 2014.

Loh, S. (2014). *A História do Lucro - suas origens, evolução e o estado atual*. Porto Alegre, 37 p.

# Sumário

## Conteúdo

A História do Lucro - prefácio.....	5
Conceitos .....	5
A Origem do Lucro.....	6
Valor X preço .....	7
Lucro falso, valor de mercado.....	7
Raridade X fartura .....	11
Uma rede de necessidades .....	12
Valor pelo trabalho .....	13
Lucro sem produzir .....	14
Lucro por possuir bens ou propriedades.....	15
Lucro a partir do dinheiro e a Usura.....	16
Dividir lucro entre envolvidos .....	17
Meritocracia .....	19
Lucro como incentivo – risco e participação em lucros .....	20
A perda de referencial e os parâmetros errados .....	21
A ganância.....	23
Lucro como benefício para a Sociedade.....	25
Social Business.....	26
Os valores incomerciáveis – o que não tem preço .....	27
A redistribuição de renda .....	28
Uma proposta .....	29
Bibliografia .....	30
Anexo - A História do Dinheiro.....	34
Bibliografia .....	37

## A História do Lucro - prefácio

Imagine que um empresário monta uma empresa de serviços, contrata empregados e pega dinheiro emprestado com um investidor para comprar bens e ferramentas. Imagine que esta integração funcione como um consórcio. As partes se reuniram a partir da proposta do empresário e decidiram trabalhar em conjunto. Ao final de um período, após vários serviços feitos a vários clientes, como deve ser dividido o resultado financeiro ?

O empresário deve ganhar mais, pois assumiu o risco ? Se der tudo errado, é ele quem tem que pagar os salários dos empregados e ainda devolver o dinheiro ao investidor. Ou o investidor deve ganhar mais, pois sem seu capital nada seria possível ? Ou os empregados devem ficar com a maior parcela, pois fizeram a parte mais árdua do projeto ?

Este capítulo pretende, não trazer respostas definitivas às perguntas, mas suscitar uma discussão econômica, filosófica, religiosa, ética, técnica, etc., sobre estas dúvidas.

### **Conceitos**

Conforme Charles Jackson (no livro Profit), lucro é o líquido que resta após subtrair despesas; é o dinheiro além dos custos; a recompensa pelos riscos. A velha máxima "there is no free lunch" explica bem. Imagine um comerciante europeu na Idade Média, buscando mercadorias no Oriente (China ou Índia ou Arábia), tendo gastos e assumindo os riscos por perder tudo. Por que ele não venderia esta mercadoria, na sua volta à Europa, pelo preço de custo ? Por que somar uma certa quantia ? O que representa este extra ? Este é o assunto neste capítulo.

Charles Jackson classifica os diferentes tipos de lucro:

- lucro PROXIMAL = o que se obtém da natureza sem gasto de energia de pessoas; ex. árvores que crescem sozinhas, energia eólica; se você achou uma fruta e não teve esforço para colhê-la, o valor pelo qual conseguir vender a fruta será seu lucro proximal;
- lucro DISTAL = energia gasta para produzir algo que tenha valor para outros; por exemplo, pegar uma pedra bruta e lapidá-la; se você achou a pedra, o esforço para lapidá-la lhe permitirá vendê-la por um valor maior que a pedra bruta; a diferença entre o preço da pedra bruta e o preço da pedra lapidada é o seu lucro distal;
- lucro VERDADEIRO ou valor fundamental (CORE VALUE) = a soma do lucro proximal + lucro distal;
- lucro FALSO = gerado por influências externas; ex. pedras preciosas, último item de um balcão; tem a ver com o valor de mercado; trataremos deste tipo de lucro adiante neste capítulo;

Formalmente, para uma empresa, o lucro é a diferença entre receitas e despesas, e pode ser dividido entre sócios ou acionistas. Mas mesmo uma empresa sem fins lucrativos deseja ganhar mais do que gasta. Ninguém quer nem mesmo empatar, pois isto é um alto risco. E este excedente não é dividido entre pessoas mas servirá como reserva para dias difíceis ou para financiar melhorias na empresa. Então, o lucro é importante também para gerar novos benefícios para clientes e sociedade.

## **A Origem do Lucro**

Segundo Matt Ridley, quando os humanos eram somente caçadores-coletores, dividir a comida era algo natural. Mesmo quando alguém não participava da caça ou da coleta, seja por estar doente, cansado, ele recebia uma parcela. Acredita-se que esta cooperação acontecia porque alguns imaginavam que um dia podia acontecer com eles de voltarem de mãos abanando, e então aquele que hoje estava recebendo iria partilhar por reciprocidade o que tinha conseguido.

Além disto, ainda havia o sentimento de que a terra e seus frutos não tinham dono. E a caça, quando era abundante, deveria ser compartilhada por questões morais. O mamute era um bem público. Proudhon acreditava que a propriedade era um roubo: não deveria haver posseiros porque a terra é de todos e de ninguém ao mesmo tempo.

O lucro deve ter começado quando a agricultura se enraizou na nossa sociedade. Os resultados excedentes de uma caça (a carne) não poderiam ser guardados por muitos dias; era preciso comer logo em seguida. Já os resultados da colheita de grãos plantados poderia ser armazenado, inclusive para estações de seca. O que não fosse utilizado para saciar a fome no presente e no futuro sobrava. E estes excedentes começaram a ser trocados por outros tipos de excedentes com outras tribos e depois cidades.

Neste contexto, o lucro era o excedente. E este lucro era gerenciado sob as regras determinadas pelo Rei-Sacerdote de cada cidade. Quando as cidades cresceram e se tornam estados, surgem os governos e com eles impostos, para financiar exércitos, para segurança e para a guerra (bem como financiar o trabalho do Rei, que era governar a cidade). As cidades crescem mais ainda e começa a ficar difícil controlar quem está trabalhando e quem é aproveitador. Então surgem as primeiras leis. Um destes conjuntos chegou até nós e ficou conhecido como o Código de Hamurabi, rei da Babilônia.

Os primeiros comerciantes devem ter surgido pela necessidade de levar um tipo de excedente de uma cidade para outra. Aí é que os fenícios se notabilizaram, construindo barcos e inventando o alfabeto para agilizar as trocas. Depois disto vem a invenção da moeda, para facilitar as trocas. Nesta situação de comércio, o lucro já toma outro sentido: servia para pagar o esforço e os custos de quem transportava as mercadorias ou mesmo quem financiava as expedições para extrair recursos naturais. Para conseguir extrair o sal do deserto e vendê-lo na cidade (a mercadoria era tão importante antigamente que valia como moeda), era preciso ter dinheiro para comprar camelos e mantimentos. E ainda se assumia o risco de camelos morrerem ou a tropa ser assaltada. Quem participava com o trabalho, recebia uma parte do resultado, ou seja, parte do sal (por isto, a palavra salário).

A razão entre o lucro (parte que cabia ao comerciante ou empreendedor), os custos e o salário pago aos trabalhadores naquela época ainda não é bem entendida.

Na Idade Média, o lucro estava mais associado aos burgueses, pequenos comerciantes que viviam do lucro da troca e dos serviços. Entre a Idade Média e o Idade Moderna, surgem os banqueiros, que lucravam emprestando dinheiro ou fazendo câmbio de moedas. Era o lucro a partir do empréstimo de capital (os juros).

Com a revolução industrial, os burgueses se tornaram os donos dos bens de produção e das fábricas. Banqueiros continuaram a existir. E as bolsas de valores já existiam nesta época. A distribuição do lucro das fábricas começou a tender para o lado do empresário, e por isto Karl Marx e Friedrich Engels escreveram tantos livros sobre comunismo e disputas entre classes.

Os capitalistas aceitaram a meritocracia, ou seja, acreditam que merece a maior parte quem faz por merecer, segundo as regras do livre mercado. Como discutiremos adiante, a tal lei da oferta e da procura nem sempre é justa, e nem sempre recompensa melhor os mais mercedores. O próprio conceito de “mérito” não é consenso.

## **Valor X preço**

Se você faz um martelo e isto lhe custa \$5, se você vender por \$8, seu lucro será de \$3 e o valor de mercado do martelo é de \$8. Mas qual o real valor do martelo ?

Valor é diferente de preço. Por que alguém paga 80 mil por um vestido ? Não está pagando pelo feitiço, material ou pelo atendimento. O objetivo é outro. Talvez poder dizer que pagou este valor. Já para outras pessoas, talvez pagar 500 reais por um vestido já seja muito. Isto acontece porque pessoas dão valores diferentes para as coisas (bens ou serviços), justamente porque antevêm diferentes benefícios. Segundo Matt Ridley, o valor é dado pela utilidade de algo. Ou seja, valor tem a ver com o que a gente ganha com o recurso (bem ou serviço adquirido). Quanto mais benefícios, maior o valor. E com isto, pode-se pagar mais caro sem achar absurdo.

O valor difere de pessoa para pessoa, de lugar para lugar, de tempos em tempos. Quem pagaria por um copo de água hoje em seu dia a dia ? Mas agora se imagine num deserto, perdido. É possível que no futuro a água seja muito mais cara que hoje, porque está escasseando.

O valor inclui diferentes benefícios. Uma pessoa pode decidir comprar um sapato numa loja onde o preço é mais caro, mas onde se sente melhor (melhor atendimento e ambiente, estacionamento, mais seguranças, etc.). Isto é o que chamamos valor agregado ao bem ou serviço. Não é o objetivo principal do negócio ou do cliente, mas ajuda na escolha e pode ser o fator determinante para a decisão final do cliente.

O conceito de valor inclui o que se gasta (custo para adquirir) e o que se ganha. O custo pode incluir não só o valor pago pelo bem ou serviço, mas custos para deslocamento, para pesquisar preços, o tempo gasto na compra, etc. Além disto, pode haver custos futuros, como manutenção do bem, riscos à saúde, etc.

Entre o preço de custo e o valor da mercadoria cabem vários preços de venda. Isto discutiremos adiante, quando falarmos de valor de mercado.

Se o preço for muito baixo, pode ser que alguém pagou por isto. Não existe “free lunch”. Muitas empresas utilizam trabalho infantil, trabalho escravo ou mesmo salários imorais para gerar produtos com preços muito baixos. Mesmo quando uma troca de mercadoria não inclui venda ou não envolve dinheiro, há um preço a ser pago na volta como retribuição ou reciprocidade. Matt Ridley comenta que algumas tribos olham os dentes do cavalo recebido para saber o quanto retribuir depois.

Atualmente, se você receber algo de graça, você é o produto. Por exemplo, o mecanismo de busca do Google e o Facebook não cobram pelos serviços. Então é porque eles estão vendendo informações sobre nós para seus parceiros, que assim podem oferecer seus produtos.

## **Lucro falso, valor de mercado**

O que Charles Jackson chama de “lucro falso” pode ser entendido como “valor de mercado”, ou seja, o quanto as pessoas estão dispostas a pagar pelo bem ou serviço.

Isto normalmente é regulado pela tal lei da oferta e procura. Se há muita gente querendo algo (muita procura ou demanda), o valor aumenta. Se os recursos são escassos (há pouca oferta), o valor também aumenta, desde que haja interessados. Na próxima seção falaremos sobre uma certa inversão deste conceito (valor dado não pela raridade mas pela fartura).

Conheci um corretor de imóveis que anunciava um imóvel por um preço. Se muita gente vinha

interessada, ele não vendia o imóvel, retirava o anúncio e aumenta o preço. Se não viesse ninguém, ele diminuía o preço. E assim chegava ao melhor valor para ele (pela Lei da Oferta e da Procura).

Entretanto, nem sempre esta lei da oferta e procura determina valor ou preços. Em alguns casos, há produtos que não são tão procurados ou vendidos e que mesmo assim estão com preços altos. Em algumas cidades brasileiras, há restaurantes tailandeses com preços altíssimos. Nem todo mundo gosta deste tipo comida. Mas há clientes certos que costumam ir com frequência, que aceitam pagar o preço e que mantêm o restaurante. Então neste caso, não é o tamanho da demanda mas sim a intensidade da necessidade que determina o preço. E é claro é preciso haver pessoas interessadas em pagar tal preço (conceito de valor discutido na seção anterior).

Segundo Kahney, a Apple utiliza uma margem de lucro de 25%, enquanto que Dell usa 6,5% e HP apenas 5%. E por que a Apple faz isto com sucesso ? Porque a Apple tem clientes fiéis, que passam a noite na fila para ser um dos primeiros a comprar o novo produto. E brigam com amigos defendendo a empresa. São melhores que clientes fiéis: são os clientes "advogados" ou "pregadores".

A figura abaixo apresenta 4 tipos de clientes.

No quadrante mais abaixo e à direita, estão os clientes da Apple. Eles só se interessam pela marca (sinônimo de qualidade) e não se importam de pagar mais pelos produtos da Apple do que pagariam por produtos similares de outras marcas.

Mais acima e à direita estão os clientes racionais. Eles são mais exigentes. Preocupam-se com marcas (qualidade) mas também estão atentos aos (e comparam) preços. A sua motivação pela compra é lógica; então só podem ser alcançados por argumentos e raciocínio.

Já o quadrante mais acima e à esquerda indica os chamados "cherry pickers", que são clientes unicamente preocupados com preço. Eles vão atrás das promoções, de quem oferece o melhor preço ou condições. E não têm vergonha nenhuma de trocar rapidamente um fornecedor ou marca por outro.

No último quadrante, à esquerda e em baixo, estão aquelas pessoas que não se preocupam nem com preço nem com marca. São os compradores de ocasião ou conveniência. É aquele marido que tem jantar de aniversário de casamento marcado às 20 horas e se lembra às 19:30 horas que não comprou nenhum presente. Ele sai desesperado do trabalho em busca de algo. Não vai comprar qualquer porcaria, mas também não está preocupado com marcas muito menos com preço (provavelmente vai pagar mais caro porque não teve tempo de pesquisar).

Sempre devemos lembrar que qualidade é uma característica percebida por pessoas, ou seja, é subjetiva e na maioria das vezes não pode ser determinada por índices numéricos. Apesar da existência de certificações e indicadores de performance, a satisfação do cliente é algo bem intangível.





Para Schumpeter, preço é um fenômeno social. A Sociedade é uma grande empresa; é ela quem determina o valor das coisas e não indivíduos. Ninguém produz algo sozinho. Então o custo de algo que produzimos depende do custo do trabalho de outras pessoas. Além disto, a curva de utilidade também depende da moda (olhar o que os outros têm). Esta é a chamada “obsolescência percebida”. Acontece quando vemos algum produto que outra pessoa possui, que é melhor do o similar que nós temos.

A moda influencia porque pessoas imitam pessoas. Gladwell comenta isto no seu livro "O ponto da virada"). Até mesmo o suicídio e os tiros em Columbine têm como causa a imitação. Portanto, se as pessoas estão comprando o produto e pagando aquele valor, então é porque o produto é bom e o preço é justo. E as pessoas estão usando a tecnologia para se comunicar mais rapidamente e em larga escala. Só que as redes sociais espalham o erro. Um raciocínio errado na compra se espalha. "Se meu amigo comprou, é porque ele já fez a conta se vale a pena ou não". Será ? Por isto as empresas estão tão interessadas nas redes sociais. O marketing tradicional não funciona mais. O que vale é o viral (boca a boca). Um amigo dizer para outro que algo é bom funciona melhor do que a empresa que vende o produto ou serviço afirmar isto. Além disto, um cliente satisfeito tende a difundir sua satisfação para 3 ou 5 outros, enquanto que um cliente insatisfeito espalha sua raiva e contamina de 10 a 15 outras pessoas. Mas as redes sociais aceleram esta disseminação e utilizam amplitudes maiores de alcance.

Mas de onde vem o lucro falso ?

É possível aumentar o preço (e consequentemente o lucro) de algo artificialmente. Uma das maneiras é aumentar a necessidade ou urgência (a procura) ou então diminuir a oferta. Muitos dos preços (produtos agrícolas, dólar) são regulados assim pelo Governo. Isto seria uma forma de controlar a lei da oferta e procura.

Além disto, o mercado muitas vezes é “enganado” por estratégias empresariais. As pessoas estão sempre sendo influenciadas quando tomam decisões. Tversky e Kahneman (este último ganhador do prêmio Nobel de Economia, e o primeiro só não ganhou porque já era falecido) publicaram diversos artigos sobre como pessoas tomam decisões e principalmente por que as pessoas tomam

decisões de forma errada. Um exemplo deles: imagine que alguém comprou um taco de baseball e uma bola por \$ 1,10 (valores somados). O taco custou \$ 1,00 a mais que a bola. Pense rápido: quanto custou cada um ?

Está pensando ainda. Tente dar uma resposta rápida. Você provavelmente irá dizer \$1,00 para o taco e \$0,10 para a bola.

Mas esta não é a resposta correta. Faça um sistema de equações:

t = custo do taco

b = custo da bola

$$t + b = 1,10$$

$$t = b + 1,00$$

Então substituindo a 2a equação na 1a, temos  $b + 1,00 + b = 1,10$ .

Resultando em:  $2b = 1,10 - 1,00 \implies 2b = 0,10 \implies b = 0,05$ .

Então a bola custou \$ 0,05 e o taco \$ 1,05.

Mas a maioria das pessoas faz uma conta rápida e chega à conclusão errada de que o taco custa \$ 1,00 e a bola \$ 0,10. É muito trabalhoso fazer tal sistema de equação. Se errarmos, o custo do erro não é muito grande. É por isto que muitas vezes pagamos mais caro pelas coisas. Quando vemos uma oferta num supermercado, por exemplo, uma caixa (1 litro) de leite a R\$ 1,00, enquanto que os concorrentes estão cobrando R\$ 1,10. Então acabamos indo neste supermercado e compramos um pacote (12 caixas de 1 litro). Nossa economia foi de R\$ 1,20 (ora, dá para comprar mais um litro, ótimo!). Só que:

a) ao ir neste supermercado, não contabilizamos a diferença no custo do transporte (o custo de ir até lá; talvez ele fique mais longe que os outros);

b) além disto, sempre acabamos comprando outras coisas e na soma, talvez não tenha sido uma boa decisão. Mas dá muito trabalho fazer o cálculo preciso. E toma tempo (e tempo é dinheiro).

Pior é o caso de alguém que vai presencialmente a cada supermercado verificar o preço e então depois decide onde comprar pelo menor preço. Só rodando entre um e outro, a pessoa teve um custo extra. E não vale dizer que foi a pé: pois tem o custo do tempo (tempo é dinheiro).

Outro exemplo de como nosso cérebro nos engana (e algumas empresas também). Imagine que uma empresa tem um produto que vale 200 reais no mercado. Mas como é um produto novo, ela decide entrar no mercado vendendo mais barato. Então ela diz ao consumidor que o preço é 200 mas que ela está dando um desconto de 50%. As pessoas compram.

Agora imagine uma outra empresa entrando no mercado com o preço de 100 reais. Depois de algum tempo, quando os clientes estão acostumados com o produto, ela sobe o preço para 200 reais. As pessoas ficam indignadas e não compram mais. Mas a situação é a mesma. Vamos aceitar o primeiro caso só porque a empresa foi honesta ? Sim, as pessoas aceitam isto.

Houve o caso de um grande supermercado que não conseguia vender um determinado produto. Então reduziu tudo o que pode no preço e chegando, digamos por hipótese, a R\$ 1,00. Ainda assim não vendeu nada. Então fez uma pesquisa interna sobre a média de valor pago por produtos da mesma categoria, chegando à resposta de R\$ 2,00. O que o supermercado fez ? Aumentou o preço daquele produto para R\$ 2,00. E vendeu tudo.

Muitas pessoas não acreditam em preços muito baixos. Associam isto a baixa qualidade. Em alguns casos, isto está certo. Vários sites enganadores oferecem produtos muito baratos. Mas um raciocínio

lógico já nos permitiria entender a falcatura: basta calcular custos e chegar à conclusão que eles não teriam lucro algum (só se fosse mercadoria roubada).

## **Raridade X fartura**

Antigamente, o valor de um bem era proporcional à sua raridade, por exemplo, o ouro e a prata. Ou seja, se fosse difícil encontrar o bem, seu preço subia. É também o caso de uma pintura de um artista já falecido.

Por outro lado, Kevin Kelly (1998) defende que estamos vivendo uma nova economia, a economia de rede. Nela, quanto mais pessoas usando (mais oferta), mais valor as coisas terão. O teclado Qwerty e outros formatos (VHS sobre Betamax; PC aberto sobre computadores proprietários) vingaram porque as pessoas já estavam acostumadas e não queriam trocar. E as empresas aceitaram um paradigma de menor qualidade porque era mais requisitado.

Em alguns casos, a proporção é mais radical ainda. Um bem só teria valor se um mínimo de pessoas estivesse usando. Por exemplo, o valor do aparelho de fax e do telefone só foi percebido depois que um bom número de pessoas estava usando. Algumas redes sociais só ficam famosas quando já há um grande número de usuários, ou seja, alguém entra só se seus amigos já estão. Mas quem são os primeiros a entrar? Everett Rogers propôs um modelo para explicar a difusão de inovações, em formato de curva de sino.



Algumas poucas pessoas, os inovadores (Innovators), são as que primeiro adotam as novidades, atraídas pela novidade e pelo risco. Quando deixa de ser novidade, a inovação não é mais atraente e os inovadores abandonam o uso. Depois destes, vêm os que adotam cedo, os chamados primeiros adotantes (early adopters). Estes seguem os inovadores, mas não são inovadores. Só usam depois que alguém já começou a usar. Mas estão na frente da grande maioria. Depois vem a maioria inicial (early majority), formando um dos maiores grupos. Eles adotam quando a novidade já se tornou comum, ou seja, esperam um grupo inicial (inovadores e primeiros adotantes) experimentar e dar o aval. Depois destes vem a maioria tardia (late majority), formada por pessoas conservadoras e menos ativas socialmente. Estes só adotam as novidades muito tempo depois que elas surgiram e somente depois que a grande maioria já está utilizando. Por fim, aparecem os retardatários (laggards), que por serem extremamente conservadores e mais velhos em idade, são os últimos a adotar as novidades (quando até já não são mais novidades).

Em geral então, a maioria das pessoas costuma aderir a inovações somente após outros já terem testado o bem ou serviço. E por isto, as empresas procuram focar seus negócios em produtos que

são mais vendidos. Aplicativos como Waze e redes sociais só têm valor se muitas pessoas aceitarem e usarem. O Youtube só foi vendido por 1,6 bilhão de dólares porque tinha muitos usuários e fiéis. O Google tinha o Google Vídeos com tecnologia melhor, mas bem menos usuários. Um cliente só adere a uma companhia de celular se esta tiver muitas antenas espalhadas. E a companhia só implanta novas antenas se tem perspectiva de haver mais clientes.

Por outro lado, Chris Anderson (2006) acredita que está-se voltando a dar valor às coisas raras. Ele identificou na Internet o fenômeno que chamou de “A Cauda Longa”. Há muitas empresas oferecendo produtos que vendem pouco. A Amazon tem todo tipo de livro e aceita vender e entregar mesmo os que são pouco procurados. A Amazon e outras empresas como NetShoes podem oferecer produtos que saem pouco porque não trabalham com estoque. Ter produto estocado é sempre prejudicial para a empresa (custos com armazenamento, capital imobilizado, riscos de perda e roubo). A entrega tem um custo muito baixo e é feita de forma muito ágil (efeitos da globalização, combinada com um ótimo processo de logística apoiado por software de workflow e simulação de rotas, e parceiros de transporte). Se você for numa revistaria agora, verá que há muitas revistas especializadas, para públicos muito pequenos. É possível que você encontre uma revista de náutica só sobre lanchas. Há também canais em TVs por assinatura que são muito específicos (exemplo: canal de dança).

Como as editoras e geradoras de conteúdo tão específico ganham dinheiro assim ? Provavelmente porque há um grupo razoável de pessoas que gostam de diferenciação, que não vão atrás das maiorias, nem dos marketeiros. Ou seja, para elas, o que é muito comum perde interesse. Uma possível explicação pode estar na necessidade de diferenciação, de ter algo raro, como por exemplo uma obra de arte ou um vestido feito sob encomenda.

Isto acontece com a moda. Todos querem estar na moda, ninguém quer ser muito diferente. Mas também ninguém aceita que todos sejam iguais. Acontece também que a maior participação das massas faz as elites desertarem. E se deixa de ser moda, não é mais atraente e perde o valor.

Outra explicação possível é o esgotamento ou imunidade. Malcolm Gladwell, no livro "O ponto da virada", diz que as pessoas perdem interesse em algumas tecnologias quando há muitos usuários. E aí tendem a trocar por algo mais novo ou inovador. Por exemplo, poucas pessoas atendem ao telefone fixo hoje em sua residência ou mesmo preferem não ter telefone fixo em casa, porque as empresas de telemarketing estão esgotando a paciência de todos.

Gladwell fala da regra dos 150 de Robin Dunbar: quando a rede ou grupo chega ao número de 150 membros ou elementos, fica difícil coordenar ou participar ou entender as relações, e os relacionamentos enfraquecem. E com isto, o interesse diminui. Um grande número de laços fracos, enfraquece a rede como um todo, ou seja, diminui a força dos laços fortes (Granovetter, 1973). Esta pode ser uma explicação para o Facebook ter perdido usuários em algumas regiões e sua taxa de crescimento ter caído nos últimos meses. E os que ainda continuam na rede estão dedicando menos tempo.

### ***Uma rede de necessidades***

Uma necessidade satisfeita gera uma nova necessidade. Por exemplo, se você comprar um TV Led de 50 polegadas, depois vai querer também um home theater. E depois vai precisar de um sofá melhor. Mas para que tanta tecnologia e conforto se você for assistir aos filmes sozinho ? Então para convidar os amigos, precisará oferecer comida e aí talvez tenha que melhorar a cozinha e a

copa. E por aí vai.

Conforme Kevin Kelly (1998), quanto maior o número de redes a que um produto puder fazer parte, maior será seu valor. Por exemplo, um telefone faz parte de várias redes de necessidades. Você o usa para falar com amigos e parentes, mas também serve como ferramenta de trabalho.

Esta rede começa pelas necessidades básicas, por aquilo que tem mais utilidade. O valor das coisas vem do uso; sem utilidade, sem valor, conforme Nicholas Barbon já dizia em 1690. Mas há uma escala de prioridades para cada pessoa. Algumas coisas são imprescindíveis e outras são menos prioritárias. Hoje damos muito valor ao supérfluo, aquilo que não tem necessidade mas é desejado. E este tipo de necessidade (desejos), segundo Barbon, são infinitos.

O consumismo aliado às estratégias de marketing evoluíram muito a partir da crise de 1929 nos EUA (conforme Jeremy Rifkin e Bernard Gazier). Arrasado após a queda das bolsas, os EUA estavam enfrentando uma grande recessão, com taxa de desemprego perto dos 30% (época que foi chamada de “a grande depressão”). Além da diminuição da produção e da renda, o pouco dinheiro que havia não entrava em circulação devido ao pessimismo das pessoas. Todas queriam guardar. Para contornar o problema, o presidente Roosevelt e seus marketeiros iniciam uma grande campanha para estimular o consumo. Se as pessoas comprassem mais, as empresas precisariam produzir mais e assim ofereceriam novos empregos. Além disto, o Governo também começou a gastar mais para empregar e circular dinheiro, iniciando grandes obras de infraestrutura.

Esta campanha incluía o fenômeno da obsolescência percebida. A ideia era mostrar para as pessoas que o antigo era feio e ruim, e que elas deviam comprar coisas novas e se desfazerem das antigas.

O consumismo começa a tornar difuso o conceito de lucro. Se você quer muito algo, você está disposto a pagar mais que o valor do bem. E pode até pagar mais que o valor de mercado do bem, se só você puder ter aquele bem (e isto for importante para você, é claro).

## ***Valor pelo trabalho***

Karl Marx dizia que o preço é o valor de troca, equacionado pela relação entre as mercadorias, como, por exemplo, X unidades do produto A equivalem a Y unidades do produto B. Mas esta comparação pode ser feita pelo valor de mercado, dado pela quantidade de dinheiro a que cada unidade equivale. Já o valor real de uma mercadoria seria determinado por uma unidade comum a todas as mercadorias, que seria o trabalho para produzi-las.

O trabalho, por sua vez, seria medido pelo tempo (horas, dias, etc.). Desta forma, se duas mercadorias, A e B, demoram o mesmo tempo para serem produzidas, elas teriam o mesmo valor.

Tal tipo de raciocínio não se concretiza quando estamos usando máquinas para realizar o trabalho. Se uma máquina for adquirida por maior preço, este custo deverá ser embutido de forma proporcional no preço final dos produtos produzidos. Da mesma forma, se uma pessoa, mais preguiçosa, demorar mais para produzir algo, seu resultado será de maior valor ?

Um dos objetivos da industrialização era poder gerar mais produtos em menos tempo e com menos custo (maior eficiência), resultando em preços finais menores para poder vender mais. Quando as máquinas começam a substituir o trabalho braçal humano, não é mais preciso pagar salários, e por conseqüente os custos diminuem, podendo gerar produtos finais de menor preço. O custo de aquisição e manutenção de uma máquina é diluído por todas as unidades produzidas ao longo do tempo, gerando bem menos custo que homens trabalhando. Se houver produtividade (fazer mais

produtos em menos tempo e custo), as mercadorias podem ser vendidas por menor preço e as pessoas podem comprar mais. Mas o empresário pode não querer diminuir os preços finais, e com isto estaria aumentando seu lucro (mais-valia).

A revolução industrial trouxe a possibilidade de maiores lucros para os empresários, mas os salários não eram considerados suficientes pelos trabalhadores. Diversos conflitos surgiram até que benefícios fossem incorporados aos salários. Mas o lucro continuava sendo do empresário. Marx criticava a apropriação do lucro pelo empresário sobre o trabalho de pessoas (o que chamava de mais-valia). Para ele, não era justo o trabalhador receber apenas salário e não ter direito a parte dos lucros. Mas para os empresários, o trabalho era uma dívida concedida aos trabalhadores pobres. Bertrand Russel conta que no início da Revolução Industrial na Inglaterra, as horas excessivas de trabalho eram vistas como uma forma de evitar alcoolismo de adultos e marginalidade nas crianças. E isto também acontecia com os vassalos e servos na Idade Média, que deviam pagar impostos aos senhores feudais por poderem desfrutar dos benefícios da terra.

O trabalho enobrece. Além disto, alguém altamente ocioso fica entediado. Mas o ócio é importante para restabelecer forças físicas, estabelecer laços emotivos e para pensar. Se quiser que alguém não pense, dê-lhe mais trabalho.

De novo, caímos na dúvida sobre o que é mais importante: o capital que suporta as empresas, o risco assumido pelo empresário ou o trabalho do assalariado que gera resultados concretos ?

### ***Lucro sem produzir***

É possível obter lucro sem esforço (ou com um mínimo de esforço). A especulação financeira principalmente em ações da bolsa é um exemplo. Há pouco esforço mecânico mas tais pessoas precisam realizar trabalhos intelectuais para traçar estratégias de compra e venda. Para elas, houve trabalho e benefício pessoal. Para a sociedade, nenhuma inovação é gerada, nenhum resultado ou benefício. Ou seja, é um trabalho que não gera valor social.

Neste caso, o mérito pelo lucro está na esperteza, nos atalhos para conseguir lucro fácil e rápido. Isto não é ilegal. Mas não há contribuição para engrandecimento da Humanidade.

A especulação não acontece só no mercado de capitais e ações. Pode acontecer com imóveis, carros e até mesmo com serviço, por exemplo, a subcontratação. Você é contratado para pintar uma casa, mas subcontrata outra pessoa para fazer o serviço, pagando um valor abaixo do que você receberá. Seu lucro virá do trabalho de encontrar um pintor. Se o contratante tivesse negociado diretamente com o pintor, pagaria menos e talvez até o pintor recebesse mais. Moralmente, quem está no papel de contratante ou de pintor não aceita tal situação (até mais, deve condená-la). Mas o intermediário acredita que está fazendo um bem para ambos, encontrando uma solução para um e oportunidade de negócio (serviço) para outro.

Da mesma forma, se alguém comprar um produto aqui e vendê-lo ali logo adiante por um valor superior, poderá alegar que fez um trabalho para a Sociedade, transportando a mercadoria e merece ser remunerado por isto. Há diversos tipos de trabalhos intermediários e estas camadas que se somam acabam por aumentar o custo das coisas e serviços. Mas alguns talvez sejam necessários para a sociedade.

Por exemplo, se a Amazon é uma livraria sem livros, se só faz o intermédio entre editoras e consumidores, ela alega que seu lucro vem da estrutura que monta para concretizar o encontro entre

as duas partes. E isto é valorizado pela sociedade, pois os clientes não precisam se preocupar em procurar livros em cada editora (está tudo centralizado num mesmo lugar), não precisam se preocupar com a logística de transporte e assim por diante. Este é o valor agregado, que já comentamos antes.

No início das civilizações, lá na Mesopotâmia, os reis (que também eram sacerdotes) cobravam impostos para poder administrar a cidade e poder pagar exércitos que iriam defender os cidadãos. Seu trabalho não era braçal. Mas merecia uma parte do lucro.

Bertrand Russell, conta que, “na idade média, o pequeno excedente acima das necessidades básicas não era deixada para aqueles que o produziram, mas era apropriado por guerreiros e sacerdotes.” Parte do excedente (um tipo de lucro) era confiscado pela elite (reis, senhores feudais, igreja) em função dos benefícios que esta proporcionava ao povo.

Em algumas cidades da Idade Média, chamadas burgos, estas relações de débito não existiam. E dali nasceram os burgueses. Mas a história econômica tratou de corrigir tal desvio e todos acabaram por pagar algum tipo de imposto ao Estado.

Num contexto de mercado livre, a lei da oferta e procura deve separar os serviços intermediários que são úteis e serão pagos, daqueles que não serão pagos por não trazerem benefícios. Mas ainda assim continuamos obrigatoriamente a pagar impostos e serviços públicos cujos valores são muito questionados. Nem a livre iniciativa, nem o contrato social defendido por Rousseau e outros, nem a intervenção do Estado são a solução definitiva.

## ***Lucro por possuir bens ou propriedades***

Após o surgimento da agricultura e das civilizações e durante toda a Idade Média, foi bem aceito o preceito de que quem possuísse as terras era o senhor dos frutos da terra. No início, as terras eram de uma tribo, bem como os frutos dela. E por causa disto começaram as guerras entre tribos. Depois de um tempo, alguém inventou a propriedade privada. Ou seja, um pedaço de terra passou a ter um dono único, uma pessoa, e não mais um grupo.

Talvez este princípio do direito de propriedade tenha surgido como solução para a tragédia dos comuns, problema proposto por Garret Hardin (1968) sobre o uso comum de recursos naturais. Sobre isto, Ludwig von Mises explica que, se a terra não pertence a alguém, ela é usada sem qualquer consideração com os efeitos posteriores de seu modo de exploração. As soluções possíveis seriam a regulação por autoridades centrais ou por comum acordo, ou então a propriedade privada. Se uma pessoa detém a terra que lhe serve de sustento e pode administrar esta propriedade, esta pessoa cuidará melhor da terra, planejando ações presentes com vistas ao futuro. Então esta pessoa assume os custos de cuidar da terra, bem como o risco de ficar sem os frutos no futuro. E por isto, tal pessoa deveria ter direito ao lucro que advém desta terra e de sua administração.

Por outro lado, sempre houve quem questionasse o direito de propriedade. Proudhon alegava que a propriedade era um roubo, que um bem público (que beneficia a todos) ou um recurso natural não deveria ter dono. Seria aceita pela sociedade a venda de bens comuns como ar e água, em seu estado natural (sem processamento) ? Michael Sandel (2012) comenta em seu livro que há coisas que não devem ser vendidas ou comercializadas.

Matt Ridley estudou as sociedades primitivas e constatou que os bens públicos eram divididos entre

todos por uma questão moral. O mamute era um bem público; quem caçasse um mamute deveria dividi-lo com todos, incluindo os que não participaram da caça. E isto era bem aceito por todos. Os aproveitadores eram punidos de alguma forma não violenta, geralmente por exclusão do grupo.

E se o direito de propriedade for aceito, os questionamentos também incluem saber quem possui o direito sobre a propriedade. Numa economia de livre mercado, tudo é possível de ser comercializado. Então de quem é o bem comum ? É de quem chegar primeiro ou de quem tiver primeiro a ideia ? Ou de quem pagar mais ou tiver mais força ?

E se não houver terra para todos ? Os poucos que a detiverem terão mais poder que os demais. Alvin Toffler assim caracterizou a sociedade da 2ª Onda. O poder estava com quem tinha as terras. “Há homens que, pela propriedade da terra, podem fazer outros pagarem pelo privilégio de poderem existir e trabalhar.” (Bertrand Russell)

Depois da Revolução Industrial, os senhores passaram a ser os detentores dos bens de produção (os donos das fábricas). Aí a discussão passou do direito de propriedade das terras para o direito sobre os bens de produção. A maioria da população aceitava estes princípios; até o surgimento de Karl Marx. Então surge o questionamento se os donos de bens ou propriedades deveriam ficar com a maior parte do lucro ou se o lucro deveria ser repartido igualmente entre donos e trabalhadores.

### ***Lucro a partir do dinheiro e a Usura***

A especulação financeira não produz nada. É diferente do comerciante que compra num lugar para revender em outro e fez um serviço útil de transporte. Ou então de alguém que compre um pedaço de madeira e a refine, lixando e pintando, gerando um bem diferente.

Charles Jackson cita Aristóteles, que dizia que o dinheiro é estéril e não pode se reproduzir. A princípio, o dinheiro não tem valor, mas representa valor. Ou seja, só serve para facilitar as trocas. O dinheiro não produz bens ou serviços. São as máquinas e as pessoas que realizam o trabalho. Entretanto, o dinheiro permite comprar máquinas e pagar salários para que o trabalho seja feito. É daí que vem sua importância hoje como suporte à produção.

Infelizmente, a importância do dinheiro para financiar empreendimentos está aumentando tanto, que talvez seja impossível começar um negócio sem ele. E como apenas algumas pessoas ou instituições possuem dinheiro na quantidade necessária para financiar a produção, é possível que ele esteja se concentrando ainda mais nas mãos de poucos. Em resumo, o velho ditado “os ricos ficam mais ricos” (rich get richer) é uma verdade histórica. Thomas Piketty, no seu recente livro “O Capital no Século XXI” trata deste assunto com dados estatísticos. Segundo Niall Ferguson, antigamente nos EUA, pobres podiam chegar a ser ricos. Hoje em dia isto está cada vez mais difícil. Para Karl Marx, este era o princípio da acumulação infinita. Hayek (1983) afirma que a herança é a melhor forma de seleção, se pensarmos que alguém que herda dinheiro e consegue reproduzi-lo, não precisa gastar energia e tempo para fazer mais dinheiro. Para Piketty, a desigualdade não é necessariamente ruim. A questão é saber se ela é justificada, se há razões para ela existir. Historicamente, a distribuição de renda tem raízes políticas e não econômicas.

O dinheiro pode gerar dinheiro sim. Isto acontece na forma dos juros. É o lucro vindo do próprio capital. A usura é o processo de cobrar juros acima do que é estabelecido como normal ou moral pela sociedade. Ela era uma prática condenada já no Código de Hamurabi, ou seja, os antigos já tinham o sentimento de que o lucro exagerado era imoral. Atualmente, a usura é considerada crime em muitos países. Ou seja, cobrar juros acima do mercado é crime e quem faz isto é popularmente chamado de agiota.



## ***Dividir lucro entre envolvidos***

Voltando à pergunta que iniciou este capítulo, qual seria a divisão mais justa do lucro entre empresários, trabalhadores e quem empresta capital? Michael Sandel (2010) propõe que o mais justo seria sempre decidir quando não se tem vantagem alguma. Neste caso, teríamos que perguntar a pessoas que não são empresárias, nem empregadas, nem emprestam dinheiro. Talvez juízes pudessem responder à pergunta. Mas certamente não haverá consenso.

Podemos também ver o problema pelos olhos dos envolvidos. Matt Ridley conta a história da divisão de peixes entre membros da tribo Ponam: o resultado da pesca é dividido em partes iguais para os que pescam e para donos de redes e donos das canoas. A tribo acredita que pode haver problemas quando muitos não quiserem fabricar barcos ou redes, ficando apenas com o serviço da pesca. Entretanto, eles acreditam que o incentivo para fazer rede ou canoa é social, pela estima do grupo e não pelo resultado econômico.

Karl Marx dizia: cada um deve dar conforme sua capacidade e cada um deve receber conforme sua necessidade. Isto vale para o comunismo primitivo. Em épocas de capitalismo e meritocracia, isto não é aceito pela maioria das pessoas. Há sempre alguém que vai dizer que trabalhou mais e merece mais dos resultados. E acusar os outros de não terem vontade de trabalhar.

Podemos então tentar recompensar as pessoas pelo resultado do seu trabalho ou pela produtividade. O lucro não pode estar associado à energia ou ao tempo gasto por pessoas, como já discutido antes, porque sempre haverá aproveitadores burlando as medidas. E também porque hoje em dia há muito trabalho intelectual. Na Era do Conhecimento, conforme Alvin Toffler, o poder está com quem detém o conhecimento. Algumas funções que não priorizam o conhecimento irão desaparecer, substituídas por máquinas, como bem explicam os livros de Shoshana Zuboff (1989), Levy e Murnane (2012) e Brunjolfsson e McAfee (2011). Só restarão para humanos atividades de gestão (decisão) e criatividade. Bom seria se só máquinas fizessem o trabalho braçal e restasse a humanos apenas trabalhos intelectuais (gestão e planejamento, artes, decisão, criatividade, filosofia, justiça, etc.). Como era na Grécia antiga e por isto eles criaram tantas coisas boas que até hoje são referenciadas.

Hoje em dia, a sociedade implicitamente reconhece que algumas tarefas (profissões) merecem receber maior recompensa. Um médico deve ganhar bem porque assume riscos, precisa uma formação mais longa, precisa manter-se atualizado. Um educador deve receber mais para incentivá-lo a fazer bem seu trabalho, pela importância que é preparar jovens para o futuro em profissional e na sociedade. Ou seja, parece ser comum concordar que quem agrega mais valor ao resultado ou beneficia mais a sociedade merece os melhores salários e rendas. Entretanto, diretores de grandes empresas, artistas, desportistas profissionais são os que ganham os mais altos salários. Isto é justo? Por outro lado, há funções que ninguém quer por seu risco ou por asco. Talvez estas deveriam remunerar melhor. Mas quando vemos um prédio finalizado, pensamos em quem foi que teve maior importância no resultado. Ou seja, quem deve ganhar mais: o administrador, o engenheiro, o arquiteto ou o operário? Como avaliar quem tem mais valor para a sociedade?

Richard Sennett critica o modo como a sociedade está formando pessoas, dando maior importância para atividades intelectuais e menosprezando profissões manuais. Ele acredita que devemos estimular a cooperação entre grupos diferentes e aprender a viver com as diferenças. E valorizar mais as atividades manuais, que, segundo Sennett, favorecem a empatia. A simpatia ajuda a superar as divergências pela identificação com o outro, mas a empatia produz melhores efeitos porque uma

pessoa se coloca no lugar da outra, e isto favorece a cooperação e a divisão de trabalho e dos resultados.

O empregado depende do empregador e vice-versa. O problema é que hoje em dia, conforme Richard Sennett, as empresas não empregam pessoas mas compram trabalho. As relações humanas estão sendo alteradas. A pessoa está sendo desvalorizada na empresa. O seu trabalho, avaliado pelos resultados, é o que vale. Sennett defende que um ambiente de trabalho deveria ser um lugar onde as pessoas aos poucos desenvolvessem habilidades específicas e se tornassem mais competentes. Mas isto exige tempo, e por isto o processo é considerado improdutivo e ineficiente pelos gestores atuais.

Segundo Hayek (1983), ninguém é obrigado a trabalhar para um patrão. Se não aceitar a divisão do lucro, poderá procurar outro empregador ou então criar seu próprio negócio. Entretanto, nem todos possuem perfil para serem empreendedores. E nem sempre haverá patrão com vagas disponíveis. Se houver poucos empresários oferecendo emprego e muitos empregados precisando de emprego, a lei da oferta e da procura fará com que empregados aceitem um salário baixo. Então, neste caso, ser maioria não é deter o poder; não é poder determinar as regras e conduzir o mercado. Vale a lei da imunidade de Gladwell: se há muitos, perde o valor.

Por outro lado, se há poucos profissionais, um empresário deverá fazer uma proposta melhor de divisão de lucros, sob pena de ter que contratar os menos qualificados. E aí vale a lei da raridade (o que é escasso vale mais). Mas nem todos trabalhadores possuem qualificação, seja por falta de interesse ou de oportunidades.

Mas a lei da oferta e da procura não se equaliza facilmente. Não há balanceamento de carga, evitando pender mais para um lado. Marx defendia que apenas uma maioria organizada poderia mudar as regras. E não um bando de homens-massa, sobre quem Ortega y Gasset falava em seu livro. O Governo talvez devesse ajudar no balanceamento, mas esta não é uma atividade fácil quando se lida com milhões de pessoas. Querendo ou não, a lei que mais vinga é a da mão invisível de Adam Smith. Mas ela não é justa, ela não equilibra pagamentos e felicidades.

Então o que vale hoje em dia é uma espécie de contrato profissional entre empregador e empregado. Conforme Charles Jackson explica, o contrato entre a empresa e o empregado é uma transferência de propriedade (do lucro), passando das mãos do trabalhador para as mãos do empregador pelo contrato. As combinações para divisão do lucro seriam feitas antes da divisão, determinando a fatia de cada um (proprietário da matéria-prima, proprietário das máquinas, proprietário da terra ou dos imóveis, trabalhadores, quem teve a ideia, quem emprestou o dinheiro, etc). Segundo o mesmo autor, a função do governo seria evitar abuso, como por exemplo o trabalho escravo ou de crianças.

E o governo (ou Estado) também fica com sua parte do lucro. E todos aceitamos isto, pelo contrato social. Para Russell, a maioria dos britânicos aceitam que o rei tenha uma renda maior que todos os súditos. A desculpa para tal é que os donos do poder estão gerenciando os interesses da humanidade.

Mas e o lucro abusivo ? Os governos pelo mundo procuram evitar monopólios ou cartéis, pois estes podem gerar lucros abusivos. Jouvenel (2012) considera como uma das principais funções do estado direcionar a riqueza dos seus membros mais ricos para os mais pobres. Mas o debate sobre redução de desigualdades é longo. Para a maioria das pessoas, o que vale é a mão invisível, ou seja, as regras do mercado. Se há alguém disposto a pagar, é lícito. E a concorrência irá regular os preços. Será ?

## **Meritocracia**

Podemos discutir a divisão do lucro pelas formas de justiça de Aristóteles. Somente duas cabem nesta discussão:

a) a Justiça comutativa: aqui a regra é a igualdade matemática; uma troca é justa quando os dois elementos trocados têm o mesmo valor;

b) a Justiça distributiva: neste caso, pode ser injusto distribuir retribuições iguais para pessoas desiguais; assim, quem trabalha mais ou melhor, receberá mais.

Por que alguém mereceria mais que outro ? O que é mérito, como medi-lo ? Por horas trabalhadas ? Então um engenheiro deve ganhar menos que um operário ? Ah, então seria pelo grau de instrução ou tempo de formação ? Então, só o diploma já me garante um salário ? Ou seria medir o mérito pelo conhecimento, pela criatividade, esforço mental e capacidade de resolver problemas ?

Para Hayek, existem capacidades individuais inatas (frutos da natureza) e capacidades adquiridas por influência do meio (aquelas que são resultado da “formação”). As vantagens que advém das primeiras fogem ao controle da pessoa, enquanto que as de segundo tipo podem ser adquiridas. Mas nem todas as pessoas recebem as mesmas oportunidades. Hayek pergunta: seria justo abolir todas as diferenças trazidas herdadas, restando apenas o que é conseguido em virtude de um talento ou esforço ?

Para Piketty, a difusão de conhecimentos e habilidades seria uma forma de reduzir diferenças e aumentar produção e produtividade em geral, diminuindo as desigualdades. Assim, todos deveriam ter acesso ao conhecimento, para ter melhores salários ou melhor empreender.

Para tanto, seria necessário assegurar igualdade de condições. Talvez este seja um dos papéis do Estado. Mas não se tem como garantir que os resultados sejam os mesmos. As pessoas são diferentes. Uns aprendem mais rápido; outros aprendem mais; outros sabem melhor aplicar o que aprenderam. E há os que criam melhor.

Hoje em dia há uma preocupação em remunerar profissionais ou dividir lucros de acordo com os resultados e não pelo esforço ou tempo dedicado ao trabalho ou pela formação. Conforme Hayek, é difícil avaliar corretamente os serviços de um indivíduo que trabalha sob a supervisão de um chefe numa grande organização; pode-se julgar em que medida ele obedeceu fiel e inteligentemente às regras e instruções. E neste caso, o mérito do empregado foi ter obedecido ordens. E ele não será remunerado de acordo com o resultado obtido, mas sim pelo trabalho feito. Bertrand Russell concorda: “... um homem não deveria receber salários proporcionalmente ao que produz, mas proporcionalmente à virtude demonstrada em seu esforço.” Se alguém se esforçar mas não conseguir atingir resultados ? Não terá merecido uma retribuição ?

Por outro lado, pode haver alguém que trabalhou pouco (talvez até mais intelectualmente do que fisicamente) e conseguiu um grande feito (por exemplo, mais benefícios para a sociedade). Ou outro que trabalhou de forma burra e não obteve nenhum resultado. Não seria então mais justo valorizar o trabalho pelo resultado e não pelo esforço dispendido ? Para Bertrand Russell, “... mudar corpos de lugar, ainda que em certa quantidade seja necessário à nossa existência, não é, em absoluto, um dos objetivos da vida humana. Se fosse, teríamos que considerar todo operador de britadeira superior a Shakespeare.”

Mas se formos remunerar de acordo com resultados, quem da equipe deve receber mais ? O que teve a ideia ? O que criou uma solução ou o que identificou o problema ? Ou o que implementou a solução ? Ou o que conseguiu a verba ? Ou o que dirigiu todo o grupo ? Ou aquele que vendeu o projeto para o cliente ? Ou todos devem receber a mesma fatia, já que se trata de um time ? Se

alguém sair do time, o resultado não será alcançado.

Além disto, como medir o mérito ? Segundo Hayek, “recompensa proporcional ao mérito deve, na prática, significar recompensa de acordo com o mérito avaliável — mérito que os outros possam reconhecer e quanto ao qual haja concordância de opinião, e não o mérito determinado pela opinião de algum poder mais elevado.”

Segundo Matt Ridley, os antigos dividiam o tipo de comida que era abundante e não as raras; dividiam a carne com os de fora da família, mas não os vegetais. Isto porque a carne era conseguida pela sorte (a caça). Seria como dividir a sorte para ter reciprocidade no azar (reduzir risco). Já os vegetais podiam ser conseguidos pelo esforço próprio (a coleta), então não eram divididos. Cada um comia segundo o resultado de seu trabalho.

Conforme Russell, na Rússia, o trabalhador manual é mais honrado do que qualquer outro. Por outro lado, donos de escravos atenienses empregaram parte de seu lazer dando contribuições permanentes à civilização (que teriam sido impossíveis sob um sistema econômico justo).

Segundo Jovenel (2012), “para o individualista, a justiça requer recompensa pessoal proporcional ao esforço pessoal; e para o socialista, a justiça requer recompensa pessoal proporcional aos serviços recebidos pela comunidade.”

Não conheço ainda uma proposta capaz de conciliar a recompensa pelos resultados e pelo mérito (como no Capitalismo) e a recompensa totalmente igualitária mesmo para quem não merece mas precisa (como no Comunismo).

O bom é saber que o ser humano ainda possui valores nobres. Ficamos tristes vendo o esforço de pessoas sem resultado. Temos empatia por alguém que trabalha muito e perde a casa num incêndio. Ajudamos mesmo aqueles que não possuem vontade de trabalhar. Desejamos que estas pessoas alcancem os resultados ou sejam pelo menos recompensadas.

## ***Lucro como incentivo – risco e participação em lucros***

A busca pelo lucro leva o empreendedor a gerar inovações e isto traz benefícios para a sociedade (Adam Smith). Da mesma forma, a participação do empregado no lucros serve como incentivo para trabalhar mais e melhor.

O lucro do empresário é como uma cenoura para fazer um coelho correr (expressão usada por Daniel Pink para designar uma motivação extrínseca para levar alguém adiante). É claro que muitos empreendedores possuem motivações intrínsecas, mas o lucro sem dúvida é necessário para que um empreendedor continue no negócio. O lucro é uma recompensa pelo empresário assumir os riscos. E em muitos casos, é o objetivo principal do empreendedor. Se não houver possibilidade de lucro, o empreendedor não investe no negócio.

Max Gunther (2003) publicou os “axiomas de Zurique”, com os princípios seguidos pelos banqueiros suíços em seus investimentos. Segundo ele, o risco faz parte do negócio e é, de certa forma, até mesmo uma motivação para o empreendedor. A preocupação, segundo Gunther, seria uma forma de o empreendedor evitar a acomodação, buscando soluções para melhorar seu negócio. E a busca pelo lucro seria a principal preocupação, até mesmo já no início das operações. O lucro e não o negócio em si é o objetivo, segundo estes princípios. Um dos axiomas inclusive diz que não se deve apaixonar-se pelo negócio; se o barco estiver afundando, ou seja, se o lucro não vier logo,

deve-se abandonar o negócio.

Será que o empregado estaria disposto a assumir os mesmos riscos (como em cooperativas) ? Se a divisão de lucros fosse igualitária, os empregados assumiriam o risco de nada receber se os negócios fossem mal ? Segundo Hayek, alguns assalariados isentam-se de responsabilidades da vida econômica e acreditam que as dificuldades que resultam do declínio ou da falência da organização não são de sua responsabilidade.

Rousseau já dizia que as guerras eram desvantajosas para os ricos, pois só eles gastavam. Além disto, eles também entravam na luta e o seu risco era maior (morrer ou perder a guerra e os investimentos). Por isto, julgava-se justo que ganhassem mais por estarem financiando as ações.

Se o lucro não for bom, ninguém vai querer ser empresário. E este círculo vicioso é prejudicial para a economia. Sem empresas, não há empregos. E o governo sozinho não tem como criar todas as empresas necessárias. Segundo Russell, o verdadeiro vilão é o poupador, que apenas junta o seu dinheiro e não gera empregos.

### ***A perda de referencial e os parâmetros errados***

Hoje em dia não se sabe mais o que é barato ou caro, se um determinado montante de lucro é moral ou não. Já comentamos antes que o preço depende do valor que o bem tem para o adquirente. Por isto, algumas pessoas pagam mais de mil reais por um sapato e outros não querem pagar mais que cem reais por um sapato. Nada é tão caro se for justificado por algum tipo de benefício. É claro que existem ativos intangíveis, ou seja, benefícios que não podem ser mensurados monetariamente. Como aquela expressão que se diz “não tem preço”. E quando o bem não tem preço, pode-se pagar um absurdo para tê-lo.

Versignassi e Van Deursen alegam que um dos motivos para o chamado “custo Brasil” (ou seja, para tudo ser tão caro no Brasil) seria a crescente importância hoje dada ao status pelos brasileiros. Isto é, as pessoas aceitam pagar mais caro porque querem “aparecer” na Sociedade. O consumismo faz as pessoas perderem parâmetros. Para Piketty, o sistema de preços não tem nem limites nem moralidade. Para Ortega y Gasset, o poder social do dinheiro será tanto maior quanto mais coisas haja para comprar, não quanto maior seja a quantidade do dinheiro em si.

Para Mario Vargas Llosa, “a distinção entre preço e valor se apagou, ambos agora são um só, tendo o primeiro absorvido e anulado o segundo. É bom o que tem sucesso e é vendido; mau o que fracassa e não conquista o público. O único valor é o comercial. O desaparecimento da velha cultura implicou o desaparecimento do velho conceito de valor. O único valor existente é agora o fixado pelo mercado.”

Malcolm Gladwell (2013), no livro “Ponto da Virada”, explica em parte o consumismo e a moda pela força do contexto. É a obsolescência percebida, já discutida antes. Estar fora do contexto (do grupo) é uma penalização e o reconhecimento dentro do grupo é uma necessidade humana. A simples imitação, seja de semelhantes ou de celebridades, é parte do dia a dia. Foi por imitação que aconteceram os tiros em Columbine, e é por isto que suicídios aumentam quando apresentados na capa de jornal, os crimes aumentam (ver a teoria das janelas quebradas) e até mesmo casos de histeria coletiva se desenvolvem sem lógica. O distúrbio psicogênico em massa é um efeito nocebo (contrário ao efeito placebo). Ao invés de bons pensamentos para produzir um resultado positivo, pensamentos e associações ruins produzem resultados negativos. Para quem sofre, as experiências não acontecem apenas no campo do pensamento: os efeitos são reais. Há vários casos de histeria

coletiva relatados em

[http://www.csicop.org/si/show/mass\\_delusions\\_and\\_hysterias\\_highlights\\_from\\_the\\_past\\_millennium](http://www.csicop.org/si/show/mass_delusions_and_hysterias_highlights_from_the_past_millennium)

Não poderia deixar de falar do famoso experimento de Philip Zimbardo. Voluntários foram convidados a participar de um experimento, fazendo papéis de guardas ou de prisioneiros numa prisão simulada. Cada um se empenhou tanto no seu papel, que guardas humilhavam e batiam em presos e depois houve uma revolta violenta. O experimento foi por isto abortado mas serviu para comprovar que, mesmo sem objetivos para tal, as pessoas assumem desempenhar papéis apenas pelo contexto em que se encontram. E desempenham com muita avidez.

O comportamento das massas pode ser algo bom como no caso de uma democracia, mas também pode tornar-se uma "tolice das massas". Muitas vezes os indivíduos agem assim por necessidade de aceitação no grupo. Alguns pesquisadores acreditam que o ser humano procura demonstrar empatia com o outro e estabelecer laços sociais (e por isto o bocejo é contagioso justamente porque acontece como uma maneira inconsciente).

O psicólogo social Janis (1972, 1982) apresenta a teoria conhecida como "groupthink", segundo a qual a pressão do grupo sobre indivíduos gera decisões equivocadas. Indivíduos agem ou tomam decisões influenciados pelo grupo, mesmo contra seus interesses ou crenças. Isto é bem descrito no famoso experimento dos 5 macacos.

Crutchfield (1955) discute a conformidade, que acontece quando as pessoas modificam seu comportamento para se encaixar num grupo ou ser aceito por ele. Isto é ceder às pressões do grupo para ser considerado "normal". As pessoas se sentem mal quando estão ou são diferentes; é parte da seleção natural e um instinto: a imitação é questão de sobrevivência (por exemplo, correr quando todo mundo está correndo). Por outro lado, a conformidade também gera prazer. DeWall (2013) apresenta diversos artigos sobre o assunto.

Já discutimos que o contexto pode influenciar as decisões e isto afeta a forma como as pessoas veem o lucro ou o parametrizam. Além disto, há também questões de racionalidade limitada. A premissa é que as pessoas procuram tomar decisões de forma racional, analisando dados, usando a lógica, etc., mas nem sempre isto é possível. Simon (1972) apresenta sua teoria da racionalidade limitada nas decisões. Ele conclui que o que acontece na prática é que as pessoas limitam o conjunto de informações e possibilidades, tomando decisões rápidas ou sem mesmo ter todos os dados necessários.

Tversky e Kahneman (este último, ganhado de prêmio Nobel) discutem o problema de avaliações probabilísticas erradas em decisões humanas. Eles apresentam diversos experimentos que comprovam que o ser humano avalia de forma errada muitas situações, usando modelos probabilísticos errados ou incompletos. O ser humano costuma fazer análises estatísticas "intuitivas".

Tversky e Kahneman apresentam 3 princípios que limitam as decisões. O primeiro, o da disponibilidade, pressupõe uma certa capacidade limitada para recuperarmos informações. O segundo é o princípio da representatividade, pelo qual as pessoas fazem classificações e utilizam avaliações de similaridade, por exemplo para comparar situações atuais com anteriores, para reusar informações ou mesmo decisões já tomadas antes. O problema neste caso é que nem sempre as categorizações são feitas de forma correta ou completa. O terceiro princípio é o da ancoragem e ajustamento, segundo o qual as pessoas utilizam pontos de referência e ajustam os caminhos a partir destes pontos. Isto pode envolver análises de dados históricos e modelos onde estes dados se encaixam. O problema é que o mundo, a vida, as pessoas, o mercado são muito complexos para

seguirem tão perfeitamente modelos criados por humanos. Os pontos de referência podem ter sido mal definidos e há ainda a possibilidade de erros na ajustagem.

## ***A ganância***

Historicamente, a Igreja Católica era contra o lucro. Defendia que o melhor era ser pobre (rico não entra no céu). Já os protestantes veem o lucro de uma forma diferente. O lucro seria permitido a partir de negócios lícitos e éticos, sendo considerado uma bênção de Deus e uma retribuição por boas obras ou fidelidade. Max Weber explica que “os homens de negócios e donos do capital, assim como os trabalhadores mais especializados e o pessoal mais habilitado técnica e comercialmente das modernas empresas é predominantemente protestante”. Por outro lado, católicos teriam uma tendência a permanecer em suas oficinas e se tornarem mestres artesãos, enquanto os protestantes são atraídos pelas fábricas e visam cargos superiores de mão de obra especializada e posições administrativas.

Pelo ponto de vista protestante, o lucro é visto como uma recompensa pelo esforço. Os lírios do campo não precisam trabalhar, mas até mesmo Jesus instruiu seus discípulos para que recebessem recompensa por divulgar o evangelho e os orientou a “bater as sandálias” ao sair de uma cidade que não os recebesse com pelo menos comida e casa. Mas Jesus também expulsou os comerciantes do templo, pois ali não era local para comércio. A questão então é: quando o lucro é ético e quando ele é imoral.

Por exemplo, o lucro é imoral se não permite que outros lucrem ou melhorem sua condição. Também seria imoral se viesse de negócios escusos ou corrompidos. Seria também imoral se fosse resultado de desvios de condutas. Por exemplo, um banco popular deveria lucrar somente o necessário para refinanciamento e melhoria (vender quase a preço de custo); seu excedente não deveria ser repassado a pessoas como dividendos. Da mesma forma, as ONGs e sua função comunitária e social não deveriam remunerar seus colaboradores acima dos padrões de mercado, nem utilizar o excedente para outros fins (por exemplo, regalias para seus administradores).

Mas em se tratando de empresas com fins lucrativos, parece não haver limites morais. Por que vender por \$10 se tem gente querendo comprar por \$100 ?

Se uma fábrica emprega 10 pessoas que levam 1 mês para fazer 1 carro, recebendo cada uma 1 mil reais de salário, o custo total para fazer este carro seria 10 mil reais (imaginando que os materiais e o local não tivessem custos). Então, o empresário poderia vender este carro por 20 mil reais e lucraria num mês 10 mil reais. Cada empregado precisaria trabalhar 20 meses (sem gastar nada mais) para poder comprar um carro. Se este empresário fosse Henry Ford, ele pensaria em aumentar a produtividade através de métodos e ferramentas (imaginando que não dessem custo), baixar o custo de fabricação, diminuir o valor de venda e aí vender mais. Talvez eles conseguissem fazer e vender 10 carros num mês, com estes mesmos 10 empregados (e o mesmo salário). O custo seria o mesmo, de 10 mil reais (imaginando não ter custo com materiais, ferramentas e local). Se ele vendesse cada carro a 2 mil reais, o empresário teria o mesmo lucro mensal (10 mil reais). E então cada empregado poderia comprar um carro se juntasse o salário de 2 meses (e não tivesse nenhum gasto a mais).

Mas este empresário, vangloriando-se de sua inteligência e desejando ressarcir-se pelo esforço intelectual que gerou tal conquista, passa a vender o carro a 10 mil reais como um prêmio a si mesmo. O mercado aceita, pois é a metade do valor original. Produzindo os mesmos 10 carros com os mesmos 10 empregados (custo de 10 mil) e vendendo a 10 mil reais cada um, ele teria um lucro

de 90 mil reais. Ele acredita que este lucro é seu pois a solução mágica foi ideia sua e ele ainda assumiu o risco de produzir os 10 carros e não vender nenhum, tendo que pagar os salários mesmo assim.

Mas se este empresário fosse menos apegado a dinheiro e vendesse cada um dos 10 carros produzidos pelos 10 empregados a 5 mil reais (receita de 50 mil num mês) mas aumentasse o salário de cada empregado (para 2,5 mil reais mensais), ele teria por mês um custo total de 25 mil e um lucro de 25 mil, bem mais que o lucro inicial de 10 mil. E os empregados continuariam precisando apenas 2 meses para comprar um carro.

Para Karl Marx, a ganância consistiria em vender algo por mais que seu custo, sem acrescentar nada. Mas hoje em dia é difícil distinguir valor agregado. Como já dito antes, alguém que leve uma mercadoria de um lugar a outro, agrega o valor do transporte (e libera as pessoas do ônus do deslocamento). Por outro lado, alguém que gaste seu tempo na fila para ser o primeiro a comprar um produto que logo se esgote, poderá revendê-lo por um valor superior para os que não conseguiram comprar, mas será considerado um atravessador inescrupuloso. Michael Sandel, no seu livro sobre “o que o dinheiro não pode comprar”, discute questões como estas (o que pode ou não se comercializado).

Tversky e Kahneman descobriram por seus experimentos que o ser humano está disposto a punir os avarentos mesmo às suas custas. Eles idealizaram um jogo onde uma pessoa A recebe uma quantia em dinheiro e precisa dar uma parte para outra pessoa B. Se B não aceitar a forma de divisão, ninguém ganha nada. Às vezes, B escolhe não receber nada para punir A pela avareza.

Trivers (1971) explica que a reciprocidade faz as pessoas pensarem no amanhã na hora de tomarem decisões hoje. Axelrod estudou a cooperação no ser humano. Usando simulação, ele pôde testar diferentes estratégias. A melhor delas, segundo os experimentos de Axelrod, é a chamada tit-for-tat (ou olho por olho). Ou seja, se o outro cooperar, a gente coopera. Se o outro não cooperar, a gente não coopera. Entretanto, algumas variações desta estratégia acabam sendo necessárias. Por exemplo, nas guerras entre judeus e árabes no Oriente Médio, quando alguém quebra um cessar fogo, o outro lado revida. Mas em certos momentos há tentativas de negociação, porque ambos veem que o resultado será o fim dos dois lados numa estratégia de “olho por olho”. Hoje em dia se discute a intensidade da reciprocidade em guerras deste tipo, para que a retaliação não seja muito desigual, uma vez que há sempre um lado mais fraco.

Por isto, o perdão precisa ser praticado em alguns momentos. Axelrod conclui a partir dos seus experimentos que o ser humano combina 4 fatores:

1. Bondade: para evitar problemas desnecessários;
2. Retaliação: desencoraja deserção dos outros;
3. Perdão: retoma estado inicial de cooperação;
4. Clareza: para que o outro lado possa entender o motivo da reação.

Todos os autores (Axelrod, Trivers, Hamilton, Wright) que estudaram a cooperação no ser humano, acreditam que a punição deva existir, para desencorajar deserções, senão a estratégia não funciona. Se ninguém é punido, o número de aproveitadores (ou desertores) cresce e acaba por dominar o grupo. E um universo só com aproveitadores não prospera. Então, mesmo havendo custo para quem pune (e talvez até mais custos que benefícios como por exemplo as prisões), a punição deve ser exercida para desencorajar atos contrários à maioria.

Adaptando estas conclusões para o caso da ganância, seria necessário que a sociedade estabelecesse os limites morais do lucro. Mas o que é um lucro amoral ou imoral ? Os defensores do livre mercado diriam que não se pode colocar limites no mercado. Mas todas as pessoas concordam que a



ética é importante em qualquer relação. Michael Sandel apresenta alguns casos onde a sociedade está impondo limites ao lucro, por exemplo, no caso da venda de órgãos. Mas isto é ilegal em alguns países enquanto que é até incentivado por outros governos (como a venda de rins no Irã). A ética é subjetiva e depende do grupo que a estabelece.

Colocar limites no lucro para que todos cumpram pode não ser suficiente. O congelamento de preços funcionou na Alemanha pós-guerra. No Brasil, não funcionou porque algumas pessoas aceitavam pagar ágio. Naquela época de planos econômicos, alguns comerciantes escondiam produtos para não vender pelo preço congelado. E até hoje algumas pessoas preferem pagar a mais por um produto para furar a fila (por exemplo, na venda de automóveis zero quilômetros).

E como punir quem pratica lucro abusivo? Assim como há limites para cobrança de juros e agiotagem é crime, poderia haver multas definidas pela legislação.

Outra forma de punição é pelo boicote. Por exemplo, a sociedade não adquirir nenhum produto ou serviço com lucro abusivo. Mas sempre há os desertores, os que não seguem a maioria e acabam pagando porque possuem recursos para tal. Sandel comenta que numa sociedade onde o livre mercado impera, tudo tem seu preço. E neste tipo de sociedade, o dinheiro vira o grande “divisor de águas” (ou castas), favorecendo quem tem e prejudicando ainda mais quem não tem.

Além disto, numa estratégia de reciprocidade, é necessário estabelecer reputações para que as pessoas possam controlar quem são os desertores ou aproveitadores. Mas como esta pessoa será lembrada adiante? Nas grandes cidades, a reputação se perde ou se esquece, e os aproveitadores podem não ser punidos. Na multidão, os “free-riders” se escondem e agem impunemente.

Por outro lado, o lucro abusivo poderia ser tolerado se houvesse suficientes ganhos para todos e todos ficassem satisfeitos. Eagleton comenta que “a luta de classes é, basicamente, uma luta pelo excedente, e como tal está fadada a prosseguir enquanto não houver o bastante para todos.” Se todos os empresários lucrassem o que gostariam e se todos os assalariados ganhassem o que achassem justo, não haveria esta discussão sobre lucro. O problema é que numa economia fechada ou estagnada, quando um ganha, outro perde. Não há como aumentar a fatia de alguém se o bolo todo não crescer.

### ***Lucro como benefício para a Sociedade***

Para Hayek, o lucro é bem-vindo porque permite a alguns disporem do ócio. Com respaldo financeiro, tais pessoas podem incentivar a cultura, artes, esportes, etc. Para que as coisas boas possam chegar à maioria, é preciso que líderes tomem a iniciativa e utilizem tempo e dinheiro em seus ideais. Somente porque havia homens ociosos na Grécia é que puderam ser inventados o teatro, a literatura, a filosofia, a ciência, etc (Bertrand Russell). Este é o caso de Bruce Wayne (o Batman).

Entretanto, para Hayek, os ricos só podem desempenhar esta função se a sociedade enxergar neles pessoas interessadas no bem comum e não somente visando o lucro. E para isto, a Sociedade precisaria tolerar a existência de um grupo de ricos ociosos (segundo as palavras de Hayek, “ociosos não no sentido de que não fazem nada de útil, mas no sentido de que seus objetivos não são inteiramente pautados pelo interesse de ganho material”).

Para Max Weber, “a riqueza seria eticamente má apenas na medida em que venha a ser uma tentação para um gozo da vida no ócio e no pecado, e sua aquisição seria ruim só quando obtida

com o propósito posterior de uma vida folgada e despreocupada.”

Numa sociedade de mercado livre, o lucro pode direcionar a produção. Isto poderia gerar falta de produtos essenciais se ninguém tivesse interesse em produzi-los. Neste sentido, o Governo poderia direcionar incentivos tais como apoio através de financiamentos mais acessíveis, mais investimentos em infraestrutura ou redução de impostos em certos setores (a tal da desoneração).

Eagleton comenta que, no capitalismo, “somos privados do poder de decidir se desejamos produzir mais hospitais ou cereais para o café da manhã”. Ele acredita, segundo o pensamento de Karl Marx, que no socialismo, esta liberdade de escolha da produção seria exercida em assembleias por votação democrática. Da mesma forma, os preços não seriam determinados de maneira centralizada, mas por unidades de produção com base no estímulo de consumidores e grupos de interessados. Segundo Eagleton, interpretando Marx, “os bens de interesse vital para a comunidade (alimentos, saúde, produtos farmacêuticos, educação, transporte, energia, produtos relativos à subsistência, instituições financeiras, a mídia e congêneres) precisariam ficar sujeitos ao controle público democrático, já que aqueles que os regulam tenderão a agir antissocialmente se farejarem a chance de obter mais lucros. Bens socialmente menos indispensáveis (itens de consumo, artigos de luxo), porém, poderiam ser entregues às operações do mercado”. Entretanto, até mesmo socialistas acreditam que este esquema seria complexo demais para ser implementado.

Numa economia de livre mercado, espera-se que os consumidores direcionem seus gastos para empresas que geram mais benefícios, seja por produtos e serviços mais essenciais ou melhores, seja porque algumas empresas podem utilizar de seu excedente como doação para benefícios sociais.

Mas como o mercado é livre, não há uma garantia que as massas sejam inteligentes o suficiente para enxergarem o todo e poderem se organizar para punir alguns ou recompensar outros. E o Governo não deveria intervir. Ortega y Gasset justamente discutiu o problema do homem-massa, que não possui cultura ou qualificação suficiente. As massas não decidem; seu papel consiste em aderir à decisão de uma ou outra minoria. A causa seria a excessiva especialização das pessoas. O especialista não é nem sábio nem ignorante. Não é sábio porque não conhece formalmente o que não entra na sua especialidade mas também não é um ignorante, porque possui conhecimentos. O problema é que o especialista se concentra na sua área de especialidade e refuta o que está acontecendo na sociedade ao redor.

## ***Social Business***

“O indivíduo que dispõe de recursos próprios é uma figura ainda mais importante para uma sociedade livre quando não se dedica exclusivamente a utilizar seu capital com a intenção de obter ganhos materiais, mas usa-o em favor de objetivos que não trazem retorno material.” (Hayek)

Uma das soluções que buscam juntar o que tem de melhor tanto o capitalismo quanto o socialismo é o “negócio social” (social business). O objetivo primeiro de um negócio social é servir à sociedade. É uma empresa que possui produtos, serviços, clientes, mercados, etc., como uma empresa tradicional e deve ser auto-sustentável para retornar os investimentos de seus proprietários. O conceito é semelhante ao de “empreendedorismo social”, que envolve o uso de recursos para catalizar mudanças sociais ou satisfazer necessidades sociais. O negócio social seria um subconjunto do empreendedorismo social. Ele inclui iniciativas que visam lucro e outras filantrópicas e se distingue das demais porque tem por objetivo a criação de riqueza social ao invés de riquezas econômicas (Yunus et al., 2010). Em negócios que visam lucro, a riqueza social é um

subproduto ou sub-objetivo das ações, como previa Adam Smith.

As empresas que visam lucro procuram maximizar seu lucro. Empresas filantrópicas objetivam primordialmente o bem social. Os negócios sociais se encaixariam no meio termo. Seu objetivo principal não é o lucro, mas dependem de fontes externas para sobrevivência, e a origem dos recursos financeiros não é o governo ou doações, mas sim o mercado. Ou seja, precisam vender para dar retorno financeiro a seus sócios ou acionistas. Por outro lado, sua característica principal é ser fator de mudança social na sociedade. Não é uma entidade filantrópica ou de caridade, mas não existe pelo lucro em si, mas pelo bem da sociedade. A gestão deve funcionar como num negócio que visa lucro, minimizando custos e procurando aumentar as vendas. Mas os critérios para as decisões não são baseados somente nos recursos financeiros.

Para quem atua num negócio social, principalmente investidores, sócios ou acionistas, o motivo de suas ações não é o benefício financeiro (apesar de ele ser parte necessária). Motivações não financeiras podem incluir o bem estar pessoal, a própria felicidade ou mesmo a empatia por outras pessoas (como uma atitude altruísta). Incentivos intrínsecos fazem parte da hierarquia de necessidades humanas de Maslow (a famosa pirâmide de Maslow). Também Matt Ridley discute as origens da virtude humana, principalmente os motivos que levam pessoas a ajudar ou cooperar com outros. As razões incluem a possibilidade de retorno futuro (reciprocidade, mesmo que indireta), a construção de uma reputação positiva ou mesmo o próprio bem estar.

Um relatório das Nações Unidas sobre a felicidade, feito em 2012, concluiu que as pessoas que se preocupam mais com outros são mais felizes. E a felicidade aumenta o altruísmo, gerando um círculo virtuoso, além de ser contagiosa. Steger e Kashdan (2013) afirmam que ter um sentido para vida dá mais felicidade, satisfação, bem estar e saúde física, enquanto que procurar por sentido da vida traz stress, ansiedade, isolamento social. Fazer bem ajuda a criar sentido para vida e dá maior satisfação na vida (Steger, Kashdan e Oishi, 2008). Susan Greenfield afirma que a felicidade deve ser uma eterna busca, porque pessoas felizes não realizam nada, ficam estagnadas, acomodadas. Kevin Kelly (2010) complementa afirmando que as pessoas têm prazer em fazer e não em obter pronto.

Daniel Pink (2011) justamente discute em seu livro que os incentivos financeiros nem sempre são a melhor forma de motivação. Eles funcionam por um tempo, mas possuem desvantagens a longo prazo (principalmente, corrompendo as pessoas). Hoje em dia, muitas pessoas buscam outro tipo de motivação para sua vida profissional que não o retorno financeiro. Isto me lembra a história que um amigo me contou. Em férias no nordeste brasileiro, ele foi comprar uma água de coco ao final da manhã, quando encontrou o proprietário fechando a barraca. Então viu que mais pessoas também queriam comprar coco e perguntou porque ele estava fechando o negócio, se não queria ganhar mais. Aí o proprietário sentenciou: “já ganhei o suficiente para hoje, então agora vou aproveitar a vida”.

### ***Os valores in comerciáveis – o que não tem preço***

“É um bem material, negociável, a vergonha de uma senhora honesta? Não, evidentemente. E, no entanto, por esse valor gratuito, ela estará disposta a morrer e matar. E assim o seu marido e os seus filhos. Não ocorreria a ninguém aconselhar a uma mulher casada que aceite uma boa oferta, em dinheiro, do primeiro pilantra. Ela estaria disposta a vender as joias, os talheres, as cadeiras, os lençóis, o diabo a quatro. Menos os seus valores in comerciáveis.” (Nelson Rodrigues)

“Queremos uma sociedade onde tudo esteja à venda? Ou será que existem certos bens morais e cívicos que não são honrados pelo mercado e que o dinheiro não compra?” (Michael Sandel, 2012).

O dinheiro corrompe as pessoas, tira a motivação intrínseca, que deveria ser a real motivação para as coisas. E o resultado é sempre medíocre. Sandel diz que contratar mercenários para a guerra salva a vida dos cidadãos mas corrompe o significado de cidadania. E aí, quem pagar mais ganha. Esta foi uma das causas para a derrocada do Império Romano do Ocidente em 476 d.C. Daniel Pink, em seu livro *Drive*, concorda e discute muitos outros aspectos em relação à motivação.

Se todas as coisas podem ser compradas, ter dinheiro é o que faz a diferença no mundo. E o mundo fica mais difícil para quem não tem. Fora isto, dinheiro é muito importante hoje em dia: compra melhor educação, melhor lugar para viver, segurança e até alegrias (Sandel, 2012). E o dinheiro acaba não diferenciando quem realmente valoriza um item. Isto porque nem todos podem pagar por aquilo que valorizam mais (que querem ou precisam). A questão é quanto, em percentual, do que você tem você daria pelo bem desejado. Ninguém vai vender sua casa por um ingresso, mas um rico paga o ingresso mais caro porque é uma parcela pequena do que ganha ou tem.

Sandel diz que algumas coisas não deveriam ter preço. Então pagar por este tipo de bem, na verdade, deprecia o bem. Um festival público não deveria cobrar ingressos. Se cobrar, deixou de ser público. Será que tudo tem seu preço, tudo pode ser comprado? Quais são os valores incomerciais (usando o termo de Nelson Rodrigues)?

Segundo Sandel, alguns bens são distribuídos por mérito (ex. entrada na universidade), outros por ordem de chegada (ex. filas e venda de ingressos), outros por necessidade (ex. ajuda a desabrigados ou furar fila no hospital por gravidade da doença) e outros por sorte (ex. loteria, sorteio de prêmios entre clientes).

A sociedade deveria estabelecer o que pode e o que não pode ser comprado. Mas é uma questão difícil. Depende de cada sociedade ou da época. A venda de rins é permitida e incentivada pelo governo no Irã. Alguns projetos sociais pagam para que mulheres viciadas se esterilizem. Alguns colégios pagam para crianças tirarem boas notas (e os pais aceitam). As famílias maias ficavam felizes se uma de suas filhas fosse escolhida para sacrifício aos deuses (não pagavam por isto, mas quase isto). A família de uma candidata a miss pode gastar muito para incentivar sua filha a ganhar um concurso. Fora a corrupção toda de que se ouve falar no meio governamental em todos os cantos do mundo.

Se defendemos uma sociedade com livre mercado, quais são os limites, pergunta Sandel? Precisaríamos conciliar interesse e raciocínio econômico com interesse e raciocínio moral.

## ***A redistribuição de renda***

O lucro excessivo é uma das causas da desigualdade entre ricos e pobres. Tanto que Piketty acredita que se deva taxar mais os maiores lucros e as grandes fortunas, e assim diminuir as desigualdades entre ricos e pobres. Niall Ferguson (2013) traz dados estatísticos apontando que antigamente pobres podiam subir na hierarquia, mas que hoje isto está cada vez mais difícil. Quem pode lucrar aumenta suas posses. Os demais apenas as mantêm. Gladwell (2011) no livro “*Outliers*” e tantos outros autores acreditam que os ricos ficam mais ricos (rich get richer).

Durante toda a Idade Média, Idade Moderna e boa parte da Idade Contemporânea, a exigência feita

em nome da justiça social era a da redistribuição da terra (Jouvenel, 2012). Hoje se fala em redistribuição de renda ou capital. A ideia não é pegar de quem tem e dar para quem não tem, como tentou fazer o comunismo. Mas equilibrar os ganhos. Nem se fala em equilibrar as oportunidades, porque pessoas diferentes com as mesmas oportunidades chegarão a resultados diferentes. E isto não é por falta de vontade dos que multiplicaram pouco. Há muitas razões envolvidas. Algumas delas são discutidas no livro “O Fator Sorte” de Max Gunther (há um resumo do livro em <http://miningtext.blogspot.com.br/2013/07/5-fatores-que-distinguem-sortudos-de.html>).

Equilibrar os ganhos passa por recompensar financeiramente as pessoas de uma forma mais homogênea, sem grandes diferenças. Deve-se sim considerar o mérito, o esforço, os resultados, a vontade. Mas nada justifica que alguém ganhe 1 milhão por mês enquanto outro viva com menos de 1 mil por mês. Não estamos falando de justiça, pois este é um conceito que levaria a grandes discussões. O objeto em questão são os limites e a moral.

É claro que os defensores do livre mercado irão chiar, dizendo que isto seria uma interferência desnecessária. Mas como até agora o que se viu do livre mercado foi cada vez mais desigualdade, então por que a sociedade não pode impor limites morais a ela mesma ? Não por força, mas por negociação. Como fazemos com as leis e outras questões de ética e regras de convivência.

Niall Ferguson (2013) discute a importância da sociedade civil (o chamado capital social) e como estamos perdendo força neste sentido. Deixamos de participar das grandes discussões, sejam econômicas, sociais, políticas, éticas, etc., porque temos muito trabalho, porque temos outras preocupações, porque queremos descansar e ter lazer no pouco tempo ocioso que nos resta. O trabalho realmente nos limita o pensar. Como já acontecia na Grécia antiga (muitos cidadãos pagavam para outros os representarem nas assembleias).

## ***Uma proposta***

Minha proposta é: assim como há créditos de carbono, poderíamos criar créditos para Reduzir a Pobreza ou as Desigualdades (RPD).

Segundo a Wikipédia, “Créditos de carbono ou Redução Certificada de Emissões (RCE) são certificados emitidos para uma pessoa ou empresa que consegue reduzir a sua emissão de gases do efeito estufa (GEE). Por convenção, uma tonelada de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) corresponde a um crédito de carbono. Este crédito pode ser negociado no mercado internacional. Comprar créditos de carbono no mercado corresponde aproximadamente a comprar uma permissão para emitir GEE. O preço dessa permissão, negociado no mercado, deve ser necessariamente inferior ao da multa que o emissor deveria pagar ao poder público, por emitir GEE. Para o emissor, portanto, comprar créditos de carbono no mercado significa, na prática, obter um desconto sobre a multa devida. Acordos internacionais como o Protocolo de Kyoto determinam uma cota máxima de GEE que os países desenvolvidos podem emitir. Os países, por sua vez, criam leis que restringem as emissões de GEE. Assim, aqueles países ou indústrias que não conseguem atingir as metas de reduções de emissões, tornam-se compradores de créditos de carbono.”

Cada esforço de uma pessoa ou empresa para garantir oportunidades igualitárias, ou para reduzir diferenças seria recompensada com créditos de RPD. Se uma empresa paga um salário maior que o de mercado para alguém que está socialmente abaixo da média, ganharia créditos (por exemplo, um idoso que não consegue um emprego). Uma empresa que reduzisse preços de seus produtos para populações carentes, ganharia créditos. Uma empresa que usasse parte de seu lucro para financiar

projetos sociais, ganharia créditos. Até mesmo doações diretas de parte do lucro seriam recompensadas com créditos de RPD. Sei que muitas empresas já fazem isto. Mas a ideia é quantificar ou mensurar tais ações.

Os créditos não seriam comercializados. Porque nem tudo tem preço. Mas seriam utilizados para diferenciar marcas no mercado. A sociedade civil teria que fazer sua parte comprando apenas de empresas com mais créditos, assim como faz hoje dando preferência a produtos de empresas mais preocupadas com a sustentabilidade ambiental (o chamado marketing verde). E desta forma, a própria população civil poderia fazer a redistribuição de renda e capital: gastando com empresas que redistribuem.

## ***Bibliografia***

ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa - do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

AXELROD, Robert. *The Evolution of Co-Operation*. Nova Iorque: Basic Books, 1984.

BARBON, Nicholas. *A discourse of trade*. Johns Hopkins Press, 1690.

BRYNJOLFSSON, Erik; McAfee, Andrew. *Race Against The Machine: How the Digital Revolution is Accelerating Innovation, Driving Productivity, and Irreversibly Transforming Employment and the Economy*. Digital Frontier Press, 2011.

CRUTCHFIELD, R. *Conformity and Character*. *American Psychologist*, v.10, 1955, p.191-198.

DeWALL, C. Nathan DeWall (ed.). *The Oxford Handbook of Social Exclusion*. Oxford University Press, 2013.

EAGLETON, Terry. *Marx estava certo*. Nova Fronteira, 2012.

FERGUSON, Niall. *A Grande Degeneração: A decadência do mundo ocidental*. Planeta, 2013.

GAZIER, Bernard. *A crise de 1929*. L&PM, 2009.

GLADWELL, Malcolm. *Outliers - the story of success*. Back Bay Books, 2011.

GLADWELL, Malcolm. *O ponto da virada - como pequenas coisas podem fazer uma grande diferença (original: the tipping point)*. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

GRANOVETTER, Mark S. *The strength of weak ties*. *American Journal of Sociology*, v.78, n.6, Maio de 1973, p.1360-1380.

GUNTHER, Max. *Os Axiomas de Zurique*. 9a. ed. Record, 2003.

GUNTHER, Max. *O Fator Sorte*. Rio de Janeiro: Best Business, 2013.

HARDIN, Garrett. The Tragedy of the Commons. Science, v. 162, n. 3859, dezembro de 1968, p. 1243-1248.

HAYEK, Friedrich A. Os fundamentos da liberdade. Visão, 1983.

JACKSON, Charles. Profit. e-book Amazon. s.d.

JANIS, Irving L. Victims of Groupthink. New York: Houghton Mifflin, 1972.

JANIS, Irving L. Groupthink: Psychological Studies of Policy Decisions and Fiascoes. Second Edition. New York: Houghton Mifflin, 1982.

de JOUVENEL, Bertrand. A ética da redistribuição. 2a ed. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2012.

KAHNEMAN, Daniel. Rápido e Devagar - Duas Formas de Pensar. Objetiva, 2012.

KAHNEY, Leander. A cabeça de Steve Jobs. Rio de Janeiro: Agir, 2008.

KELLY, Kevin. New Rules for the New Economy – 10 radical strategies for a connected world. New York: Penguin Group, 1998.

KELLY, Kevin. What Technology Wants. Viking Adult, 2010.

LEVY, Frank; MURNANE, Richard J. The New Division of Labor - How Computers are Creating the Next Job Market. Princeton University Press, 2012.

LLOSA, Mario Vargas. A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura. Rio de Janeiro: Objetiva, 2012.

MARX, Karl. Salário, preço e lucro. 1865.

NAÇÕES UNIDAS. World Happiness report. John Helliwell, Richard Layard and Jeffrey Sachs (ed.). Nações Unidas, 2012.

ORTEGA Y GASSET, José. A rebelião das massas. 1930.

PIKETTY, Thomas. Capital in the twenty-first century. Cambridge: Harvard University Press, 2014.

PINK, Daniel H. Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us. Riverhead Books, 2011.

PROUDHON, Pierre Joseph. A propriedade é um roubo. L&PM, 1998.

RIDLEY, Matt. The origins of virtue - human instincts and the evolution of cooperation. Londres: Penguin books, 1996. (em português, "As origens da virtude").

RIFKIN, Jeremy. O fim dos empregos. Makron books, 1995.

RODRIGUES, Nelson. A pátria de chuteiras. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2013.

ROGERS, Everett M. (2003). Diffusion of innovations. Fifth edition. New York: Free Press.

- ROUSSEAU, Jean-Jacques. Do contrato social. 1762.
- RUSSELL, Bertrand. O elogio ao ócio. Sextante, 2002.
- SANDEL, Michael J. Justice: What's the Right Thing to do ? Farrar, Straus and Giroux, 2010.
- SANDEL, Michael J. What Money Can't Buy: The Moral Limits of Markets. Farrar, Straus and Giroux, 2012.
- SCHUMPETER, Joseph. On the Concept of Social Value. Quarterly Journal of Economics, v.23, 1908-9, p. 213-232.
- SENNETT, Richard. Together: The Rituals, Pleasures and Politics of Cooperation. Penguin, 2012.
- SIMON, Herbert A. Theories of Bounded Rationality. In C. B. McGuire & R. Radner (Ed.), Decision and Organization. Amsterdam: North-Holland Publishing Company. 1972.
- SMITH, Adam. Uma Investigação sobre a Natureza e as Causas da Riqueza das Nações (A Riqueza das Nações). 1776.
- STEGER, Michael F.; KASHDAN, Todd B.; OISHI, Shigehiro. Being good by doing good: Daily eudaimonic activity and well-being. Journal of Research in Personality, v.42, 2008, p.22-42.
- STEGER, Michael F.; KASHDAN, Todd B. The unbearable lightness of meaning: well-being and unstable meaning in life. The Journal of Positive Psychology, 2013.
- TOFFLER, Alvin. A Terceira Onda. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Record, 1980.
- TRIVERS, Robert L. The evolution of reciprocal altruism. The Quarterly Review of Biology, v.46, n.1, Mar 1971, p.35-37.
- TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Judgment under uncertainty: heuristics and biases. Science, n.185, 1974, p.1124-1131.
- TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. Extensional versus intuitive reasoning: the conjunction fallacy in probabilistic reasoning. Psychological Review, n.90, 1983, p.293-315.
- VERSIGNASSI, Alexandre; VAN DEURSEN, Felipe. Por que tudo custa tão caro no Brasil. Revista Superinteressante, 2013. <http://super.abril.com.br/blogs/crash/pagina-exemplo/>
- Von MISES, Ludwig. Ação Humana: um tratado de Economia. 3a.ed. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010. (original: Human Action: a treatise on Economics. New Haven: Yale University Press, 1949)
- WEBER, Max. A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo. Martin Claret, 2013.
- YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMAN-ORTEGA, Laurence. Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience. Long Range Planning, v.43, 2010, p.308-325.
- ZUBOFF, Shoshana. In The Age Of The Smart Machine: The Future Of Work And Power. Basic



books, 1989.

## Anexo - A História do Dinheiro

Este é um capítulo do meu futuro livro "Uma Breve História do Empreendedorismo".  
Boa leitura.

A história que vou contar aqui é um resumo. Os detalhes que eu não contar podem ser encontrados nos livros de Niall Ferguson (A Ascensão do Dinheiro) e de Alexandre Versignassi (Crash - uma breve história da economia). Entretanto, a minha história tem detalhes a mais, principalmente no que tange a novos (e mais modernos) usos do dinheiro.

Tudo começa com o escambo, o comércio pela troca de mercadorias. Até os animais fazem isto. Alguns machos dão algo material, como pedras e plantas, para a fêmea em troca de acasalamento. Outros animais dão comida, abrigo ou mesmo proteção. E se não recebem algo em troca, aí dava briga (ver livro de Matt Ridley, "As Origens da Virtude").

Com os nossos ancestrais não foi diferente. Os caçadores-coletores trocavam comida. Imagine alguém que tenha caçado um bisão (um enorme búfalo da pré-história), o qual dava para uma família se alimentar por 2 ou 3 dias, se a carne não estragasse ou não viessem urubus e hienas. Matt Ridley disse em seu livro que o mamute era um bem público. Toda a tribo se beneficiava, mesmo os que não tinham participado da caçada, os chamados aproveitadores (cheaters). Mas o sortudo caçador compartilhava o resultado porque sabia que outro dia ele poderia ser o azarado. E estes caçadores trocam comida com os coletores, que iam atrás de frutos e sementes. Geralmente, a divisão destas tarefas era por sexo, cabem aos homens a caça e às mulheres a coleta.

Mas como trocar a carne de um mamífero enorme por alguns poucos frutos e sementes. Talvez, me parece que naquela época não havia muito senso de medidas neste sentido, e tais trocas não eram medidas por peso ou pelo esforço em conseguir a comida.

Mas quando surge a agricultura, gerando excedentes de comida, a coisa muda. Uma tribo que conseguisse armazenar trigo além do necessário para seu sustento, mesmo contando os meses de “vacas magras”, esta tribo iria trocar seu excedente com outra tribo na mesma situação. Especialmente, se os excedentes fossem de cereais diferentes.

De início, talvez as tribos não soubessem bem como fazer as trocas, talvez fosse por peso ou volumes. Mas quando a primeira pessoa daquela época pensou em “justiça”, começou a mediar também o esforço para conseguir a comida, a quantidade de excedentes, o tamanho da necessidade da outra tribo, e assim nasceu o sentido de valor.

Nesta época também começa o comércio a longas distâncias. Uma tribo caminhando até outras. E aí, e com a invenção dos barcos, o uso dos rios para chegar a tribos mais distantes. Surgem os primeiros mercadores de profissão, que não pertenciam a tribos produtoras mas faziam o trabalho de transporte cobrando comissão, provavelmente, uma parcela da carga.

Outro problema daquela época era a dificuldade de ficar levando mercadorias de um lugar a outro.

E quando alguém quisesse vender seu excedente futuro, ou seja, prometia dar de volta algo que iria ainda colher. Então surgem as tábuas de crédito, feitas de argila. E isto foi o que impulsionou a invenção da escrita. As tábuas registravam débitos e créditos, principalmente os futuros. Mas se uma troca presente tivesse alguma diferença (o que seria o “troco” hoje), esta poderia ficar registrada para ser compensada no futuro. Antes das tábuas escritas, os débitos e créditos eram

marcados como pedras colocadas dentro de jarros. Certamente, o registro em tábuas facilitou muito tal tarefa. A escrita facilitou registrar quem estava devendo, quem era o credor, qual a mercadoria e a quantidade ou valor.

Nas primeiras civilizações, logo no início da agricultura, diferentes tarefas poderiam ser recompensadas com diferentes valores. Como comparar o trabalho de limpar um campo, com o de construir uma casa, com o que levar uma mercadoria de uma tribo para outra ?

Aí surge a ideia de uma medida genérica ou geral, que pudesse ser usada para comparar mercadorias e serviços diferentes.

Registros arqueológicos contam que conchas (geralmente usadas como ornamentos) eram usadas para tal. Niall Ferguson conta que na China, mais de mil anos antes de Cristo, já se usavam conchas como moeda de troca.

Depois veio o sal e o gado. Imagine a dificuldade para conseguir sal. Muitas cidades primitivas não tinham salinas. Era necessário fazer uma expedição ao deserto, com camelos, água, provimentos e homens. Até hoje, em desertos da África, não é tão simples quebrar tijolos de sal ao sol de 50 graus celsius. Some-se a isto o risco de ladrões roubarem a mercadoria e assassinares a todos. Então surgem os primeiros empreendedores no sentido mais específico: os que investem em resultados futuros assumindo o risco da perda.

Por isto, pelo seu alto valor, o sal passou a ser utilizado como “moeda” de troca, para equiparar valores distintos. Por isto, até hoje chamamos nossos vencimentos de “salário”. Porque na Roma antiga o pagamento de serviços era feito com sal.

O gado também foi utilizado por certo tempo como moeda de troca e medida de valor. Esta é a origem dos termos “pecúnia” e “pecúlio”. A palavra “capital” refere-se a cabeça (de gado).

A dificuldade com as mercadorias era o transporte. Também ficava difícil trocar gado por coisas menores. Por isto, algo menor precisava ser utilizado como moeda de troca. Assim, surgem os metais. Segundo Adam Smith, o metal era melhor porque podia ser dividido. Outra vantagem é que os metais não apodrecem se guardados. E quanto mais difícil para obtê-lo (assim como o sal), maior seu valor, e melhor como medida de troca.

Segundo Versignassi, os metais obedecem a dois critérios que são necessários para uma moeda de troca:

1. Precisa ser uma coisa que todo mundo queira.
2. Não pode ser algo muito abundante.

Por isso mesmo, a comida foi a primeira coisa a servir como dinheiro (antes mesmo do surgimento do ser humano). Segundo ainda Versignassi, o dinheiro é uma invenção que permite que uma manicure compre pão sem ter que fazer as unhas do padeiro. O garante o valor do dinheiro é a fé. Alguém aceita o dinheiro porque acredita que outros também irão aceitar.

Mas para garantir peso, material e origem dos metais, os governos passaram a cunhar moedas. E a garantia era a estampa (lembra de "dai a Cesar o que é de Cesar" ?). Conforme Versignassi, em "Lídia, uma cidade-Estado que ficava na atual Turquia, por volta de 600 a.C., o governo resolveu acabar com a confusão fundindo metais preciosos na forma de pepitas com peso e grau de pureza predeterminados e imprimindo uma gravura em cada uma das peças, como um selo de autenticidade".

Então, segundo Fustel de Coulanges, o dinheiro passou a ter 3 funções: meio de troca, unidade de contagem e forma de armazenar valor. Além disto, segundo aquele mesmo autor, o dinheiro permitiu que a riqueza passasse de mão em mão, ao contrário da terra, a qual alguns nunca receberam. E foi o que permitiu a ascensão das classes inferiores (comerciantes ou burgueses).

Os primeiros bancários surgiram em Veneza na Idade Média. Sentavam em bancos à espera de quem precisasse de moedas, tanto para investimentos e pagar dívidas quanto para utilizarem em viagens. E assim surgem as primeiras agências de câmbio, trocando moedas diferentes e lucrando com isto. E também surgem os primeiros especuladores: compravam moeda barata num lugar e vendiam onde elas estavam mais valorizadas.

Segundo Ferguson, "na Idade Média, surgiu o costume de se guardarem os valores num ourives, pessoa que negociava objetos de ouro e prata. Este, como garantia, entregava um recibo. Com o tempo, esses recibos passaram a ser utilizados para efetuar pagamentos, circulando de mão em mão e dando origem ao papel-moeda."

O valor total do dinheiro em papel moeda deveria ter um equivalente. Até 1973, o lastro do dinheiro era o ouro. Segundo Versignassi, "todo o ouro minerado ao longo da história caberia num prédio de sete andares" (142 mil toneladas). Ou seja, um relógio de ouro fabricado hoje pode ter parte do ouro utilizado numa moeda do antigo Império Romano. Depois de 1973, o lastro do dinheiro passou a ser o dólar (Ferguson).

Segundo Versignassi, a essência da ideia do dinheiro era que as pessoas acreditavam nas moedas cunhadas pelo Governo justamente porque o Estado garantia que elas eram de ouro ou de prata puros. Mas a quantidade de ouro e prata era limitada pela extração. Então um tal Sólon passou a cunhar moedas com mistura de metais, ou seja, não era ouro ou prata puros. Como o Governo aceitava tal dinheiro, o povo também começou a aceitar. Essa é a essência da desvalorização do dinheiro. Isto permite ao governo pagar suas dívidas, investir em obras públicas, tanto hoje como era na Antiguidade.

O difícil do dinheiro, seja moeda ou papel, é achar a medida de troca entre todas as coisas disponíveis para serem compradas (seja material ou serviço). O real sentido de medida até hoje ainda não é bem definido. Isto é discutido no capítulo sobre o lucro. A dificuldade está em determinar quanto de uma mercadoria equivale a uma certa quantidade de outra mercadoria. Se falarmos de serviços então, a dificuldade é maior. Algumas mercadorias, pela sua utilidade, são mais procuradas do que outras e por isto possuem mais "valor". Este é o conceito de "valor", que será abordado mais adiante neste livro, no capítulo referente ao lucro.

Para que o dinheiro funcione, basta que seja aceito como tal. É por isto que vales em papel dentro de uma empresa (garantidos pela assinatura do gerente), vale-transporte e vale-alimentação também são usados como moeda de trocas. Em algumas comunidades do Brasil, há moedas comunitárias aceitas dentro da comunidade apenas. A real função do dinheiro neste caso é servir como garantia para pagamento futuro.

É o que acontece com o cartão de crédito também. O inventor deste tipo de dinheiro esqueceu a carteira num jantar. Então pensou que poderia fazer cartões para seus amigos pagarem jantares, sem precisar que levassem a carteira. E assim criou o Diner's Club.

Hoje temos dinheiro virtual ou eletrônico. Ele está no banco mas passa de conta para conta, através de diversos tipos de operações: pagamento de boletos, transferência bancária, cheques. Não é mais necessário carregar dinheiro no bolso, ir até o banco ou caixas eletrônicos. E mais recentemente os pagamentos eletrônicos com maquininhas e até mesmo dispositivos móveis como celulares e

tablets.

Estamos cada vez mais utilizando diferentes tipos de dinheiro. As milhas aéreas e os pontos em programas de fidelidade podem ser trocados por mercadorias, dinheiro em conta e até mesmo comercializados entre clientes.

A grande inovação são as moedas virtuais ou digitais. No mundo virtual do Second Life havia uma moeda de troca interna a este ambiente digital. Ela permitia comprar bens e serviços dentro deste mundo virtual. Mas também tinha um valor de paridade para troca por moedas reais.

O exemplo sensação do momento é o Bitcoin. Como a essência do dinheiro é ter pessoas que acreditem nele, o Bitcoin existe como uma moeda qualquer mas só funciona no grupo de pessoas que acreditam nele. Mas este grupo está crescendo cada vez mais. O objetivo é que pessoas possam receber pagamento e pagar com esta moeda no mundo real. Há até terminais eletrônicos (cash dispensers) para tais operações. A ideia central é ter computadores espalhados pelo mundo, utilizando um algoritmo criado por Satoshi Nakamoto, para garantir quem tem Bitcoins e o quanto possuem. Isto evita gastos duplos. Bitcoins podem ser guardados em computadores como uma carteira virtual ou em serviços prestados por terceiros.

Bitcoin é a implementação de um conceito chamado "criptomoeda", descrito originalmente por Wei Dai, em 1988. O interessante é que este tipo de moeda só funciona se houver muitas pessoas apostando. É o contrário do conceito de raridade que fez surgir e evoluir o dinheiro no mundo. Mas atualmente há muita gente acreditando em Bitcoins, o que fez até mesmo surgir especuladores, pensando em ganhar dinheiro com compra e venda como lá na Idade Média.

Mas a grande inovação deste tipo de moeda é que não é necessário ter uma entidade central (banco ou governo) para garantir a autenticidade. A princípio, isto evitaria inflação, pois não a quantidade emitida de Bitcoins é controlada (por uma regra pré-definida). Segundo Ortega y Gasset: "o poder social do dinheiro será tanto maior quanto mais coisas haja para comprar, não quanto maior seja a quantidade do dinheiro mesmo". Por outro lado, este tipo de moeda recebe críticas porque, uma vez que é difícil de ser rastreada, pode fomentar negócios ilegais.

## ***Bibliografia***

FERGUSON, Niall. A ascensão do dinheiro - a história financeira do mundo. São Paulo: Planeta do Brasil, 2009.

FUSTEL DE COULANGES, Numa Denis. A cidade antiga. 4a ed. SP: Martins Fontes, 1998. (Original: la cité antique)

ORTEGA Y GASSET, José. A rebelião das massas. 1930. (e-book)

RIDLEY, Matt. The origins of virtue - human instincts and the evolution of cooperation. Londres: Penguin books, 1996. (em português, "As origens da virtude").

VERSIGNASSI, Alexandre. Crash : uma breve história da economia: da Grécia Antiga ao século XXI. São Paulo: Leya, 2011.

