

HOMO ECONOMICUS

Por Sérgio Birchal

Nem sempre os economistas são muito populares. Costumam ser vistos como pessimistas. A origem desta fama está, entre outras coisas, no fato de que o economista está sempre sendo convidado a falar sobre o que pode dar certo e o que pode dar errado com a economia e as pessoas detestam pensar no que pode dar errado com o seu dinheiro. A discussão sobre a natureza, a extensão e os desdobramentos da crise mundial de 2008 é ilustrativa disto. Existem tantas opiniões econômicas acerca da crise quantos economistas (vivos e mortos). Mas baseados em quê os economistas se atrevem a dizer o que pode dar errado e o que pode dar certo? Será que os economistas têm mesmo as respostas para estas perguntas?

Os economistas tentam entender como as pessoas e as organizações, privadas ou não, com fins lucrativos ou não, se comportam economicamente. Por que compram? Quando? Onde? Como? Quanto? E por que produzem? Quanto?... Os economistas partem da idéia do *homo economicus*. O *homo economicus*, ou homem econômico, é uma ficção. Esta ficção surgiu como um subproduto da mentalidade científica dominante no século XIX, que:

“(...) aconselhava a fragmentação do objeto de pesquisa (Neste nosso caso, o ser humano. [Grifo meu.]) para fins de investigação analítica. Assim, os economistas assumiram que o estudo das ações econômicas do homem poderia ser feito abstraindo-se as outras dimensões culturais do comportamento humano: dimensões morais, éticas, religiosas, políticas, etc. O homo economicus nada mais é do que um pedaço de um ser humano, um fragmento, um resto, a sua parcela que apenas produz e consome”. (Wikipedia).

Ou seja, os economistas assumem como pressuposto que as pessoas são racionais. Mas o que são pessoas racionais do ponto de vista econômico?

Isto implica na idéia de que as pessoas (e as organizações) são racionais em suas decisões de consumo e produção. Assim sendo, pessoas racionais são aquelas que tomam decisões baseadas numa análise (às vezes extensa) de custo e benefício de todas as opções alternativas. Qual é o custo de oportunidade de se decidir onde aplicar a sua poupança? As cadernetas de poupança geralmente rendem menos, mas lhe oferecem liquidez e baixo risco. Apostar na bolsa de valores pode lhe dar um belo ganho ou transformar o seu rico dinheirinho em pó do dia para a noite. Segundo a concepção do *homo economicus*, as pessoas têm conhecimento de tudo e com base neste conhecimento, fruto da análise objetiva dos fatos, decide pela opção que lhe oferece a melhor relação custo/benefício.

Obviamente que a vida real não é assim. Freud, por exemplo, mostrou que a parte da nossa psiquê que tem consciência é apenas a ponta de um iceberg. Forças inconscientes, herdadas e aprendidas, definem, em larga medida, o que valorizamos mais e o que valorizamos menos. Os homens, por exemplo, tendem a gastar mais com automóveis, enquanto as mulheres tendem a gastar mais com artigos de beleza e roupas. Mas esta constatação não invalida totalmente a concepção do homem econômico e suas implicações no comportamento econômico das pessoas, das organizações e da economia. Desta forma, é possível sim prever como deve ser o comportamento das pessoas e da economia, mas com uma margem grande de incerteza, pois as pessoas, as organizações e os formuladores de políticas econômicas aprendem, mudam a sua mentalidade e à luz disto modificam os seus comportamentos.

De qualquer forma, podemos apontar alguns fatores que influenciam a tomada de decisões econômicas. Além dos *trade-offs* (escolhas excludentes) e dos custos de oportunidade que todos os agentes econômicos (pessoas, famílias, organizações e governos) enfrentam nas suas tomadas de decisão, e que já descorremos a respeito anteriormente (ver Cadernos Econômicos 1 e 2), há três outras variáveis que influenciam as decisões dos agentes

econômicos: (1) as pessoas racionais pensam na margem, (2) elas reagem a incentivos e (3) informação.

O que é pensar na “margem”? Todos já ouviram falar de que a galinha enche o papo de grão em grão. Caso contrário, ela iria engolir a espiga inteira e, provavelmente, morreria engasgada. Tal como as galinhas, a maioria das pessoas não se depara cotidianamente entre a decisão de comer ou de não comer. Elas estão preocupadas se vão comer mais ou menos. Uma Coca-Cola Zero para compensar a sobremesa irresistível. Ninguém chega numa academia de ginástica e começa a malhar como se já estivesse malhando a mais de um ano. Qualquer um começa e evolui o ritmo um pouco de cada vez. A minha decisão de sair com os amigos para tomar uma cervejinha não envolve a questão de se vou tomar todas as cervejas ou se não vou tomar nenhuma. Durante o encontro eu vou avaliando se tomo mais um copo ou não. Vou decidindo na margem, até a “saideira”, que é teoricamente a última garrafa que ainda pode acrescentar ao prazer de já haver tomado umas tantas. Da mesma forma, um casal quando decide ter filhos pode até definir que terá três filhos, mas, geralmente, decide ter um filho de cada vez. A decisão raramente é se vamos ter todos os filhos que Deus determinar ou se não vamos ter nenhum (apesar desta escolha ter se tornado mais popular nos dias de hoje). Isto é pensar na margem. Ou seja:

*“Os economistas usam o termo **mudanças marginais** para descrever pequenos ajustes incrementais a um plano de ação existente. Lembre-se de que “margem” pressupõe a existência de extremos, portanto, mudanças marginais são ajustes ao redor dos “extremos” daquilo que você está fazendo” (Mankiw, 2005. p.6).*

Portanto:

“Um tomador de decisões racionais executa uma ação se e somente se o benefício marginal da ação ultrapassa o custo marginal.” (Mankiw, 2005. p.7).

Analisada a primeira das duas variáveis que influenciam o comportamento dos agentes econômicos (as pessoas pensam na margem) vamos analisar a segunda. Ela pode parecer óbvia (e é), mas inclui sutilidades interessantes.

As pessoas reagem a incentivos. Quando o governo brasileiro diminuiu a alíquota de IPI incidente sobre o preço dos automóveis, muitas pessoas aproveitaram a “forcinha” do governo para trocar de carro ou adquirir o seu primeiro automóvel. Mas as pessoas reagem a incentivos comparando, também, os custos e benefícios de seu comportamento ou quando os custos e benefícios mudam. As leis de trânsito prevêm uma série de punições para destimular certos comportamentos nocivos ao bem-estar social. Beber e dirigir, por exemplo. Se corretamente aplicada essa lei deveria diminuir sensivelmente o número de acidentes causados pelo uso de bebidas alcóolicas. Se isto valer ao motorista uma multa de apenas R\$ 15 ele pode achar que vale mais a pena

pagar a multa. Mas se a punição efetiva for a cadeia, ele pensará melhor sobre a sua decisão. Mas os incentivos mudam o comportamento das pessoas de formas inesperadas. Quando se recupera e amplia uma estrada, com faixas de rolagem iluminadas, sinalizadas e divididas por canteiros de contenção, é de se esperar que o número de acidentes caia. Não necessariamente. Por que a estrada agora gera uma sensação de maior segurança as pessoas passam a abusar da velocidade e os acidentes tendem a ter consequências mais graves ainda para os envolvidos.

Finalmente, como já mencionamos anteriormente, as pessoas racionais tomam decisões com base em informações. Afinal de contas, é muito difícil avaliar o peso dos custos e dos benefícios das escolhas alternativas se não sabemos quais são elas. Que cor você pintaria o quarto do filho que está para nascer se não houvesse maneira de identificar o sexo antes do bebê nascer? Ou que meio de transporte você escolheria para se deslocar de Harpenden ao St Jame's Park? Além disso, a informação pode mudar totalmente a natureza de uma relação comercial. Se as empresas de seguro tivessem a informação de que alguém bebe muito ela poderia cobrar um prêmio maior pelo seguro do automóvel ou de vida, dado o maior risco envolvido. A recém descoberta de que os carros da Toyota estavam apresentando problemas que colocavam em risco a integridade física dos ocupantes dos carros desta marca fez

com que o preço de revenda destes carros caísse e que a montadora visse suas vendas despencarem mundo afora.

Portanto, os economistas fazem previsões acerca da economia baseados no conhecimento de que as pessoas decidem pensando na margem, de que reagem a incentivos e de que tomam decisões partir das informações disponíveis.