



# O QUE O DINHEIRO NÃO COMPRA

## Os limites morais do mercado (2012)


Michael J. Sandel

*Para decidir o que o dinheiro pode-se não pode-comprar, precisamos saber quais valores governarão as diferentes áreas da vida cívica e social. **A análise dessa questão é o tema deste livro.***

*O desafio está em repensar o papel e o alcance do mercado em nossas práticas sociais, nas relações e na vida cotidiana*



# Agenda

- Introdução \_ O mercado e a moral
  - Furando a fila
  - Incentivos
  - Como o mercado descarta a moral
  - Mercados na vida e na morte
  - Direitos do nome
  - Conclusão
- 

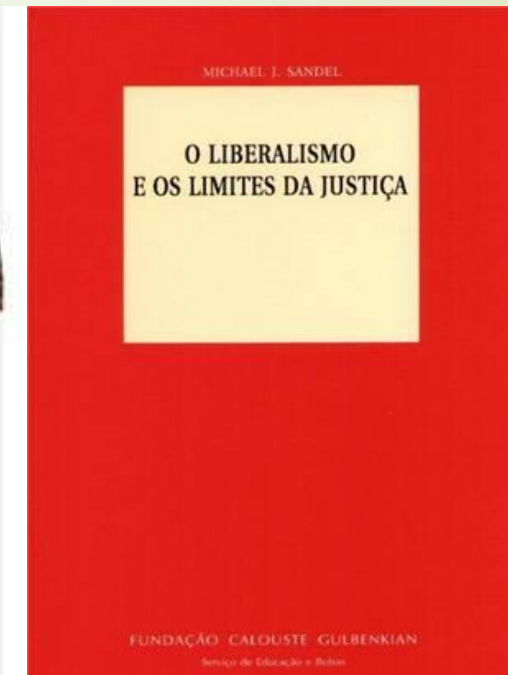
Nascido em 1953 em Minneapolis, Origem Judaica, foi morar em Los Angeles com 13 anos de idade.

Filosofo, escritor, conferencista e palestrante.

Professor de Política e Filosofia Política na Universidade de Harvard.

Ficou conhecido internacionalmente pelo seus livros : *Justiça – O que é fazer a coisa certa?* (2010) e *Liberalismo e os limites da Justiça* (1982).


Bacharel em Política , Doutorado em Oxford , Reino Unido.





# O papel dos mercados





## Há coisas que o dinheiro não compra, mas atualmente, não muitas. Hoje, quase tudo está a venda.

- Upgrade na cela carcerária – U\$\$ 82 por noite.
- Acesso às pistas de transportes solidário : U\$\$ 8 nas horas do rush
- Barriga de aluguel Indiana – U\$\$ 6.250
- Direito a ser imigrante nos Estados Unidos - U\$\$ 500.000
- Direito a abater um rinoceronte negro amealhado de extinção – 150.000
- O celular do seu médico – U\$\$ 1.500 a U\$\$ 25.000
- O direito de lançar uma tonelada métrica de gás carbônico na atmosfera – U\$\$ 18
- Matrícula do seu filho numa universidade de prestígio

# Maneiras de ganhar dinheiro

- ▶ Alugar espaço na testa (ou em outra parte do corpo) para publicidade comercial – U\$\$ 777
- ▶ Servir de cobaia humana em testes de laboratórios farmacêuticos – U\$\$ 7.500
- ▶ Combater na Somália ou no Afeganistão num contingente militar privado – U\$\$ 250 a U\$\$ 1.000 por dia.
- ▶ Ler um Livro – U\$\$ 2
- ▶ Perder seis quilos em quatro meses, no caso de obeso – U\$\$ 378



## O mercado e a moral

- ▶ O mercado não se limita mais à venda de bens materiais, passou a alcançar outras áreas da vida social que, até então, eram imunes à sua influência. E a questão levantada por Sandel é: **será esta a vida que queremos viver?**
- ▶ Será que este caminho, trilhado para sermos cada vez mais uma sociedade sob a lógica de mercado, é moralmente aceitável?
- ▶ Há uma ausência de um debate sobre os limites do mercado e sobre comportamentos éticos e a ausência de um discurso moral, quem preenche esta lacuna é o pensamento mercadológico, que somente está interessado no quanto custa o que se quer comprar ou vender.
- ▶ Sandel afirma que não só a ganancia



# Tudo a venda – Por que se preocupar ?

## ► DESIGUALDADE

Tudo fica mais difícil para os que dispõem de recursos modestos.

Se o dinheiro tivesse a capacidade comprar iates, férias no exterior, carros esportivos, as desigualdades de renda e riqueza não teriam grande importância.

A questão da distribuição da renda e da riqueza adquire importância muito maior.

***Quando todas as coisas podem ser compradas e vendidas, ter dinheiro passa a fazer toda a diferença no mundo.***



# Tudo a venda – Por que se preocupar ?

## ► CORRUPÇÃO OU TENDENCIA CORROSIVA DOS MERCADOS

Os mercados podem ser corrompidos pelas pratica e estabelecer preço para coisas boas da vida.

Com relação à corrupção, as práticas desenvolvidas por algumas organizações comprometem o conceito de cidadania, ao passo que põem à venda itens que não deveriam, pela perspectiva moral, ser vendidos.

Pois os mercados não se limitam a distribuir os bens, eles também expressam e promovem certas atitudes em relação aos produtos trocados, exemplos:

- ❑ Remuneração para crianças lerem livros
- ❑ Leilão de vagas numa instituição de ensino
- ❑ Contratação de mercenários estrangeiros em guerras

# 1.FURANDO A FILA– O que há de errado nisso?

- A Fila tem a função de manter a igualdade, porém num sistema onde tudo é colocado a venda, a prioridade não é de quem chega primeiro mas de quem paga “mais”.
- A proliferação desse tipo de comércio "aumenta as vantagens da afluência e condena os mais pobres a ficarem sempre no fim das filas", ou seja;
  - **a lógica de que quem chega primeiro é atendido primeiro (ética da fila)** cede passagem à **lógica do "pagou, levou" (ética do mercado)**.

# Furando a fila – O que há de errado nisso?

- ▶ Exemplos:
  - Na Universal Studios Hollywood, se alguém não quer aguardar na fila, por atrações mais concorridas, é só pagar o dobro do preço e poderá furar a fila.
  - Aeroportos – Para quem compra passagens de primeira classe ou executiva podem usar corredores prioritários na fila de checagem.
  - Pistas livres – usuários pagam para abrir caminho e livrar-se dos congestionamentos, utilizando uma via expressa onde tudo flui.

## Furando a fila – As virtudes do livre mercado

► Greg Mankiw, economista, observa que o livre mercado contribui para esse objetivo propiciar “ o fornecimento de bens a compradores que lhes dão mais valor, o que é medido por sua disposição de pagar”

► **Caso dos cambistas:**

Ao cobrarem o preço mais alto comportado pelo mercado, os cambistas contribuem para que os consumidores mais dispostos a pagar pelas entradas de fato consigam.

*Se esta lógica estiver correta, os cambistas e as empresas que contratam pessoas para entrar em filas, não devem ser acusados por estarem violando a integridade da fila, e sim honrados por aumentar o nível de utilidade social, ao fazer com que bens subvalorizados se tornem disponíveis para os que mais se dispõem pagar por eles.*

## 2.Incentivos - O caso de Barbara Harris

- ▶ Barbara Harris, fundadora da Organização Caritativa Project Prevention, sediada na Carolina do Norte

Todos os anos centenas de milhares de bebês são trazidos ao mundo por mães viciadas em drogas. Harris, tem uma solução para este problema :

Oferecer as mães viciadas U\$\$ 300 se aceitarem ser esterilizadas ou se submeter permanentemente ao controle de natalidade.

Mais de 3.000 mulheres aceitaram a propostas do programa , em 1987.

## Incentivos – A visão do autor

- ▶ Para o autor, quando esse tipo de incentivo é adotado, há limites morais que não são considerados, e isso pode gerar resultados desastrosos em longo prazo, pois as pessoas, principalmente as mais necessitadas ou com menor capacidade de julgamento, serão coagidas a vender o que, em tese, não deveria ser vendido.
- ▶ O estímulo monetário, extrínseco, substitui a responsabilidade pessoal pelos próprios atos.
- ▶ Podem ser considerados formas de suborno, na medida que os interesses monetários sobrepõem aos que de fato deveriam ser os reais motivadores de suas condutas.

*Michael Sandel constata que, na maioria dos exemplos utilizados, **cessado o incentivo financeiro, a tendência é que os maus hábitos retornem**, uma vez que tais estímulos podem até surtir um efeito momentâneo e específico, mas são incapazes de mudar hábitos e culturas arraigadas. E, além disso, este tipo de incitamento **deturpa os verdadeiros objetivos que deveriam ser almejados**.*

### 3. COMO O MERCADO DESCARTA A MORAL

*Existem coisas que o dinheiro de fato não compra*

- **Amizade**

Um amigo pelo qual se paga não é a mesma coisa que um amigo de verdade.

Ate recentemente era possível aumentar a própria popularidade contratando “amigos” de boa aparência para incluir no facebook – U\$\$ 0,99 por amigo ao mês.

- **Premio Nobel**

- **Titulo de campeão em Jogos ou campeonatos - Medalha ou troféu de olimpíadas**

- **Oscar**

*Obviamente que comprar estes prêmios não é a mesma coisa que ganha-los*



## O que pode ser comprado mas a compra e venda seja moralmente polemica

- Mercado de órgãos a serem transplantados
- Venda de Bebês
- Pedidos de desculpas
- Discursos de padrinho em casamentos

### **Opinião do autor**

*Os pedidos de desculpas e os discursos comprados alteram seu caráter e diminuem seu valor*



## ► A monetarização dos presentes

- Entre 1998 a 2010 as vendas anuais de cartões de presentes aumentaram quase 8 vezes, chegando a mais de US\$ 90 bilhões.
- Cartões de presente – A arte de presentear estar rapidamente degenerando numa troca inteiramente comercial.
- Liz Paulliam Weston – Economista e colunista de finanças pessoais se questiona: **“se ainda falta muito muito para começarmos simplesmente a jogar maços de cédula de dólar uns nos outros”**
- Existem empresas que trocam cartões de presente por dinheiro.

## 4.MERCADOS NA VIDA E NA MORTE

### ➤ O CASO WALMART

- Rice, 48 anos, funcionário , sofreu um ataque cardíaco enquanto levava as compras de uma cliente ate seu veiculo. A apólice de seguro no valor de U\$\$ 300.000 não foi para a viúva e sim para o próprio Walmart.

Walmart foi acusado de lucrar com a morte de seus funcionários. Porem seus advogados alegaram que no caso de Rice, não se tratava de lucro mas mais uma compensação pelo cisto embutido em seu treinamento e agora em sua substituição.

- ❑ os empregados parecem ter mais valor morto do que vivo, são tratados como mercadoria.
- ❑ Distorcem o objetivo do seguro de vida, que costuma ser uma fonte de segurança para as famílias.
- ❑ Investem bilhões na mortalidade dos empregados e não na produção de bens e serviços.

## Viáticos : aposta na própria vida – Década de 1990

- ▶ Viáticos: conjunto de provisões para viagem, que pode ser de dinheiro e/ou alimentos.
- ▶ **Seguro para pessoas diagnosticadas com AIDS ou outra doença terminal.**

O doente tem uma apólice no valor de U\$ 100.000 e fosse informado que teria mais 1 ano de vida apenas. E suponhamos que esta pessoa precise de dinheiro para bancar o tratamento.

O investidor lhe oferece U\$ 50.000, assumindo o pagamento dos valores anuais. Ao morrer o detentor original da apólice o investidor receber seus U\$ 100.000.


**Riscos** : O detentor não morrer no prazo estipulado. (gera prejuízos).

Meados da década de 90, Descoberta das drogas contra o HVI prolongaram a vida de doentes.

Em 1996 com o surgimento de drogas antirretrovirais as ações da Dignity Partners caíram de U\$ 14,50 para U\$\$ 1.38, o que levou a empresa a falência.

## 5. DIREITOS DE NOME - O mercado da bola

- ▶ **Autógrafos à venda** - Mickey Mantle teria ganhado US\$ 2,75 milhões para autografar vinte mil bolas de beisebol e participar pessoalmente de apresentações , o que representava mais dinheiro do que havia ganhado em toda sua carreira com os Yankees.
- ▶ Uma empresa alega ter vendido mais de US\$ 10 milhões de autentico solo do Yankee Stadium.
- ▶ Venda do nome dos estádios.
- ▶ Venda de autógrafos.
- ▶ Camarotes de luxo chegam a custar US\$ 350.000 por campeonato.



## O que há de errado num mundo em que a lógica e as relações de mercado invadem todas as atividades humanas?

► Veja-se por exemplo a linguagem usada pelos críticos do :

Comercialismo:

Humilhação, degradação, vulgaridade, poluição , perda de senso do sagrado.

Em alguns casos a comercialização de uma prática é em si mesma degradante. Por exemplo

- sair por aí com uma tatuagem na testa patrocinada é humilhante, ainda que a decisão da venda tenha sido livremente tomada.
- Frutas com adesivos, causam poluição visual no alimento.
- No início da década de 2000 mais de 160 prefeituras com problemas financeiros aceitaram a oferta de um empresa da Carolina do Norte que oferecia carros de polícia totalmente equipados, por US\$1/ano.
- Porém os veículos seriam cobertos com anúncios e logotipos comerciais!

## Conclusão

- ▶ Quanto maior o número de coisas que o dinheiro compra, menor o número de oportunidades para que as pessoas de diferentes estratos sociais se encontrem. O desaparecimento do convívio entre classes representa uma perda não só para os que olham de baixo para cima, mas também para os que olham de cima para baixo.
- ▶ Democracia não quer dizer igualdade perfeita, mas de fato exige que os cidadãos compartilhem uma vida comum.
- ▶ O importante é que as pessoas de contextos e posições sociais diferentes se encontrem e convivam na vida cotidiana, pois é assim que aprendemos a negociar e respeitar as diferenças ao cuidar do bem comum.
- ▶ E assim a questão do mercado significa na verdade tentar descobrir como queremos viver juntos.
  - ▶ ***Queremos uma sociedade onde tudo esteja a venda? Ou será que existem certos bens morais e cívicos que não são honrados pelo mercado e que o dinheiro não compra?***