

50

IDEIAS DE

ECONOMIA

QUE VOCÊ PRECISA CONHECER



EDMUND CONWAY

 Planeta

EDMUND CONWAY

50

IDEIAS DE

 **ECONOMIA**

QUE VOCÊ PRECISA CONHECER

Tradução de
Marcello Borges

 Planeta

TRECHO ANTECIPADO PARA DIVULGAÇÃO. VENDA PROIBIDA

Copyright © Edmund Conway, 2009
Copyright © Editora Planeta do Brasil, 2015
Título original: *50 economics ideas you really need to know*
Todos os direitos reservados.

Preparação: Arlete Sousa
Revisão: Juliana Caldas e Iracy Borges
Diagramação: Balão Editorial
Capa: Compañía

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO NA FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

C74c

Conway, Edmund
50 ideias de economia que você precisa conhecer / Edmund Conway;
tradução Marcelo Borges. - 1. ed. - São Paulo: Planeta, 2015.

Tradução de: 50 economy ideas you really need to know
ISBN 978-85-422-0519-0

1. Economia. I. Título: cinquenta ideias de economia que você precisa saber.

15-20773

CDD: 330

CDU: 330

2020

Todos os direitos desta edição reservados à
EDITORA PLANETA DO BRASIL LTDA.
Rua Bela Cintra, 986 – 4º andar
01411-000 – Consolação
São Paulo – SP
www.planetadelivros.com.br
faleconosco@editoraplaneta.com.br

TRECHO ANTECIPADO PARA DIVULGAÇÃO. VENDA PROIBIDA

Sumário

Introdução 7

O BÁSICO

- 01. A mão invisível 10
- 02. Oferta e demanda 14
- 03. A armadilha malthusiana 18
- 04. Custo de oportunidade 22
- 05. Incentivos 26
- 06. Divisão do trabalho 30
- 07. Vantagem comparativa 34

OS MOVIMENTOS

- 08. Capitalismo 38
- 09. Keynesianismo 42
- 10. Monetarismo 46
- 11. Comunismo 50
- 12. Individualismo 54
- 13. Economia do lado da oferta 58
- 14. A revolução marginalista 62

COMO FUNCIONA A ECONOMIA

- 15. Dinheiro 66
- 16. Micro e macro 70
- 17. Produto Interno Bruto 74
- 18. Bancos centrais e taxas de juros 78
- 19. Inflação 82
- 20. Dívida e deflação 86
- 21. Impostos 90
- 22. Desemprego 94
- 23. Moedas e taxas de câmbio 98
- 24. Balança de pagamentos 102
- 25. A confiança e a lei 106
- 26. Energia e petróleo 110

FINANÇAS E MERCADOS

- 27. Mercados de títulos 114
- 28. Bancos 118

- 29. Ações e valores 122
- 30. O risco nos negócios 126
- 31. O ciclo econômico 130
- 32. Pensões e o Estado de bem-estar social 134
- 33. Mercados monetários 138
- 34. Estourando bolhas 142
- 35. Crises de crédito 146

OS PROBLEMAS

- 36. Destruição criativa 150
- 37. Casa própria e preços de imóveis 154
- 38. Déficit público 158
- 39. Desigualdade 162
- 40. Globalização 166
- 41. Multilateralismo 170
- 42. Protecionismo 174
- 43. Revoluções tecnológicas 178

ECONOMIA ALTERNATIVA

- 44. Economia do desenvolvimento 182
- 45. Economia ambiental 186
- 46. Economia comportamental 190
- 47. Teoria dos jogos 194
- 48. Economia da vida diária 198
- 49. Economia da felicidade 202
- 50. Economia do século XXI 206

Glossário 208

Índice 212

01 A mão invisível

“A cobiça é boa”, declarou Gordon Gekko, vilão do filme clássico da década de 1980, *Wall Street – poder e cobiça*, confirmando, em uma única frase, os piores receios da sociedade educada sobre os financistas. Nesse mundo cruel de Manhattan, a avareza declarada não era motivo para vergonha: devia ser envergada com orgulho, como camisas listradas e suspensórios vermelhos.

Se o filme foi chocante no final do século XX, tente imaginar como uma declaração dessas teria soado dois séculos antes, quando a vida intelectual ainda era dominada pela Igreja e definir seres humanos como animais econômicos era quase uma blasfêmia. Agora você pode ter uma noção do impacto causado pela ideia radical da “mão invisível”, de Adam Smith, quando a propôs no século XVIII. Apesar disso, tal como seu descendente hollywoodiano, seu livro foi um grande sucesso comercial, esgotando-se em sua primeira edição e mantendo-se, desde então, como parte do cânone.

O papel do interesse pessoal A “mão invisível” é uma forma sintética de expressar a lei da oferta e da demanda (veja o capítulo 2), e explica como o “puxa e empurra” desses dois fatores serve para beneficiar toda a sociedade. Em termos simples, o conceito é o seguinte: não há nada de errado se as pessoas agem em interesse pessoal. Num mercado livre, a força combinada de todos que lutam por seus interesses individuais beneficia a sociedade como um todo, enriquecendo todos.

Smith usou a frase apenas três vezes em sua obra-prima *A riqueza das nações*, de 1776, mas um trecho fundamental realça sua importância:

[O indivíduo] não tem a intenção de promover o interesse público, nem sabe o quanto o promove... ao dirigir [sua] atividade de maneira a valorizar ao máximo a sua produção, visa apenas seu próprio lucro, e nisto, como em muitos outros casos, é guiado por uma mão invisível a

linha do tempo

350 a. c.

Aristóteles declara que a propriedade deve ser privada

1723

Nascimento de Adam Smith

1759

Publicação de *Teoria dos sentimentos morais*, de Adam Smith

promover um fim que não fazia parte de sua intenção... Ao buscar seu interesse pessoal, frequentemente ele promove o da sociedade de maneira mais eficiente do que quando de fato tem a intenção de promovê-lo. Nunca soube de bons feitos por parte daqueles que afetam as trocas em nome do bem público.

A ideia ajuda a explicar por que os mercados livres têm sido tão importantes para o desenvolvimento de sociedades modernas complexas.

Aprendendo com a mão Vamos tomar como exemplo um inventor, Thomas, que teve a ideia de criar um novo tipo de lâmpada, mais eficiente, duradoura e luminosa que as demais. Ele o fez para atender a seu interesse pessoal, esperando ficar rico ou talvez famoso. O subproduto será o benefício da sociedade como um todo, criando empregos para aqueles que produzem as lâmpadas e melhorando a vida (e a sala de visitas) daqueles que as compram. Se não houvesse demanda para a lâmpada elétrica, ninguém as teria comprado de Thomas e, na verdade, a mão invisível teria lhe dado um tapa por cometer tal erro.

De modo análogo, como Thomas conseguiu se estabelecer, outros podem vê-lo ganhando dinheiro e, assim, tentam superá-lo criando lâmpadas melhores e mais luminosas, de maneira que também comecem a ganhar dinheiro. Entretanto, a mão invisível nunca dorme. Thomas reduz seus preços, que ficam abaixo da concorrência, garantindo mais vendas. Os consumidores, encantados, beneficiam-se de lâmpadas ainda mais baratas.

Em cada estágio do processo, Thomas estaria atuando segundo seu interesse pessoal, e não o da sociedade, mas, contrariamente ao que sugeriria a intuição, todos se beneficiariam disso. De certo modo, a teoria da mão invisível é análoga à ideia da matemática – dois negativos produzem um positivo. Se uma pessoa age em seu próprio interesse, mas todos os demais estão sendo altruístas, a sociedade não terá benefícios.

Um exemplo é o da Coca-Cola, que mudou a receita de seu refrigerante efervescente na década de 1980 para atrair bebedores mais jovens e interessantes. No entanto, a New Coke foi um completo desastre: o público não gostou da mudança e as vendas despencaram. A mensagem da mão invisível foi clara, e a Coca-Cola, com lucros

1776

Publicação de *A riqueza das nações*, de Adam Smith

2007

A contribuição de Smith como pai da economia é reconhecida na nota de £ 20

ADAM SMITH (1723-1790)

O pai da economia foi um herói radical, um tanto quanto inesperado, da pequena cidade escocesa de Kirkcaldy. Apropriadamente para o primeiro economista, Smith era um acadêmico excêntrico que se considerava um forasteiro, e de vez em quando se lamentava por sua aparência física incomum e pela falta de atributos sociais. Como muitos de seus herdeiros modernos, seu gabinete na Universidade de Glasgow tinha pilhas caoticamente altas de documentos e livros. De vez em quando, viam-no falando sozinho – e ainda por cima era sonâmbulo!

Smith criou a expressão “mão invisível” em seu primeiro livro, *Teoria dos sentimentos morais* (1759), que se concentrava na maneira como os seres humanos interagem e se comunicam e no relacionamento entre retidão moral e a busca inata do homem pelo interesse pessoal. Após deixar Glasgow para ser

tutor do jovem Duque de Buccleuch, começou a trabalhar no livro que depois se tornaria, em seu título completo, *Uma investigação sobre a natureza e as causas da riqueza das nações*.

Depois disso, Smith tornou-se uma espécie de celebridade, e suas ideias não apenas influenciaram todos os grandes nomes da economia como ajudaram a impelir a Revolução Industrial e a primeira onda de globalização, que terminou com a Primeira Guerra Mundial. Nos últimos 30 anos, Smith voltou a se tornar herói, com suas ideias sobre mercados livres, livre-comércio e divisão do trabalho (veja o capítulo 6) embasando o pensamento econômico moderno.

Merecidamente, em 2007, Smith foi homenageado na qualidade de primeiro escocês a aparecer no papel-moeda do Banco da Inglaterra, com seu rosto estampado na nota de £ 20.

em queda, tirou a New Coke do mercado após alguns meses. A versão anterior tornou a circular, e os consumidores ficaram felizes – bem como os diretores da Coca-Cola, uma vez que seus lucros voltaram a crescer rapidamente.

Smith admitiu que havia circunstâncias nas quais a teoria da mão invisível não funcionava. Entre elas, um dilema conhecido como a “tragédia dos comuns”. O problema é que, quando existe uma oferta limitada de determinado recurso, como pastos em uma área comum, aqueles que exploram a terra fazem-no em detrimento de seus vizinhos. É um argumento que tem sido usado com veemência por aqueles que fazem campanhas contra as alterações climáticas (veja o capítulo 45).

Limites aos mercados livres Apesar de a ideia da mão invisível ter sido aproveitada ocasionalmente por políticos de direita nas últimas décadas, não é uma teoria que representa necessariamente uma posição política específica. É uma teoria econômica positiva (veja o capítulo 16), embora desautorize seriamente aqueles que pensam que as economias podem ser mais bem administradas de cima para baixo, com os governos decidindo o que deve ser produzido.

A mão invisível destaca o fato de que os indivíduos – e não governos ou administradores – deveriam poder decidir o que produzir e consumir, mas há algumas condições importantes. Smith tomou o cuidado de distinguir o interesse pessoal da pura cobiça egoísta. É de nosso interesse pessoal ter um conjunto de leis e regulamentos que nos protejam de sermos tratados injustamente como consumidores. Incluem-se aí os direitos de propriedade, patentes, direitos autorais e leis que protegem os trabalhadores. A mão invisível precisa ser apoiada pela regra da lei.

Foi isso que Gordon Gekko não entendeu. Alguém que é movido pura e simplesmente pela cobiça pode decidir burlar a lei na tentativa de enriquecer em detrimento dos demais. Adam Smith nunca teria aprovado isso.

“Não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro ou do padeiro que esperamos o jantar, mas da consideração que têm por seus próprios interesses. Apelamos não à sua humanidade, mas ao seu amor-próprio, e nunca lhes falamos de nossas necessidades, mas das vantagens que eles podem obter.”

Adam Smith

**A ideia condensada:
o interesse
pessoal é bom
para a sociedade**

02 Oferta e demanda

No coração da economia e no centro das relações humanas encontra-se a lei da oferta e da demanda.

A maneira como essas duas forças interagem determina os preços dos produtos nas lojas, os lucros das empresas e a razão pela qual uma família fica rica e outra se mantém pobre.

A lei da oferta e da demanda explica por que os supermercados cobram bem mais por salsichas *premium* do que pelas normais, e também qual a razão de uma empresa de informática cobrar mais dos consumidores por um notebook só porque mudou sua cor. Assim como algumas regras elementares determinam a matemática e a física, a interação simples entre oferta e demanda pode ser encontrada em todos os lugares.

Ela está nas ruas movimentadas de Otavalo, no Equador, e nas largas avenidas próximas a Wall Street, em Nova York. Apesar das diferenças superficiais – as ruas empoeiradas da América do Sul cheias de agricultores e Manhattan repleta de banqueiros em ternos risca de giz –, aos olhos do economista fundamentalista os dois lugares são praticamente idênticos. Olhe um pouco mais de perto e entenderá a razão: as duas cidades são mercados importantes. Otavalo tem um dos maiores e mais famosos mercados a céu aberto da América Latina; Wall Street, por sua vez, é o lar da Bolsa de Valores de Nova York. São lugares onde as pessoas vão comprar ou vender coisas.

O mercado reúne compradores e vendedores, seja num conjunto físico de bancas sobre as quais os produtos são expostos, seja em um mercado virtual como o da Wall Street, no qual a maioria das negociações é feita por meio de redes de computadores. E o nexó entre demanda e oferta é o preço. Essas três informações, aparentemente inócuas, podem nos dizer muito sobre a sociedade. São a base da economia de mercado.

linha do tempo

1776

Publicação de *A riqueza das nações*, de Adam Smith

1807

Jean-Baptiste Say, economista francês, estabelece sua lei – que com o tempo a demanda sempre se iguala à oferta

A demanda representa a quantidade de bens ou serviços que as pessoas estão dispostas a comprar de um vendedor a um preço específico. Quanto maior o preço, menos pessoas vão querer comprar, chegando a um ponto em que simplesmente se recusarão a comprar. De modo análogo, a oferta indica a quantidade de bens ou de serviços fornecidos por um vendedor a determinado preço. Quanto menor o preço, menos bens o vendedor desejará vender, pois, para produzi-los, depende dinheiro e tempo.

O preço é justo? Os preços são o sinal que nos diz se a oferta ou a demanda de determinado produto está aumentando ou diminuindo. Vejamos o caso dos preços de imóveis, por exemplo. No começo do século XXI, nos EUA, os preços foram aumentando cada vez mais depressa à medida que mais e mais famílias se davam ao luxo de adquirir sua casa própria, incentivadas por ofertas de financiamento hipotecário a juros baixos. Essa demanda levou os construtores a erguer mais casas, especialmente em Miami e em áreas da Califórnia. Quando as casas ficaram prontas, o surto repentino de oferta fez com que o preço dos imóveis caísse – e bem depressa.

O segredo de polichinelo da economia é que, na verdade, os preços raramente estão em equilíbrio. O preço das rosas aumenta e diminui ao longo do ano: quando o verão se transforma em inverno e os supermercados e as floriculturas precisam buscá-las mais longe, a oferta de rosas diminui e seus preços aumentam. Do mesmo modo, após 12 de junho, os preços caem por causa da demanda por flores no Dia dos Namorados.

Os economistas chamam isso de “sazonalidade” ou “ruído”. Alguns, entretanto, procuram enxergar além disso para descobrir o preço de equilíbrio. Analisemos novamente o preço dos imóveis: nenhum economista descobriu quanto deve valer uma casa média. A história nos diz que deveriam valer algumas vezes o salário anual da pessoa – em média, de três a quatro vezes –, mas não há como saber ao certo.

Podemos aprender algumas lições elementares sobre as pessoas com base no preço de certos produtos. Há alguns anos, a Apple, fabricante

“É tão razoável perguntar se é a lâmina superior ou inferior da tesoura que corta o papel quanto determinar se o valor é regido pela demanda ou pela oferta.”

Alfred Marshall,
economista vitoriano

1890

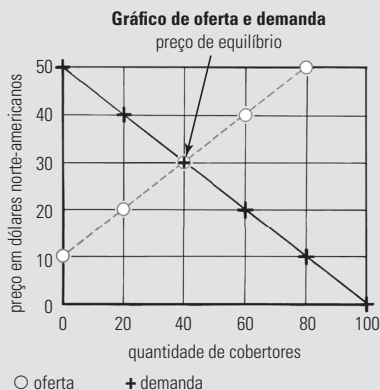
Alfred Marshall populariza curvas e tabelas de oferta e demanda

Década de 1930

Sir John Hicks refina a economia de oferta e demanda

Oferta e demanda em ação

No Equador, Maria vende belos cobertores artesanais de estilo andino em sua banca no mercado. Ela sabe que não adianta vender cada cobertor por US\$ 10 ou menos, pois por esse preço ela não conseguiria fazer o cobertor nem alugar a banca. Portanto, primeiro ela fixa o preço em US\$ 50, o que lhe permite fazer 80 cobertores, mas esse preço é elevado demais para os possíveis compradores e ela não venderá nenhum. Assim, começa a baixar o preço para se livrar do estoque. Lenta mas firmemente, aumenta a demanda pelos cobertores. Cada vez que ela baixa o preço, aparecem mais compradores. A US\$ 40 vende 20 peças, e a US\$ 30 vende 40 cobertores. Quando o preço chega a US\$ 20, ela percebe que está baixo demais. Com o esgotamento do estoque, vê que não está produzindo novos cobertores a tempo de acompanhar a demanda. Observa que se o preço for US\$ 30, o número de cobertores que confeccionava antes consegue acompanhar o número buscado pelas pessoas. Ela acaba de traçar o mais importante entre os gráficos da economia: a curva oferta-demanda. Acaba de descobrir o preço de equilíbrio dos cobertores.



A linha negra sólida indica quantas pessoas procuram os cobertores de Maria; a linha tracejada, a oferta. Quando os cobertores custam zero, há demanda por cem deles, mas não há oferta (pois custam mais do que isso para serem feitos).

Quando seu preço é US\$ 20, há uma demanda potencial para 60 unidades, mas Maria só consegue produzir 20. O preço de equilíbrio dos cobertores, segundo o gráfico, é de US\$ 30. É quando a oferta se iguala à demanda, como mostra o gráfico.

de computadores, apresentou seu novo laptop Macbook em duas cores: branco e preto – esta, uma versão especial, mais cara. Apesar de ser idêntica à versão branca – velocidade, espaço disponível em disco e assim por diante –, a versão preta foi vendida por US\$ 200 a mais. Mesmo assim, venderam muito bem. Isso não teria acontecido se a demanda não fosse suficiente, e assim ficou claro que as pessoas se dispuseram a pagar um pouco mais só para se diferenciarem de seus vizinhos e seus laptops banais, brancos.