

# O custo da felicidade

**A** felicidade costuma ser assunto de interesse dos chamados “profissionais da alma”: psicólogos, sociólogos e antropólogos. Recentemente, porém, os economistas também se interessaram pelo tema. Consumo, trabalho, lazer, ecologia e remuneração passaram a ser tópicos utilizados pelos economistas para explicar a felicidade e analisar os custos que sua busca acarreta para os indivíduos e a sociedade.

por César Nazareno Caselani FGV-EAESP

“O dinheiro não traz a felicidade... manda buscá-la.” O velho *slogan* reflete um pressuposto ainda usual: de que a felicidade de um indivíduo pode ser diretamente associada a seu poder financeiro.

Tal pressuposto tem inspirado profissionais das mais diversas áreas, alimentado ideais de consumo e, pode-se assu-

mir como hipótese, está no centro dos valores e ideais coletivos de nossa sociedade.

Tradicionalmente, as discussões sobre o que é ou não felicidade pertencem às chamadas “ciências da alma”. Nesses domínios do conhecimento, a felicidade é vista como um sentimento individual, alimentado por disposições psicoló-

gicas e influências ambientais. É um sentimento pouco mensurável e sujeito a oscilações. Sob esse ângulo, jamais poderíamos conceber que uma ciência como a Economia, normalmente preocupada com indicadores financeiros, análises macroeconômicas, juros etc., pudesse ter algo a dizer sobre o que é a felicidade.

Entretanto, nos últimos anos as discussões sobre felicidade têm contado também com a participação de economistas. A relação entre felicidade e tópicos diversos, como consumo, trabalho, lazer, ecologia e tributação, tem se constituído freqüentemente nessas discussões. Nas seções que se seguem, abordaremos algumas das questões envolvidas.

## **Embora o comportamento humano muitas vezes pareça buscar a realização pelo consumo, não é preciso uma análise sofisticada para concluir que não existe relação direta entre consumo exacerbado e felicidade.**

**Renda, consumo e felicidade.** O conceito de felicidade relaciona-se à idéia de bem-estar. As pessoas buscam, constantemente, atingir um estado no qual sintam prazer de estarem vivas. Do ponto de vista econômico, a felicidade está relacionada à posse de bens materiais. De acordo com essa perspectiva, o indivíduo irá se sentir mais feliz à medida que lhe for facultada a possibilidade de ampliar suas alternativas de consumo. Não por acaso, o pensamento econômico tradicional entende que o objetivo de maximização da renda está associado ao aumento do consumo. Por sua vez, o incremento no consumo leva a um maior bem-estar e, conseqüentemente, à sensação de felicidade.

É pouco provável que o consumo desenfreado gere nas pessoas um estado de plena felicidade. De fato, nem é preciso refletir muito para se chegar a tal conclusão. O mundo está repleto de pessoas que conseguiram atingir altos patamares de consumo sem, no entanto, sentirem-se mais felizes por isso. Por outro lado, é verdade que indivíduos desprovidos da possibilidade de adquirir bens podem enfrentar difi-

culdades ainda maiores na busca pela felicidade, o que também não significa que ela não possa ser atingida.

Mesmo sendo trivial concluir que a relação direta entre nível de renda e felicidade é questionável, tal raciocínio é difícil de ser feito no dia-a-dia. Basta lembrar do nível de exposição ao consumo a que todos estão rotineiramente sujeitos. O mote básico das campanhas publicitárias é o de que as pessoas podem ser mais felizes caso adquiram certos bens. Os profissionais de marketing provavelmente diriam que os indivíduos querem ser seduzidos.

Neste ponto, é preciso separar o objetivo empresarial de maximização do resultado econômico e o conceito de felicidade.

Uma coisa é aceitar os argumentos dos profissionais de marketing de que os esforços promocionais visam apenas a impulsionar as necessidades latentes dos consumidores. Outra coisa é acreditar que esses consumidores realmente necessitam dos produtos e serviços para atingir o estado de felicidade. Como argumenta Allan Schnaiberg, um sociólogo da

Northwestern University, o mito do consumidor soberano não é sustentável, pois os consumidores não determinam livremente suas preferências. Inclusive, vale a pena perguntar se os consumidores têm consciência, de fato, do que lhes é necessário para atingir a felicidade.

**Felicidade relativa e felicidade projetada.** Existem razões para que os indivíduos sejam levados a maximizar a renda pessoal com o intuito de atingir níveis mais altos de consumo e felicidade. A auto-estima é, provavelmente, a principal razão. A auto-estima dos indivíduos está fortemente relacionada a seu nível de consumo, quando comparado ao nível de consumo do restante da sociedade. Em outras palavras, a sensação de bem-estar e felicidade é relativa. Ela depende menos da capacidade absoluta de possuir coisas do que da comparação em relação a um grupo de referência. Portanto, usufruir uma renda maior não é garantia de mais felicidade, uma vez que as pessoas tendem a comparar seus ganhos com os de outros indivíduos.

Além de seu caráter relativo, a felicidade apresenta também um componente efêmero. Segundo Daniel Gilbert, professor de Psicologia em Harvard, as pessoas exageram a intensidade e a duração de suas reações emocionais aos eventos futuros. Tanto os eventos bons como aqueles ruins acabam por gerar intensidade e duração menores que as previstas. Isso significa que os níveis de felicidade (ou infelicidade) projetados freqüentemente não são confirmados. Não há nada como idealizar a mudança positiva no padrão de vida, pois é nesse exercício de imaginação que a sensação de felicidade parece ser mais intensa. Chegado o momento esperado, as pessoas sentem-se felizes por um instante; porém, o efeito é fugaz. Dessa forma, a sensação de felicidade proporcionada por uma melhor condição de vida é superada pela rapidez com que ocorre o ajuste dos indivíduos a esse novo contexto.

**A troca do lazer por trabalho.** Os indivíduos estão mais preocupados com seus rendimentos em relação a seus pares do que com o valor absoluto de sua renda. Isso também os leva a trabalhar mais para poderem gastar mais e, assim, buscar a felicidade. Tal comportamento constitui um mecanismo de autodefesa que pode ser inútil. Se toda a sociedade trabalhar mais, a renda aumentará para todos, inviabilizando a obtenção de felicidade pelo indivíduo. Mas há um efeito colateral: quando as pessoas trabalham mais para consumir mais e atingir a felicidade, acabam por se tornar infelizes por não dispor de tempo suficiente para o lazer.

Segundo Richard Layard, professor da London School of Economics, os indivíduos tendem a trocar momentos de lazer por horas no trabalho, buscando ampliar as condições de consumo. Porém, quando buscam o lazer, tendem a otimizar os momentos fora do local de trabalho. Um bom exemplo são alguns pacotes de viagem, que permitem a seus consumidores visitarem cinco países em dez dias. Antes de desfrutarem das sensações próprias de cada lugar visitado, as pessoas preocupam-se sobretudo com a quantidade de cenários distintos que podem ser fotografados!

**Produção e poluição.** A busca pela felicidade por meio do aumento da renda e do consumo é um fato incontestável de nossa sociedade. Entretanto, o impulso à aquisição de bens materiais apresenta sérias conseqüências para o meio ambiente. As atividades de produção e consumo constituem um ciclo em

que a primeira atividade impulsiona a segunda, e vice-versa.

A posição dos ambientalistas é de que não será possível a países como China e Índia atingirem os mesmos níveis de desenvolvimento do Primeiro Mundo, sob pena de uma devastação irreversível dos recursos naturais. Os dois países somados concentram uma população de, aproximadamente, 2,3 bilhões de pessoas, a terça parte da população total do planeta. Os Gráficos 1 e 2 mostram, respectivamente, dados referentes à população e aos níveis de emissão de gás carbônico em alguns países selecionados. Como pode ser observado, a população da China representa em torno de 4,5 vezes a população dos Estados Unidos. Contudo, a emissão de gás carbônico por parte da China equivale a apenas metade do que é emitido nos Estados Unidos. Não é difícil especular

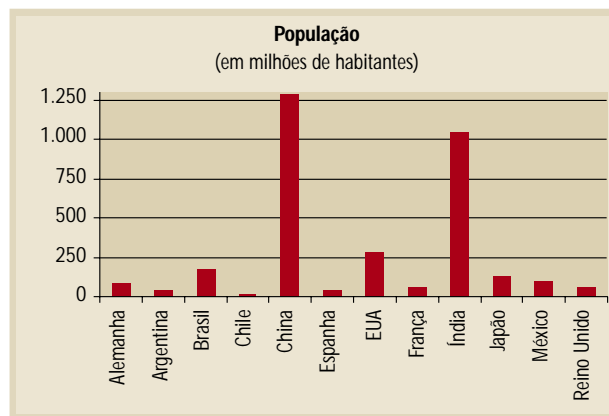


Gráfico 1: População de alguns países selecionados (dados de 2002)

Fonte: Banco Mundial

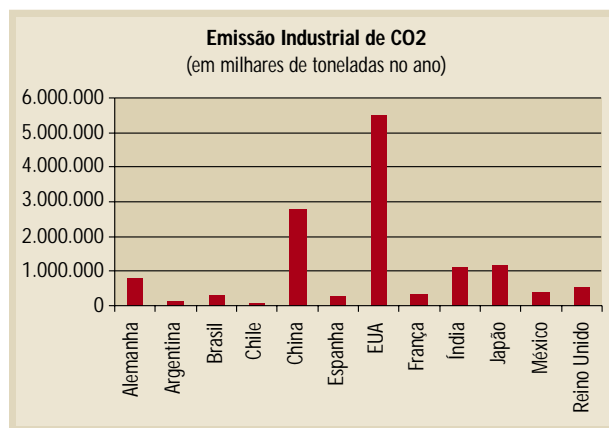


Gráfico 2: Emissão industrial de gás carbônico (dados de 2000)

Fonte: Banco Mundial

sobre o impacto que será sofrido pelo meio ambiente caso os chineses atinjam os mesmos patamares de consumo dos norte-americanos.

Segundo Layard, o fato de os indivíduos estarem trocando suas horas de descanso por uma carga cada vez maior de trabalho traz duas conseqüências. A primeira diz respeito ao fato de que as pessoas não parecem felizes ao realizarem essa troca. A segunda conseqüência é que um incremento no trabalho e na produção de mercadorias acaba por gerar um maior volume de poluentes.

## Quando as pessoas trabalham mais para consumir mais e atingir a felicidade, acabam por se tornar infelizes por não dispor de tempo suficiente para o lazer.

Para o pesquisador, um meio eficiente para resolver tais problemas é o aumento da carga tributária. Essa imposição reduziria o incentivo à troca de horas de lazer por horas de trabalho. Utilizando as horas de trabalho para atividades de lazer com seus familiares e amigos, as pessoas atingiriam um maior grau de felicidade. Além disso, há um ganho em relação ao meio ambiente, uma vez que a carga menor de trabalho resulta em menos poluição. Se considerarmos que o objetivo maior de qualquer governo deve ser maximizar o bem-estar da população, a incidência de tributação, antes de ser algo condenável, é absolutamente necessária. Benefícios fiscais e subsídios, por sua vez, tendem a ampliar o volume de produção das empresas e o impulso ao consumo por parte dos indivíduos.

Atualmente, os europeus trabalham menos do que os norte-americanos. A razão para isso é a maior carga tributária imposta aos primeiros, inibindo-os de trabalharem mais e permitindo a troca do trabalho por lazer. Devemos observar que não são os europeus que estão trabalhando pouco, mas os norte-americanos é que estão trabalhando muito, preferindo o trabalho ao lazer para se manterem à frente de seus pares no que tange ao potencial de consumo. Com isso, o desempenho norte-americano é superior ao europeu, quan-

do medido apenas pelo PIB. O Gráfico 3 mostra o PIB *per capita* para países selecionados. Através da análise da figura, fica evidente a maior geração de riqueza por parte dos norte-americanos, quando comparados aos europeus. Entretanto, o PIB é uma medida ruim para o bem-estar. A felicidade demanda tanto lazer como consumo material. Portanto, os norte-americanos podem ser mais ricos do que os europeus, mas não são necessariamente mais felizes.

### Tributação no Brasil. É preciso considerar com cuidado o argumento de Layard.

Afinal, um aumento da tributação gera maior desemprego e inibe os empregadores de oferecerem novas vagas. Como o próprio Layard argumenta, o desemprego é fonte de grande infelicidade. Levando-se em conta o caso brasileiro, sabe-se que o excesso de tributação tem sido um argumento comum por parte dos empregadores para justificarem o baixo nível de contratações. Segundo o Instituto

Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT), na última década a carga tributária no Brasil aumentou mais de dez pontos percentuais. Em 1993, a arrecadação tributária sobre o PIB girava em torno de 25%. Já no final de 2003, esse percentual representava algo em torno de 38% do PIB, podendo superar os 40% nos próximos anos.

Levando-se em conta apenas a carga tributária sobre a produção, um estudo recente realizado pela consultoria

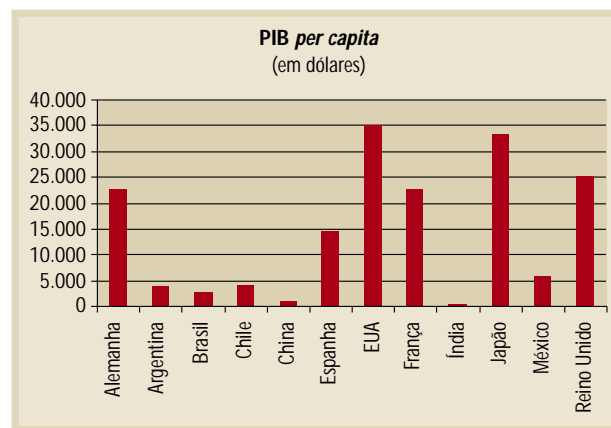


Gráfico 3: PIB *per capita* de países selecionados (dados de 2002)  
Fonte: Banco Mundial

Deloitte Touche Tohmatsu mostrou que o Brasil supera a média mundial. O Gráfico 4 compara a carga tributária do Brasil com algumas médias mundiais. Enquanto a tributação sobre a produção atinge 29,58% no Brasil, na Ásia a média é de apenas 7,25%, na América do Norte e Europa a média atinge 19,36% e na América Latina tem-se 20,58% de média.

Visivelmente, o aumento da carga tributária no Brasil não parece ter melhorado o padrão de vida da população. Da mesma forma, não tem constituído um fator de destaque na redução da poluição nos grandes centros urbanos do país. Ao contrário, a concentração da população de baixa renda em favelas situadas na periferia aumentou a degradação de rios e mananciais que abastecem as grandes cidades. Ainda que a carga tributária brasileira se aproxime daquela apresentada por países como a Suécia, a diferença está na ausência de retorno que o contribuinte brasileiro obtém sobre os impostos pagos. Enquanto em muitos países europeus ainda é possível que o governo mantenha um razoável estado de bem-estar da população via recolhimento de impostos, isso não ocorre no Terceiro Mundo. No Brasil, as divergências em torno de alíquotas de impostos e contribuições têm ampliado a queda-de-braço entre governo e contribuinte, com indiscutíveis vantagens para o primeiro.

**A felicidade possível.** O incremento da carga tributária, por si só, não determina o maior bem-estar da população nem resolve os problemas ambientais. No Brasil, a carga tributária já corrói uma parcela mais do que suficiente da ri-

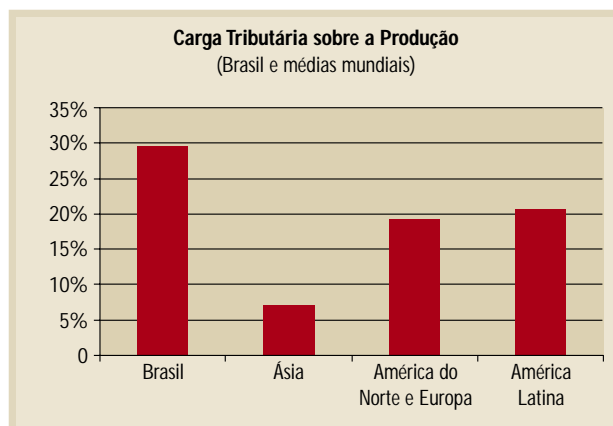


Gráfico 4: Carga tributária sobre a produção no Brasil e no mundo  
Fonte: Deloitte Touche Tohmatsu



queza gerada no país. Ainda assim, não foi possível administrar problemas básicos como educação, saúde, moradia e segurança. Portanto, não é provável que um aumento ainda maior da carga tributária venha a reverter em maior felicidade e bem-estar para a população.

Para 2004, existe a previsão de que o PIB brasileiro cresça algo em torno de 3% e 4%. Se isso realmente acontecer, a produção, o consumo e possivelmente o nível de emprego crescerão. Talvez isso signifique que, em média, o brasileiro fique mais feliz. Entretanto, sabe-se que o crescimento do PIB pode não ser a melhor medida relativa do bem-estar da população. No Brasil, a geração de riqueza não resulta em melhor distribuição de renda. E, se é verdade que parte da sensação de felicidade é impulsionada pela comparação que os indivíduos fazem de seu padrão de vida com o de seus pares, tal incremento não determinará necessariamente um aumento de felicidade.

**César Nazareno Caselani**

Prof. do Departamento de Contabilidade, Finanças e Controle da FGV-EAESP

Doutorando em Administração de Empresas na FGV-EAESP

E-mail: ccaselani@fgvsp.br