

## BREVE RESENHA SOBRE A OBRA “O QUE O DINHEIRO NÃO COMPRA: OS LIMITES MORAIS DO MERCADO”

O trabalho interdisciplinar (VT) é um trabalho acadêmico realizado com o intuito de agregar o conhecimento das matérias cursadas pelos alunos objetivando a construção de pensamento crítico e reflexivo. A proposta do VT do primeiro semestre de 2022 foi abordar a obra “O que o dinheiro não compra: os limites morais do mercado”, de Michael J. Sandel. O objetivo do VT foi trazer à tona a discussão sobre moral, ética, civismo e mercado. Para tanto foi proposto aos alunos a leitura e construção de resenha da obra destacada acima, além de debate mediado no que intercede as disciplinas cursadas pelos alunos do primeiro período do curso de direito da Faculdade Universo de Belo Horizonte.

A proposta da obra é analisar os limites morais do mercado e mostrar em qual ponto deve ser interrompido a sua influência. Há uma escassez de interesse 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.

Então, “amigos, amigos... negócios a parte? Qual é o limite ético e moral do mercado? Pode tudo? Vale tudo? O que o dinheiro não compra? Todo mundo tem um preço? O mercado deve ser sempre regulado pelo Estado? “ Infindáveis questões morais têm se tornado mais comuns nos dias atuais, principalmente após a ascensão do capitalismo durante a guerra fria e nos anos subseqüentes. O autor, M. Sandel, é renomado professor de Política e Filosofia Política da Universidade de Harvard. Nesta obra, discorre sobre as transformações morais do Ocidente, principalmente dos Estados Unidos da América (EUA), que tendem a colocar o mundo como uma “sociedade de mercado”, ao invés de uma economia de mercado. Nesta sociedade tudo, ou quase tudo, estaria à venda e não haveria limites financeiros e morais em quaisquer áreas ou campos de atuação, desde um “upgrade” na cela carcerária até “barrigas de aluguel” na Índia, tudo teria um preço. Até migrar legalmente para os EUA. 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.

É a questão levantada por Sandel: será esta a vida que queremos viver? Nesta perigosa vereda, vivencia-se a substituição gradativa dos valores morais, éticos e cívicos pelos interesses mercadológicos. Será que esta via, fadada para nos tornarmos cada vez mais uma sociedade sob a lógica de mercado, é moralmente aceitável? Sandel nos convida a reflexão de qual seria o limite dos valores de mercado no âmbito de áreas “nobres”, como a saúde (ex.: barrigas de aluguel); a educação (ex.: compra de vagas em Universidades privadas); deveres cívicos; relacionamentos amorosos; meio ambiente; esportes (mercado de apostas), etc. Destaca o conceito de “comercialismo”, onde tudo estaria a venda. Porém, alerta que tudo fica mais difícil para os que dispõem de recursos modestos. A questão da distribuição da renda e da riqueza adquire importância muito maior quando todas as coisas podem ser compradas e vendidas, pois, dessa maneira, ter dinheiro passa a fazer toda a diferença no mundo e o abismo social se agiganta.

Mas, se “tudo está à venda, por que se preocupar”? Com o crescente avanço da lógica de mercado, nota-se nos últimos 40 anos uma grande expansão das economias de mercado com marcante influência dos EUA. A vitória do capitalismo sobre as economias

planificadas sinalizou que um “livre mercado globalizado” seria a melhor escolha para o bem-estar das sociedades. Só não nos contaram sobre a ganância e a corrupção moral. Os mercados podem ser corrompidos pelas práticas comerciais e estabelecer preço para “coisas boas da vida”, que não teria acesso quem tivesse recursos parcos. Todos seriam reduzidos a consumidores, com maior ou menor poder de consumo, mesmo ostentando a valência de “cidadãos civilizados”.

O mercado, atualmente, não se contenta mais com o comércio de bens materiais e se adentra em outras áreas da vida social, outrora imunes a sua influência. Nesta lógica, quem pode, fura a fila e tem privilégios e exclusividades. 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, como por exemplo os “estímulos” ao consumo ou realização de uma atitude, como ler um livro por US\$2.00 ou um obeso perde peso por outra quantia. Sandel alerta que quando esse tipo de incentivo é adotado, há uma desconsideração de limites morais que podem 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 (sua vontade).

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. O autor conclui que ao acabar 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, que seria a gestão da própria vida, pelos próprios méritos e meios.

Será que assim caminha a humanidade? Qual o limite? É imoral o poder financeiro suplantar a equidade democrática ao conceder privilégios e exclusividades e incentivar comportamentos e tendências? Poderíamos dizer: a amizade não pode ser comprada. Sim, atualmente pode-se comprar seguidores, ditos amigos, nas redes sociais. Obviamente, comprá-los não é o mesmo que conquistá-los. Isso moralmente importa? 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. A democracia não quer dizer igualdade perfeita, mas de fato exige que os cidadãos compartilhem uma vida comum, com liberdade, igualdade e fraternidade. 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. Há bens morais, cívicos e éticos que o dinheiro não compra. Não ceder à ganância, ao consumismo e ao comercialismo é a chave para que o mercado volte a ser o que era no princípio.

Referência:

SANDEL, Michael J. O que o dinheiro não compra: os limites morais do mercado; tradução de Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.