

Consumo Conspícuo e Racionalidade Limitada. Uma Crítica à Teoria da Escolha Racional a Partir da Psicologia Evolucionista

Conspicuous Consumption and Limited Rationality. A Critique to Rational Choice Theory from the Evolutionary Psychology

Thiago Perez Bernardes de Moraes^{a*}; Felipe Millani^b

^aUniversidad Argentina John F. Kennedy, Doutorado em Psicologia Social, Argentina

^bPontifícia Universidade Católica do Paraná, PR, Brasil

*E-mail: thiagomoraessp@hotmail.com

Resumo

A teoria da escolha racional entrou para o *mainstream* acadêmico, contribuindo para o *praxys* do individualismo metodológico próprio da economia neoclássica. A teoria propõe que o comportamento dos agentes é sempre autointeressado, no sentido da maximização de utilidade. Contrapomos esse modelo teórico com as descobertas recentes da psicologia evolutiva que nos abrem um novo precedente no qual, ao que parece, apesar das influências ambientais atuais, o homem moderno, em larga medida, reproduz comportamentos preferenciais de seus ancestrais.

Palavras-chave: Escolha Racional. Indicadores de Aptidão. Psicologia Evolutiva.

Abstract

The theory of rational choice got into the academic mainstream contributing to the economic individualism, commonplace in the neoclassic economic theory. This theory proposes that the individual behavior is always self-interested, in a sense of maximizing efficiency. In this article, we argue against with the recent discoveries in evolutionary psychology, which opens a new precedent that despite the modern cultural influences, reproduces well adapted ancestral behavior.

Keywords: Rational Choice. Fitness Indicators. Evolutionary Psychology.

1 Introdução

A teoria da escolha racional entrou para o *mainstream* da economia política e, com a consolidação desta como principal ciência social, a influência da teoria da escolha racional migrou para todos os outros campos de estudos sociais, tais como, relações internacionais, sociologia, ciência política e antropologia. A teoria se baseia em um individualismo metodológico e prevê que os agentes são todos racionais e balizam suas escolhas e preferências conforme os preceitos da racionalidade econômica.

Isso quer dizer que supostamente o agente tem sempre opiniões consistentes, ou seja, sempre que ele se depara com a necessidade de tomar alguma decisão, ele conseguirá vislumbrar todas as opções existentes e escolherá aquela com menor ônus e maior possibilidade de lucro. Uma vez que há consistência na tomada de decisão, o sujeito sempre escolhe a mesma opção se deparado com o mesmo problema.

Entretanto, se analisarmos o comportamento social dos indivíduos, não raro, os vemos tomando decisões contra preferenciais no que diz respeito à maximização de utilidade, como por exemplo, ricos que compram roupas caras para ostentar. Veblen (1973) foi um dos primeiros a se dedicar aos estudos dos ricos, e em seus estudos percebeu que estes tinham características interessantes, rituais e convenções diárias que guardavam relação com uma necessidade aparentemente

intrínseca de se exibir para o meio social. Um exemplo interessante dado por Veblen se refere ao uso da bengala pelos ricos (que não possuíam dificuldades para andar). Em um mundo no qual quase todo mundo precisa trabalhar para sobreviver, o autor mostra que os ricos passaram a se dedicar ao consumo e ao lazer ostensivo, sobretudo para impressionar os demais, afinal eles poderiam gastar, enquanto os demais nem sempre (VEBLEN, 1973).

Galbraith (1980) descreve que nos primeiros cassinos nos Estados Unidos da América, boa parte dos jogadores ricos não estava preocupada necessariamente com o ganho econômico das mesas de jogo (ou a maximização de utilidade, usando um termo próprio da teoria da escolha racional), mas sim em se exibir, portanto usavam os mais finos trajes, joias e faziam uso ostentativo de charutos e bebidas caras. Nesse caso, quando jogavam, se ganhassem tudo bem, mas quando perdiam tudo bem também, afinal eles queriam se exibir e nada mais atrativo do que uma pessoa perder uma fortuna em uma mesa de jogo e simplesmente se dar ao luxo de perder.

Esse tipo de comportamento não tem inteligibilidade para a teoria da escolha racional que, no limite, teria a taxá-lo como um desvio padrão, exceção à regra, inconsistente. Entretanto, a psicologia evolucionista apresenta algumas chaves explicativas de grande valor heurístico para esse e

outros fenômenos ligados àquilo que Veblen (1973) denomina como consumo conspícuo e desperdício.

Esse trabalho não visou esgotar os argumentos contra a teoria da escolha racional, mas caminhar no diapasão dos críticos que mostram que o comportamento humano é motivado por uma pluralidade de fatores (BIANCHI; MURAMATSU, 2005; HAVILAND *et al.*, 2011; SEN, 1987). Para tanto, temos como objetivo fornecer contribuições advindas da psicologia evolucionista, para dar luz à inconsistência da teoria da escolha racional e sua falta de aderência à realidade.

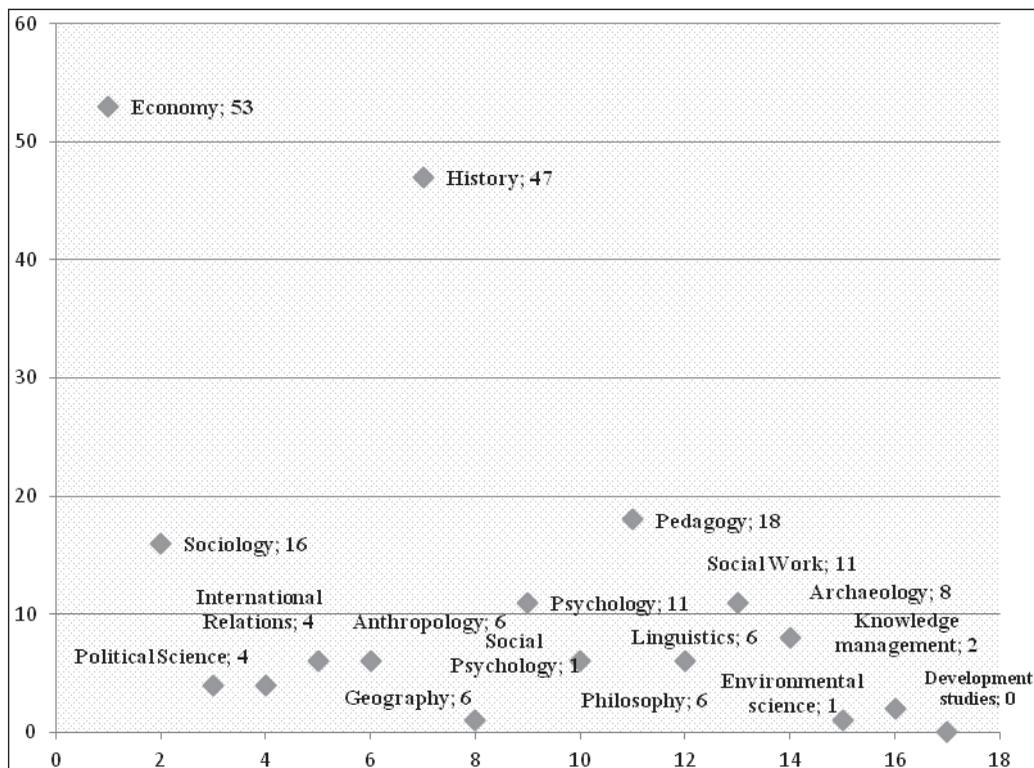
2 Desenvolvimento

2.1 Teoria da escolha racional e comportamento social

A teoria da escolha racional nasce no campo da economia neoclássica, e em seu desenvolvimento adquiriu alguns

valores filosóficos e aplicações em diversas áreas das ciências sociais, vindo hoje ser uma das principais vias explicativas, recorrentes em diversos estudos tendentes ao reducionismo economicista. A consolidação da influência da teoria da escolha racional sobre praticamente quase todas as áreas de estudo do comportamento social se deu *pari pasu* ao processo de consolidação da economia, enquanto “principal” ciência social, capaz de gerar discursos que influenciam não só as ciências sociais, mas também o rumo das decisões políticas (MORAES; TORRECILLAS, 2013a). Inicialmente, a teoria da escolha racional buscou compreender as nuances do comportamento consumidor e seus pressupostos, seu substrato lógico, e com o passar do tempo foi refinado e aplicado aos mais diversos estudos que incluem desde o hábito de frequentar cultos religiosos, o comportamento eleitoral e até situações de homens em guerra.

Gráfico 1: Interesse por diversas áreas das ciências sociais manifestados nos buscadores do *Google* em todo mundo de Jan. 2004 a Jan. 2014



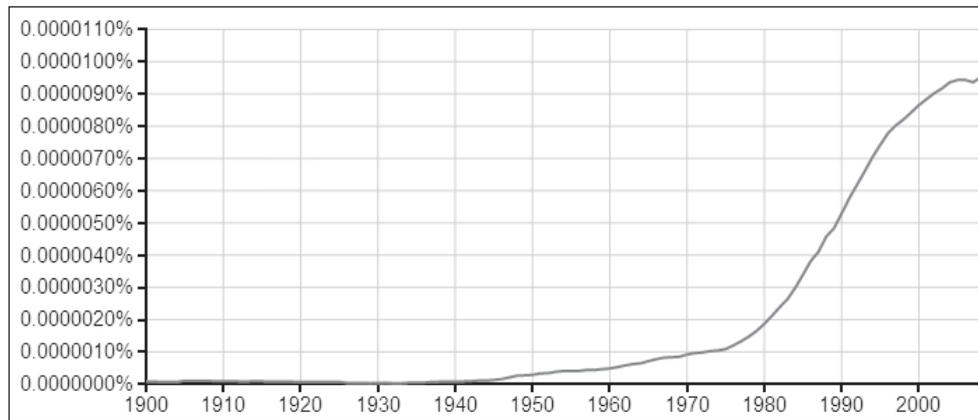
Como mostra o Gráfico 1, o interesse manifesto por economia enquanto campo de estudos nos motores de busca do Google¹ por economia é hegemônico em relação a uma série de áreas das ciências sociais que elencamos neste comparativo. Isso quer dizer que, em alguma medida, a economia enquanto disciplina goza de largo capital social, em relação às demais disciplinas. Não é de se espantar que sua

influência teórica e metodológica migrou para praticamente todos os outros campos das ciências sociais.

Como mostra o Gráfico 2, é nas décadas de 1960 e 1970 que a teoria começa a ser mencionada nas publicações. Entretanto, é evidente que entre a década de 1980 e 1990 é que ocorre maior ascensão no número de publicações, que cresce em ritmo constante.

¹ O *Google Trends* é uma ferramenta gratuita que gera gráfico e banco de dados quantitativos sobre a frequência de procura de determinados termos, em regiões geográficas específicas e em períodos pré-determinados. Este buscador está bem disseminado em todo mundo, sendo um potente termômetro de tendências e comportamentos sociais (MORAES; SANTOS, 2013).

Gráfico 2: Frequência medida com o *Google Books Ngram Viewer* para o Termo “*Racional choice*”, de 1900 a 2008



Fonte: Google Books Ngram Viewer.

Downs (1957) fora um dos primeiros a aplicar a teoria da escolha racional ao campo político. Ele buscou interpretar a política americana, interpretando os atores participantes do jogo, eleitores políticos, como atores racionais². Buscou compreender ambos por meio do comportamento consumidor maximizador de utilidades. Foge do escopo desse trabalho interpretar todas as arestas da teoria da escolha racional aplicada a política, entretanto ao que parece alguns estudos, como por exemplo, o de Olson (1965) sobre ações coletivas, se usados com cautela e com esmero, podem trazer importantes respostas aos problemas envolvidos nesse tipo de ação. Entretanto, quando aplicados ao comportamento eleitoral, como o conceito de *free rider* e a suposta racionalidade dos eleitores que conseguem vislumbrar todas as opções de votos, classificar preferências e dentre delas escolher a de tipo ótimo, do qual tem a expectativa de conseguir maiores benefícios, alguns conceitos da ação coletiva tem pouca aderência à realidade.

Em relação à teoria aplicada ao comportamento humano, a primeira premissa é de que todo e qualquer humano quando deparado com a necessidade de tomar uma decisão, frente a uma ampla gama de opções, sempre consegue realizar uma escolha. *A posteriori*, nessas situações, ele consegue vislumbrar todas as opções possíveis, não obstante ele consegue estratificar e classificar em uma sequência de preferências, cada uma das opções pode ser indiferente, preferencial ou inferior uma em relação à outra (sempre é claro, visando maximizar o ganho e diminuir o ônus). E, como era de se esperar, nessa teoria, ele

sempre escolhe a sua preferida, aquela melhor posicionada em seu *ranking* de preferências. Aliás, como a escolha demonstra a preferência, ele sempre escolhe a mesma opção (DOWNS, 1957; 1967).

Muramatsu e Bianchi (2006), em notas críticas à escolha racional, expõem que essa teoria postula que, qualquer que seja a escolha do indivíduo, não importando no caso o processo psicológico que a tenha desencadeado e que a mantém em curso, esta supostamente é fruto da preferência racional do agente e, nesse diapasão, se pode afirmar que ela é consistente baseada sempre no denominador comum da utilidade. Nessa visão, de um lado podemos ver alguns pressupostos filosóficos, ainda que muito pobres, advindos do utilitarismo de Bentham, e de outro, o individualismo metodológico da ciência econômica.

Sen (1977) definiu o homem modelo da escolha racional como um *rational fool*³, cujo conceito parece um pouco pesado, entretanto é justo para esta teoria. Para o autor, os seres humanos devem ser interpretados como agentes livres que, em sua vida social podem, por exemplo, estabelecer valores e compromissos. Nesse caso, para cumprir com seus compromissos, nem sempre as ações humanas são balizadas por autointeresse, há de se levar em conta que, rotineiramente, os homens exercem ações contrapreferenciais e, nesse caso, é duvidoso imaginar que este homem seja movido única e exclusivamente pelo autointeresse. Uma vez que a escolha reflete sempre a preferência das pessoas, se uma pessoa faz uma escolha e depois outra, diferente ou divergente da primeira,

2 Haidt (2001), Lakoff (2002) e Westen (2007) definem que a tomada de decisões, em política tende a ser profundamente intuitiva, ou seja, não racional. A razão para Haidt, por razões ligadas a adaptações evolutivas, não é o cerne do comportamento humano, e sim um meio de justificar, concepções morais pré-adquiridas. Assim, durante a evolução do homem, com o crescimento dos grupos sociais, o *status* social tornou-se uma das maiores vantagens que o indivíduo poderia ter e, para isso, ele dependia, sobretudo, de sua capacidade de manipular e ou influenciar os demais. Nesse sentido, a razão evoluiu não como um guia, um balizador de comportamento, mas como um justificador da tomada de decisão, como uma capacidade de advogar em relação a si mesmo. Para Haidt (2001) somos mais intuitivos do que racionais, pois não somos pré-programados para agirmos balizados pela razão, temos propensões a nos guiarmos pela emoção e valores morais já previamente arraigados; a razão, nesse caso, seria um lastro simbólico, um construtor de argumentos próprio da necessidade demandada do contexto social.

3 O homem descrito pela teoria da escolha racional é uma caricatura de um egoísta interessado, pois não importa o que ele fizer, ele sempre estará em busca de seu próprio interesse em todo ato de escolha.

aos olhos do observador que tenta usar a teoria da escolha racional, essa pessoa seria dotada de opiniões inconsistentes ou, por alguma razão não inteligível, suas preferências teriam mudado⁴.

Sen (1987) aponta que essa noção de racionalidade advinda da teoria da escolha racional, que nasce na ciência econômica, triunfou, pois a economia enquanto disciplina se distanciou brutalmente da realidade. Há duas origens para a economia, uma “ética” outra relacionada à “engenharia”. Na primeira, a economia está atrelada à lógica de busca de fins, na qual existem duas questões-chaves: 1) a motivação própria do homem; e 2) a realização do homem. Essas noções foram trabalhadas por Aristóteles em *Ética a Nicômacos* e previa que para que o homem alcançasse o bem estar, ele deveria fazê-lo de forma social, não desatrelado da *polis*. Já a segunda abordagem se dá em detrimento de praticamente toda ética, em um terreno onde a economia está empenhada unicamente em meios para se atingir fins que já estão dados. Nesse diapasão, Sen argumenta que a economia moderna não só é pouco real como também foi bastante empobrecida, sobretudo pelo afastamento para com a ética.

O principal argumento da teoria da escolha racional é que as ações humanas são balizadas pela maximização de utilidade autointeressada, ou seja, o indivíduo seria perfeitamente capaz de ordenar suas preferências e escolheria aquela na qual seria possível diminuir os custos e maximizar os ganhos, como já mencionado no texto. Entretanto, mesmo que assim fosse, as pessoas são passíveis a erros, experimentações, bem como estágios de confusões, logo, não seria possível dizer que as escolhas e o suposto ordenamento mental seja sempre do tipo ótimo (SEN, 1987; 1990), não obstante essa noção de racionalidade baseada apenas no autointeresse faz parecer normal o egoísmo universal e faz parecer um absurdo qualquer ação que não leve em conta a maximização de utilidade. Apesar da teoria da escolha racional ser dominante nas ciências sociais, e a noção de maximização de utilidade ser bem aceita, há evidências empíricas, como por exemplo, as advindas da antropologia econômica de Mauss (1974) que desmentem isso. Isso se considerarmos que há uma pluralidade de motivos para ação humana que extrapolam os limites da maximização de utilidade, como é o caso da lealdade, da boa vontade (SEN, 1987). Como será abordado em nosso texto, há um *background* no comportamento⁵ humano que

leva os indivíduos a adquirirem *handcaps* em busca de expor aos demais suas habilidades, incluindo o desperdício, um comportamento não inteligível para a teoria da escolha racional.

A teoria da escolha racional, segundo Pimentel (2007), falha em dois pontos. Primeiro, por não admitir padrões de conduta alternativos que deem explicação a padrões desviantes da maximização, que na teoria são tidos como comportamentos irracionais. Nesse aspecto, haveria também de se levar em conta a liberdade do indivíduo e sua capacidade de estabelecer objetivos próprios, além de sua relação como pessoa, que nem sempre está atrelada à aquisição de mais utilidades. Em segundo lugar, a teoria não considera os aspectos éticos de cada situação que influenciam o comportamento das pessoas, muitas vezes, a praticar decisões contra preferências.

Há de se considerar que a teoria da escolha racional toma um corpo mais refinado, com Daws, Olson, Arrow e outros a partir dos anos 1980, quando o *homo economicus* passa a solapar o *homo sociologicus*, concomitante a consolidação da ciência econômica enquanto a mais influente das ciências sociais. A teoria da escolha racional adquire não só caráter explicativo, mas em larga medida, normativo, enquanto postula por meio do individualismo metodológico da ciência econômica que os indivíduos são atores racionais que tendem sempre a exibir padrões de comportamento do tipo ótimo, logo, quanto mais liberdade ele tiver, mais liberdade ele terá. Essa abordagem recorrente da teoria vigente na economia neoclássica, ao que parece, visa legitimar a desregulamentação de mercado, pois, afinal, se os indivíduos sempre exercem opções “ótimas” em um ritmo de concorrência “perfeita”, se entende que na soma desses indivíduos, tudo caminhará para o melhor dos mundos, caso não haja nenhuma interferência do governo.

Voltando a aplicação da teoria ao campo político, podemos afirmar que modelos explicativos de comportamento eleitoral baseados em teoria da escolha racional não conseguem⁶ explicar como funciona o comportamento eleitoral no mundo real, pois é possível afirmar que em boa parte das vezes, mesmo sendo baixo o custo da participação política, ele tende a ser maior do que a suposta retribuição ou ganho. Em outro paralelo, é possível afirmar que, nas democracias contemporâneas, é larga a participação política não só motivada pelo autointeresse, mas também pelo

4 A teoria não dá margem para padrões alternativos de conduta, para o erro e experimentação, enfim, outras posturas comuns entre todos seres humanos.

5 Nosso mundo é muito mais complexo do que o mundo no qual nossos antepassados remotos se desenvolveram, logo, a arquitetura da nossa mente ganhou a atual tônica enquanto a maioria das coisas que hoje existe não existia; as pessoas não participavam de eleições políticas, não se organizavam em complexas cidades, nem tampouco se informavam pela mídia. O homem moderno, há pouco tempo pratica agricultura e indústria, tempo esse que não fora o suficiente para produzir significativas adaptações biológicas, logo, é preciso entender que os seres humanos são limitados por características cognitivas, fisiológicas e genéticas herdadas de nossos antepassados (FOWLER *et al.*, 2011).

6 A ciência política nos últimos 50 anos teve enorme avanço em explicar a forma pela qual as instituições influenciam o comportamento humano, entretanto algumas explicações, por exemplo, sobre o comportamento eleitoral e a participação política ainda são um tanto vagas. Logo, é necessário que entendamos que os genes são as instituições humanas, portanto para entender o comportamento humano, devemos entender o que influencia o funcionamento do próprio corpo humano, pois não só o ambiente influencia o indivíduo, mas também seus aspectos biológicos e psicológicos (FOWLER *et al.*, 2011).

sentimento de bem a toda comunidade (DAWES; LOEWEN; FOWLER, 2011). Na ciência política, o assunto da tomada de decisão vem sendo tratado quase de forma monolítica, onde só há espaço para a compreensão de fenômenos com o uso da analogia de atores racionais (DAWES; LOEWEN; FOWLER, 2011). No mesmo sentido, o consumo vem sendo postulado como o centro da existência humana, entretanto este também é analisado como algo racional. Apresentaremos a seguir evidências que nos levam a questionar a validade dessas afirmações e, observando o consumo conspicuo de Veblen à luz da psicologia evolutiva, nos deparamos com

um retrato de comportamento humano influenciado por seu passado evolutivo.

2.2 Psicologia evolucionista, comportamento⁷ e consumo.

Se a teoria da escolha racional postula que os agentes estão sempre buscando maximizar a utilidade de forma autointeressada, a psicologia evolucionista, em outro diapasão, propõe que o comportamento dos agentes guarda relação direta com o contexto ambiental no qual nossos ancestrais se desenvolveram e as adaptações que foram impostas pelo processo de seleção natural e sexual.

Quadro 1: Cinco princípios básicos da psicologia evolucionista

O cérebro é um mecanismo físico que funciona como um computador. Nesse sentido, os circuitos que o compõem foram projetados para gerar comportamentos adequados em resposta as diversas circunstâncias ambientais.	Os circuitos neurais que compõem o cérebro foram projetados pela seleção natural, a fim de resolver problemas recorrentes evolutivos enfrentados pelos ancestrais da espécie humana.	A consciência é apenas um pequeno fragmento da mente, a maioria das ações neurais não são perceptíveis. Nesse sentido, a experiência consciente pode nos levar a pensar que nossos circuitos neurais são simples, entretanto, a maioria dos problemas que humanos resolvem (mesmo os que parecem mais simples), exigem circuitos neurais altamente especializados.
Diferentes circuitos neurais são especializados a fim de resolver diferentes problemas adaptativos. Componentes biológicos são calibrados para os ambientes que evoluíram, logo, a mente, assim como todo o restante do corpo humano, é projetado para fins específicos.	Apesar de vivermos em um mundo moderno, nossas mentes ainda tem os mesmos traços de nossos ancestrais do período pleistoceno. A seleção natural opera de forma lenta, sobretudo para constituir algo tão complexo quanto o cérebro.	***

Fonte: Cosmides e Tooby (2006) e Moraes e Torrecillas (2013).

Para os psicólogos evolutivos, a melhor forma de compreender a natureza da mente humana é através da perspectiva de ela ser um fruto da seleção natural e sexual, como postuladas por Charles Darwin em suas obras de 1859 *A Origem das Espécies* e 1872 *A Seleção Sexual*. Os psicólogos evolutivos argumentam que podemos compreender a natureza da mente humana moderna apenas se a considerarmos um produto da evolução. Eles consideram que a mente é um aparato complexo que jamais poderia ter surgido ao acaso, assim, se estivermos dispostos a excluir a hipótese de intervenção divina, o único processo conhecido atualmente que possa ter gerado tal complexidade é a seleção darwiniana⁸. Para eles, nossa mente se desenvolveu através dos desafios adaptativos enfrentados por nossos ancestrais no período conhecido como pleistoceno, e possui diferentes capacidades inatas justamente para lidar com estes mesmos desafios (MITHEN, 1998; MORAES; MILANI, 2013).

Segundo esta perspectiva, nossa mente está repleta de módulos cognitivos que estão anatômica e fisiologicamente conectados entre si, destinados à resolução de problemas

de diferentes matrizes tais como: física, social, psicológica, biológica, linguística entre outras. Estas nossas faculdades cognitivas e também nossas faculdades emocionais (as quais nos capacitam a resolver problemas de ordens psicológica e social) são nossos motores em nossa tomada de decisão e suas únicas funções são aperfeiçoar nossa chance de sobrevivência e de sucesso reprodutivo. Assim sendo, precisamos compreender quais eram os desafios enfrentados por nossos ancestrais durante o pleistoceno para compreender melhor a natureza de nossas mentes.

De antemão, entendemos que os problemas do homem arcaico certamente são diferentes dos problemas modernos, pois o homem tem muito mais opções de escolha do que no passado e, em alguns casos, os números podem ser incomensuráveis. Nesse caso, é duvidoso acreditarmos que a teoria da escolha racional esteja certa ao argumentar que, quando confrontados com a necessidade de uma tomada de decisão, conseguimos visualizar e estratificar de ordem preferencial todas as opções. Se considerarmos os desafios impostos pela seleção natural, certamente, o homem se

⁷ O livro de John Locke (1690) *Ensaio sobre o entendimento humano* e sua teoria da *tabula rasa* afirmavam que o homem era como um vaso vazio, assim, tudo que ao longo da vida fora adicionado neste vazio determinaria o seu comportamento. Porém, o desenvolvimento recente das ciências sociais, mais especificamente da antropologia, e também de outras ciências como a genética comportamental, aponta para uma direção contrária. Não que os aspectos culturais não sejam capazes de moldar o homem, isso é indubitável, todavia, ao que parece, os fatores genéticos herdados, mesmo com limitações, apresentam influência significativa sobre o comportamento humano (HAVILAND, *et al.*, 2011; PINKER, 2004).

⁸ Seleção darwiniana nos referimos aos processos de seleção sexual e seleção natural como propostos por Charles Darwin.

desenvolveu para executar um número muito reduzido de tomadas de decisão, em comparação com os dias atuais. No período pleistoceno, não existiam *shoppings*, mercados, eleições, e muito menos a *mídia*.

O psicólogo evolutivo David M. Buss (2003) argumenta que a melhor forma de compreendermos as dificuldades enfrentadas pelos nossos ancestrais é através da análise do estilo de vida das sociedades que ainda vivem da caça e da coleta, como os Ianomâmis no Brasil e na Venezuela, os Ache no Paraguai, os Kung em Botswana, ou os Tiwi que são aborígenes do norte australiano. Um ponto central do estilo de vida destas sociedades é o fato de viverem em grandes grupos. Na realidade, somos seres sociais desde muito antes de sermos seres humanos, nossos ancestrais primatas, anteriormente ao surgimento dos primeiros homínídeos como o *Australopithecus*, já viviam em grupos sociais e este fator era central na determinação de quais problemas de ordem reprodutiva e de sobrevivência eles enfrentavam.

Buss argumenta que todas as atuais sociedades de caçadores coletores estão repletas de pessoas conhecidas como o “cacique” ou o “grande homem”, os quais possuem enorme prestígio⁹, grande acesso a recursos e parceiras sexuais. Desta forma, em todas estas sociedades, prestígio social é uma dos mais fortes indicadores de sucesso reprodutivo e grande acesso a recursos. Entendemos que, nessa jornada por *status*, dificilmente os homens irão se comportar de acordo com a teoria da escolha racional escolhendo sempre as mesmas opções preferenciais; ao contrário, parece que dentro das estratégias para o *status* é necessário adquirir não apenas um, mas uma série de diferentes bens de consumo, o que obriga o agente a optar por diversas opções em vários momentos da vida, ao invés de optar pela mesma coisa de forma inflexível.

Assim, os psicólogos evolutivos argumentam que adquirir *status* dentro do grupo ao qual pertencia era questão central no sucesso reprodutivo e de sobrevivência para os nossos ancestrais, já que a posição galgada por um indivíduo em seu grupo era fator determinante em sua aquisição de recursos¹⁰ e parceiros sexuais. Assim, há muito tempo nossas mentes estão equipadas para a resolução de problemas relacionados ao ganho de *status* dentro do grupo ao qual pertencemos. Aqui fica bem evidente que maximização de utilidade da escolha racional, não só parece diferente do conceito de maximização de aptidão, mas no limite, representam comportamentos dicotômicos.

O psicólogo evolutivo Geoffrey Miller argumenta que, para adquirir *status* e, conseqüentemente, maior probabilidade de sobrevivência e maior sucesso reprodutivo, ao longo da evolução, desenvolvemos estratégias mentais para anunciar nossas aptidões aos nossos parceiros sexuais, famílias, amigos e até inimigos, a indicação de aptidão, como ele mesmo chama. A sinalização de nossas características através de estratégias conscientes e inconscientes de comportamento é parte central de nossas mentes e regula o que fazemos e como nos comportamos (MILLER, 2012).

A indicação de aptidão faz parte da vida de todos os animais; leões ostentam júbans enormes e exuberantes, o pavão exibe sua cauda não menos exuberante, rouxinóis aprendem a cantar, as aves do paraíso constroem ninhos complexos e ornamentados, e os seres humanos adquirem produtos de luxo. Para que estes indicadores de aptidão funcionem, eles devem ser onerosos o suficiente para que falsários não sejam capazes de possuí-los e variem perceptivelmente entre os indivíduos. As diferenças de aptidão entre indivíduos devem ser claras, assim todo indicador de aptidão envolve custos maiores do que o simplesmente necessário para a sobrevivência do indivíduo, o que significa que os animais devem desperdiçar, tempo, recursos alimentares e trabalho em características e atividades que não apresentam nenhuma utilidade em termos de sobrevivência, mas apenas anunciam a aptidão do indivíduo para quem estiver interessado (HILL, 1991; MILLER 2000; MORAES; MILANI, 2013; ZAHAVI, 1982). Os animais que possuem estes traços não estão conscientes de que estas características surgiram para indicar aptidão, portanto nós não precisamos estar mais conscientes a respeito de nosso comportamento de consumo de artigos de luxo como forma de indicação de aptidão do que um pavão está consciente das funções evolutivas de sua cauda.

Nós, seres humanos, diferentemente de outros animais, estamos sempre criando formas novas de anunciar nossa aptidão; ao contrário de animais que possuem estratégias determinadas por seus genes, nós somos capazes de criar novos indicadores de aptidão através da cultura, não dependemos apenas das estratégias herdadas de nossos ancestrais, e estes indicadores são muitas das credenciais, dos empregos, dos bens e serviços da sociedade moderna. Por exemplo, jovens tem uma busca insaciável por indicadores de aptidão culturalmente específicos¹¹, sobre o que é socialmente desejável, ou seja, qual comportamento ou produto é a melhor

9 Essa argumentação parece guardar semelhança com o conceito subjetivo de *capital social* proposto por Putnam (2000). Na leitura da teoria social de Bourdieu e Wacquant (1992), capital social deve ser entendido como um todo entre recursos concretos e virtuais que possibilitam um indivíduo ou um grupo ter ingresso mais ou menos institucionalizado de familiaridade e reconhecimento em uma rede permanente de relações.

10 Em psicologia econômica, há um modelo teórico clássico conhecido como Pirâmide de Maslow, onde, nas relações de consumo, o indivíduo, após conseguir dar subsídio para suas necessidades fisiológicas básicas, segurança e ter atendido um número prévio de necessidades sociais, passa a perseguir *status*; nesse caso, o indivíduo passa a demandar no mercado artigos mais caros, raros, distintos e requintados (MASLOW, 1962). Não foi o intuito de Maslow descrever os processos evolutivos, entretanto, sua pirâmide de estratificação de necessidades parece guardar alguma referência, salvo as devidas proporções, com consumo sob o viés das teorias evolutivas.

11 Novamente aqui o conceito de capital social, pois nessa leitura social o consumo parece motivado, sobretudo, na necessidade dos indivíduos e grupos sociais adquirirem *status* através de formas de distinção que reforçam a estratificação de classe (BOURDIEU; WACQUANT, 1992).

forma de indicar suas qualidades de acordo com as táticas de ostentações atuais no grupo social no qual ele se encontra. Essas táticas são moduladas de acordo com o contexto cultural e podem variar desde buscar a maior contagem, mas independentemente da modulação cultural, em todos os casos, a evolução moldou nossa capacidade inata de adquirir habilidades de comunicação que anunciem de forma eficiente nossas aptidões (MILLER, 2011; SAAD; GILL, 2000).

Assim, para compreender de que forma a busca por *status*, que está no cerne do nosso comportamento social e desempenha papel central no capitalismo, precisamos de uma base teórica que vá além das noções tradicionais promulgadas

pelas ciências sociais. Nesse sentido, a psicologia evolucionista nos permite dar continuidade às noções de Veblen (1973), e não obstante, fornece uma crítica mais profunda e radical da cultura consumista. Se quisermos compreender nosso comportamento enquanto consumidores, devemos nos lembrar de que evoluímos como primatas que competiam por parceiros sexuais, amigos, sustento para a família e *status*, não como agentes maximizadores de utilidade. Durante a maior parte do século passado, a psicologia acreditava que nosso legado biológico nos fornecia apenas alguns instintos simples para a sobrevivência e reprodução e que quase todo o resto do nosso comportamento era fruto do nosso aprendizado cultural.

Quadro 2: Consumo conspícuo e delimitação estrutural histórica

Estrutura social	Objetos primários de consumo	Condutores do comportamento	Consumidores	Principais dimensões do comportamento
Pré-capitalista - Feudal	Escravos, mulheres, comida.	Poder político e militar	Nobres	Ostentação pura
Moderna - Capitalista	Produtos muito caros, joias, relógios e diamantes.	Poder e status social	Nobres e a classe média alta	Ostentação e sinalização de originalidade
Pós-moderna	Imagens e experiências	A imagem e expressão própria	Classe média e as massas	Sinalização de originalidade e de conformidade social

Fonte: Chaudhuri e Majumdar (2006) e Gierl e Huettl (2010).

Neste contexto, *status* pode ser considerado qualquer coisa que provoque interesse social, atração ou deferência, mas então o que confere *status*? Os produtos e comportamentos que exibimos tem a função de alardear nosso *status*, mas eles não conferem *status*, este é conferido pelas pessoas umas às outras através de avaliações de caráter moral, físico e mental (MILLER, 2000; 2011). Existem várias formas de se adquirir status, seja através da beleza, criatividade, inteligência, liderança, capacidade de resolução de problemas durante emergências, ou estabilidade emocional. Existe variação no *status* moral das pessoas que pode indicar comportamento afável, gentileza, responsabilidade ou seus opostos, sendo que as pessoas são diferentes uma das outras em suas capacidades de apresentarem tais comportamentos (MILLER, 2012). A

variação do *status* intelectual é importante porque prognostica competência comportamental em muitas áreas e varia substancialmente de pessoa para pessoa. Consequentemente, quando falamos de ostentar produtos que exibam nosso *status*, o que realmente queremos são produtos e serviços que demonstrem que nossas qualidades físicas, sociais ou mentais são superiores a de outras pessoas em um determinado grupo comparativo (SAAD; GILL, 2000). Desta maneira, *status* se resume a algum tipo de superioridade em relação a alguma característica que apresenta variação individual entre pessoas de um grupo. Nesse sentido, podemos fomentar que a verdadeira compreensão de como anunciamos nossas características através do comportamento de consumo deve estar baseada em quatro alicerces:

Quadro 3: Quatro alicerces para a compreensão do comportamento de consumo

Humanos são primatas sociais que sobrevivem e se reproduzem principalmente ao atrair apoio de parentes, amigos e parceiros sexuais.	Humanos conseguem apoio na medida em que os outros consideram que apresentam características desejáveis para atender suas necessidades.
Durante os últimos milhões de anos, humanos desenvolveram muitas capacidades mentais e morais para exibir essas características desejáveis.	Durante os últimos milhares de anos, os humanos aprenderam que essas características desejáveis também podem ser exibidas ao comprar e ostentar diversos bens e serviços em economias de mercado.

Fonte: Miller (2000).

Se compreendermos que, de acordo com a teoria de Darwin, somos organismos que buscam sobreviver e se reproduzir e, para este sucesso, dependemos do *marketing* e da autopromoção, fica claro na natureza os comportamentos que muito alardeiam e pouco comunicam, como o canto dos rouxinóis e a cauda do pavão, que também mostram que o comportamento narcisista é a norma no mundo animal⁹.

A indústria do *marketing* sabe disso melhor do que os economistas, uma vez que quase a totalidade das propagandas em revistas e televisão apelam para o aspecto psicológico e emocional dos produtos e não seu valor de eficiência. Os economistas neoclássicos inocentes promulgaram, por um longo tempo, que a suposta racionalidade do agente é inviolável, ou seja, o indivíduo pode ser bombardeado de

propaganda e *marketing*, pois nada disso terá efeito sobre ele, pois ele é racional e estratifica suas preferências de forma racional. Claro que essa argumentação, além de inocente, não adere à realidade, pois os produtos são anunciados de forma emocional e simbólica de uma forma onde é mais ou menos possível ludibriar os indivíduos.

Desta forma, as pesquisas mais recentes na área de psicologia evolucionista e neurociência nos mostram que longe de maximizar a eficiência e utilidade como postula a teoria de escolha racional, os consumidores, na maior parte de suas relações econômicas, maximizam seus indicadores de aptidão, o que muitas vezes indica em grande desperdício de dinheiro, já que riqueza indica *status*. Assim o consumo conspícuo é um dos mais significativos dos indicadores de *status* e é o que vemos nos exemplos citados anteriormente, onde consumidores que comercializam bens e serviços, longe de ter eficiência e funcionalidade maximizada, tem o desperdício evidente maximizado, como uma forma clara de indicar riqueza e *status* social.

Outro ponto importante é o fato de que os indicadores de aptidão são variáveis, de acordo com faixas etárias, classe social, grupo étnico e outras variantes sociais.

3 Conclusão

Apesar de ter entrado para o *mainstream* acadêmico, a teoria da escolha racional é frágil e, provavelmente, não sobrevive a testes empíricos mais rígidos. Nosso objetivo foi contrastar a teoria da escolha racional com alguns preceitos de natureza humana indicados pela psicologia evolutiva.

Não podemos dizer nem que os agentes são racionais, nem que são “máquinas” de resolução de problemas; ao contrário, nosso corpo desenvolveu adaptações para problemas específicos, assim, somos executores de adaptações, pois nosso cérebro, assim como todo nosso corpo, trabalha dentro dessas adaptações. Seja sinalizando aptidão, ou intuitivamente escolhendo um item no mercado ou invés de outro, estamos sendo influenciados por nosso contexto cultural, mas também manifestamos uma série de comportamentos legados por nossos ancestrais que, através de inúmeras gerações, desenvolveram estratégias de anunciar aptidão e nos legaram com uma natureza de contínua busca por reconhecimento e *status* e dentro do grupo social ao qual pertencemos.

Referências

- BIANCHI, A.; MURAMATSU, R. A volta de Ulisses: anotações sobre a lógica de planos e compromissos. *Revista de Economia Política*, v.25, n.2, p.23-44, 2005.
- BOURDIEU, P.; WACQUANT, L. *An invitation to reflexive sociology*. Chicago: University of Chicago, 1992.
- BUSS, M. *The evolution of desire*. New York: Basic Books, 2003.
- CHAUDHURI, H. R.; MAJUMDAR, S. Of diamonds and desires: understanding conspicuous consumption from a contemporary marketing perspective. *Academy of Marketing Science Review*, v.11, n.2/3, p.2-18, 2006.
- COSMIDES, L.; TOOBY, J. *Evolutionary psychology: a primer*. *Evolutionary Psychology*, v.9, p.6, 2006.
- DAWES, C.T.; LOEWE P.J.; FOWLER J.H. *Social preferences and political participation*. 2011. Disponível em: http://jhfwler.ucsd.edu/social_preferences_and_participation.pdf. Acesso em 29 mar. 2013.
- DOWNS, A. *Inside bureaucracy*. New York: Harper-Collins, 1967.
- DOWNS, A. *An economic theory of democracy*. New York: Harper and Row, 1957.
- FOWLER, J.H. et al. *Genes, games, and political participation*. 2011 Disponível em: http://jhfwler.ucsd.edu/genes_games_and_political_participation.pdf. Acesso em: 30 mar. 2013.
- GALBRAITH, K. *A era da incerteza*. São Paulo: Pioneira, 1980.
- GIERL, H.; HUETTL, V. Are scarce products always more attractive? The interaction of different types of scarcity signals with products' suitability for conspicuous consumption. *International Journal of Research in Marketing*, v.27, n.3, p.225-235, 2010.
- HAIDT, J. The emotional dog and its rational tail: a social intuitionist approach to moral judgment. *Psychological Review*, v.108, n.4, p.814-834, 2001.
- HAVILAND, W. et al. *Princípios de Antropologia*. São Paulo: Cengage Learning, 2011.
- HILL, G. E. Plumage coloration is a sexually selected indicator of male quality. *Nature*, v. 350, n.6316, p.337-339, 1991.
- LAKOFF, G. *Moral politics: how liberals and conservatives think*. Chicago: Chicago University, 2002.
- MASLOW, A. *Introdução à psicologia do ser*. Rio de Janeiro: Eldorado, 1962.
- MAUSS, M. *Ensaio sobre a Dádiva*. São Paulo: EUP, 1974.
- MILLER, G. *A mente seletiva: como a escolha sexual influencia a evolução da natureza humana*. Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- MILLER, G. *Darwin vai as compras*. São Paulo: Best Business, 2012.
- MILLER, G. *The mating mind: How sexual choice shaped the evolution of human nature*. Random House Digital, 2011.
- MITHEN, S. *A pré-história da mente: uma busca das origens da arte, da religião e da ciência*. São Paulo: UNESP, 1998.
- MORAES, T.P.B.; MILANI, F. Altruísmo como uma via evolutivamente sustentável. Uma Revisão sobre a evolução do Altruísmo. *Revista do Instituto do Direito Brasileiro*, v.2, p.17281-17305, 2013.
- MORAES, T.P.B.; TORRECILLAS, G.L.S. Avenidas mentais do prazer químico barato: uma introdução ao estudo das drogas psicoativas e da dependência sob a perspectiva da moderna psicologia evolucionista. *UNOPAR Cient. Ciênc. Humanas Educ.*, v.14, n.2, p.70-85- 2013.
- MORAES, T.P.B.; TORRECILLAS, G.L.S. Economia política pós-neoclássica: Uma crítica ao direito econômico, à economia neoclássica e a política econômica. *UNOPAR Cient. Ciênc. Jurid. Empres.*, v.14, p.110, 2013.
- MORAES, T.P.B.; SANTOS, R.M. Os Protestos no Brasil. Um estudo sobre as pesquisas na web, e o caso da Primavera Brasileira. *Revista Internacional de Investigación en Ciencias Sociales*, v.9, n.2, p.193-206, 2013.
- OLSON, M. *The logic of collective action*. Cambridge: Harvard University, 1965.
- PIMENTEL, E. *Dilema do prisioneiro: da teoria dos jogos a ética*. Belo Horizonte: Argumentum, 2007.
- PINKER S. *Tabula rasa*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

- POLANYI, K. *A grande transformação. As origens de nossa época*. Rio de Janeiro: Campus, 1980.
- PUTNAM, R. *Bowling alone: the collapse and revival of american community*. New York: Simon and Schuster, 2000.
- SAAD, G.; GILL, T. Applications of evolutionary psychology in marketing. *Psychology and Marketing*, v.17, n.12, p.1005-1034, 2000.
- SEN, A. *Development as freedom*. Oxford: Oxford University, 1999.
- SEN, A. *On ethics and economics*. Oxford and New York: Basil Blackwell, 1987.
- SEN, A. *Rational fools: a critique of the behavioral foundations of economic theory*. Philosophy and Public Affairs, 1977.
- VEBLEN, T. *The theory of the leisure class*. Boston: Houghton Mifflin, 1973.
- WESTEN, D. *The political brain*. New York: Perseus Books, 2007.
- ZAHAVI, A. The pattern of vocal signals and the information they convey. *Behaviour*, v.80, n.1/2, p.1-2, 1982.

