

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E RELAÇÕES INTERNACIONAIS

VIVIANE DE OLIVEIRA DUARTE

**ECONOMIA COMPORTAMENTAL E OS FATORES QUE LEVAM INDIVÍDUOS
AO ERRO NA TOMADA DE DECISÕES: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DA
LITERATURA**

Porto Alegre

2017

VIVIANE DE OLIVEIRA DUARTE

**ECONOMIA COMPORTAMENTAL E OS FATORES QUE LEVAM INDIVÍDUOS
AO ERRO NA TOMADA DE DECISÕES: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DA
LITERATURA**

Trabalho de Conclusão submetido ao Curso de Graduação em Economia, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para a obtenção do título Bacharel em Ciências Econômicas.

Orientador: Professor Doutor Sabino da Silva Pôrto Jr.

Porto Alegre

2017

CIP - Catalogação na Publicação

Duarte, Viviane de Oliveira
ECONOMIA COMPORTAMENTAL E OS FATORES QUE LEVAM
INDIVÍDUOS AO ERRO NA TOMADA DE DECISÕES: UMA ANÁLISE
EXPLORATÓRIA DA LITERATURA / Viviane de Oliveira
Duarte. -- 2017.
53 f.

Orientador: Prof. Dr. Sabino da Silva Pôrto Jr.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade
de Ciências Econômicas, Curso de Ciências Econômicas,
Porto Alegre, BR-RS, 2017.

1. Teoria do Consumidor. 2. Economia
Comportamental. 3. Neuroeconomia. I. Pôrto Jr, Prof.
Dr. Sabino da Silva, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

VIVIANE DE OLIVEIRA DUARTE

**ECONOMIA COMPORTAMENTAL E OS FATORES QUE LEVAM INDIVÍDUOS
AO ERRO NA TOMADA DE DECISÕES: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DA
LITERATURA**

Trabalho de Conclusão submetido ao Curso de Graduação em Economia, da Faculdade de Ciências Econômicas da UFRGS, como requisito parcial para a obtenção do título Bacharel em Ciências Econômicas.

Aprovada em: Porto Alegre, 19 de julho de 2017.

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Sabino da Silva Pôrto Jr. (Orientador)
UFRGS

Prof.^a Dra. Janice Dornelles de Castro
UFRGS

Prof. Dr. Stefano Florissi
UFRGS

Dedico este trabalho aos homens de minha vida,
José Francisco Duarte Néto (*in memoriam*) e
Gustavo Peretti.

AGRADECIMENTOS

No transcorrer deste trabalho foram muitas as pessoas que incentivaram e apoiaram a sua concretização, às quais não posso deixar de manifestar o meu mais genuíno agradecimento:

Agradeço primeiramente ao meu orientador, *Professor Sabino da Silva Pôrto Jr.*, por toda a disponibilidade, dedicação, sabedoria e paciência com a qual me direcionou neste momento tão importante de minha vida.

Aos meus pais, *José Francisco Duarte Néto (in memoriam)* e *Maria de Fátima de Oliveira Duarte*, agradeço os valores de vida que me transmitiram e pelo contínuo estímulo aos estudos. Qualquer conquista que eu obtenha na vida sempre será de vocês.

Ao meu irmão, *Vital Francisco de Oliveira Duarte*, que, apesar da distância, sempre esteve presente com suas palavras de encorajamento e fundamental apoio.

À minha cunhada, *Morgana Maccari Duarte*, pelas conversas sobre o trabalho, com quem tanto dividi minhas angústias.

Ao *Gustavo Peretti* agradeço pelo apoio incondicional, pelas palavras de inspiração e, essencialmente, por me ter feito acreditar que era capaz.

A todos, muitíssimo obrigada.

“The key to good decision making is not knowledge. It is understanding. We are swimming in the former. We are desperately lacking in the latter. ”

(Malcolm Gladwell)

RESUMO

O principal objetivo deste trabalho é analisar através de uma revisão da literatura os possíveis fatores que induzem ao erro dos agentes na tomada de decisões econômicas. Para esse fim, foram abordadas duas visões diferentes da teoria econômica acerca da tomada de decisão de consumo: o modelo tradicional de consumo e a perspectiva da economia comportamental. A hipótese é a de que a teoria clássica do consumidor não se mostra apta a explicar sozinha o comportamento dos agentes econômicos, sendo para tanto necessário utilizar-se também de aporte teórico advindo da Economia Comportamental. Há farta evidência de que o comportamento dos consumidores por vezes não pode ser explicado apenas pelo modelo tradicional de consumo, dado que fica claro que nem todos os indivíduos tomam sempre as melhores decisões econômicas, cometendo erros através de certas condutas impulsivas e outras falhas cognitivas, as quais não estão ligadas necessariamente a uma escolha racional.

Palavras-chave: Teoria do consumidor. Economia comportamental. Neuroeconomia.

ABSTRACT

The main objective of this work is to analyze through a literature review the possible factors that induce error of agents in making economic decisions. In this aim, were approached two different views from the economic theory about consumer decision making: the traditional model of consumption and the perspective of behavioral economics. The hypothesis is that the classical theory of the consumer is not able to explain the behavior of economic agents by themselves, and therefore it is necessary to use theoretical input from Behavioral Economics. There is abundant evidence that consumer behavior can sometimes be explained not only by the traditional consumption model, since it is clear that not all individuals always make the best economic decisions, making mistakes through certain impulsive behaviors and other cognitive failures, which are not necessarily linked to a rational choice.

Key-words: Theory of consumption. Behavioral economics. Neuroeconomics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Monotonicidade.....	18
Figura 2 - Curvas de indiferença.....	19
Figura 3 - Elaboração da função utilidade baseada nas curvas de indiferença.....	20
Figura 4 – Função valor	32

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	11
2 RACIONALIDADE ECONÔMICA.....	13
2.1 NOÇÕES GERAIS.....	13
2.1.1 Preferências do consumidor.....	15
2.1.2 Pressupostos sobre as preferências.....	16
2.1.3 Curvas de indiferença.....	18
2.1.4 Utilidade.....	19
2.2 TEORIA DA ESCOLHA RACIONAL.....	21
2.3 <i>HOMO ECONOMICUS X HOMER ECONOMICUS</i>	23
2.3.1 Os dois sistemas.....	25
3 INSIGHTS DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL.....	28
3.1 NOÇÕES GERAIS.....	28
3.1.1 Psicologia Econômica.....	28
3.1.2 Economia Comportamental ou Economia Psicológica.....	30
3.2 NEUROECONOMIA.....	33
3.3 VIESES COGNITIVOS.....	35
3.3.1 Ancoragem.....	35
3.3.2 Disponibilidade.....	36
3.3.3 Representatividade.....	36
3.3.4 Aversão à Perda.....	37
3.3.5 Enquadramento.....	37
3.3.6 Efeito Dotação.....	38
3.3.7 Status Quo.....	38
3.3.8 Excesso de Otimismo.....	39
3.3.9 Viés da Resistência.....	39

4 O QUE FAZ UM INDIVÍDUO COMETER ERROS?.....	41
4.1 ONIOMANIA.....	41
4.2 PROCRASTINAÇÃO.....	43
4.3 LIMITAÇÕES E CRÍTICAS À ECONOMIA COMPORTAMENTAL.....	45
4.3.1 Limitações à economia comportamental.....	45
4.3.2 Críticas à economia comportamental.....	47
5 CONCLUSÃO.....	49
REFERÊNCIAS.....	51

1 INTRODUÇÃO

Desde a década de 1970, com o crescente desenvolvimento de estudos na área de Economia Comportamental, evidencia-se necessária uma reelaboração da abordagem do indivíduo enquanto agente econômico, notadamente no que concerne à sua psicologia no processo de decisão. Assim, a percepção de que este nem sempre assume os comportamentos econômicos mais vantajosos para si próprio conduz à necessidade de aprofundamento do entendimento no que tange às suas razões de agir, problema abordado apenas de maneira incidental pela visão econômica clássica.

Em vista disso, havendo uma complementariedade da área de Economia Comportamental, é que os modelos econômicos de consumo conseguirão de modo eficaz antecipar o comportamento de indivíduos que apresentam situações singulares- como os onimaniacos- e, dessa maneira, melhor fixar as características do homem médio, nem sempre racional e dotado de força de vontade ilimitada. Assim, a Economia Comportamental, área ainda incipiente na Economia, é de extrema relevância para compreender melhor o indivíduo e, por conseguinte, suas tomadas de decisão de caráter econômico.

Ao longo desse trabalho, portanto, serão expostas duas visões diferentes da teoria econômica acerca da tomada de decisão de consumo: o modelo tradicional de consumo e a economia comportamental.

A teoria do consumidor apresenta o processo de tomada de decisão dos consumidores através do pressuposto da racionalidade do consumidor, segundo a qual o indivíduo sempre consegue ordenar suas preferências a fim de maximizar sua utilidade. A principal crítica a esta abordagem é a de que tal teoria procura retratar o que seria o comportamento ideal, no entanto, isso muitas vezes não se verifica na realidade. Logo, a teoria denota um caráter mais normativo do que positivo ou descritivo.

A economia comportamental, por sua vez, surge para complementar o modelo tradicional, buscando sanar suas falhas, uma vez que ela se apoia na análise do comportamento do indivíduo para, assim, poder elaborar o modelo de decisão, tratando-se de um modelo descritivo. Esse campo de estudo abrange *insights* da psicologia e da neurociência para melhor interpretar o comportamento humano, aprimorando o modelo tradicional de escolhas.

Aqui, também será apontado brevemente a função da neuroeconomia, visto que tal ramo emprega instrumentos da neurociência de mapeamento cerebral com o intuito de verificar quais áreas estão relacionadas à tomada de decisão.

A hipótese levantada nesse trabalho é a de que teoria clássica do consumidor não se mostra apta a explicar sozinha o comportamento de determinados agentes econômicos, sendo para tanto necessário utilizar-se também do aporte teórico advindo da Economia Comportamental. Assim, o objetivo desse trabalho reside em analisar algumas das possíveis causas de erro na tomada de decisões econômicas a partir da análise de situações problema apontadas na literatura e nos experimentos da Economia Comportamental.

Assim, primeira parte versará sobre os conceitos que se mostram essenciais para a compreensão das duas visões da teoria econômica que serão abordadas neste trabalho. Nesse intento, serão formuladas, primeiramente, definições de caráter geral. A primeira subseção traz conceitos gerais a respeito da racionalidade econômica para, assim, elucidar brevemente o modelo tradicional de consumo. Depois, há o conceito de teoria escolha seguido de uma breve discussão acerca das duas visões, denominada “*Homo Economicus X Homer Economicus*”, sendo basicamente uma introdução para a segunda parte.

O segundo capítulo, por sua vez, retrata os *insights* da economia comportamental, trazendo os conceitos principais, isto é, as noções gerais acerca do tema, explicando o conceito e o surgimento da psicologia econômica, bem como da área de economia comportamental. Posteriormente, também será apontado o papel da neuroeconomia e algumas de suas inovações.

Destarte, a parte final da monografia se debruça sobre a questão principal do trabalho, sendo respondida a seguinte questão: “o que faz um indivíduo cometer erros? ”. Nesta dissertação, o foco para responder tal questão consistiu basicamente em dois comportamentos compulsivos: a onimania e a procrastinação. Ademais, há também as observações finais do capítulo, as quais consistem nas limitações e nas críticas da economia comportamental, uma vez que é extremamente relevante compreender, também, as falhas de tal área.

2 RACIONALIDADE ECONÔMICA

2.1. NOÇÕES GERAIS¹

A Ciência Econômica é reconhecida como a Ciência que aborda sobre a racionalidade, ou seja, as decisões econômicas tomadas pelo indivíduo são baseadas em concepções de escolhas racionais. Nesse sentido, é necessário compreender ao menos as noções gerais da racionalidade econômica para, assim, poder aprofundar o conteúdo.

Os economistas ortodoxos² utilizam a metodologia dedutiva, ou seja, fazem uso da dedução para obter uma conclusão acerca de determinada premissa. Logo, utilizam axiomas - isto é, verdades incontestáveis que não necessitam ser provadas, uma vez que são classificadas como dados-, como a racionalidade dos indivíduos. Portanto, a teoria econômica *mainstream* utiliza o pressuposto da racionalidade econômica, a qual corresponde ao *Homo Economicus*-ser humano racional com preferências consistentes. De acordo com esta hipótese, os indivíduos procuram satisfazer as suas necessidades de forma racionalmente perfeita, por intermédio da classificação de suas escolhas por uma ordem de preferência, privilegiando as com menor custo de oportunidade associado.

Atentando-se à classe dos economistas neoclássicos, a hipótese de maximização da utilidade racional é a aplicada, ou seja, um indivíduo classificado como racional sempre calculará corretamente seu leque de escolhas, e agirá de acordo com tais cálculos, demonstrando que, para esse indivíduo, a razão prevalece sobre a emoção.

A racionalidade instrumental pressupõe que um indivíduo com uma variedade de opções é capaz de comparar a satisfação entre elas, e dessa maneira chegar a melhor conclusão. Assim, o indivíduo dito racional é capaz de ordenar suas preferências em uma escala única, podendo comparar o grau de satisfação que cada bem e/ou combinação de bens (cesta de consumo) pode lhe trazer, tal medida é conhecida como a utilidade do indivíduo.³

¹ Nesta subseção, de um modo geral, foram consultados largamente Varian e Pindyck, haja vista que são obras de extrema relevância no assunto.

² É de extrema relevância frisar que rotular os economistas como ortodoxos ou heterodoxos é uma maneira inapropriada de retratá-los. No entanto, essa perspectiva binária serve apenas para separar visões, uma vez que na realidade os economistas são muito mais complexos do que essa interpretação reducionista.

³ Importante salientar que posteriormente haverá uma subseção a fim de explicar o conceito de utilidade.

Em suma, o consumidor escolhe uma combinação de bens que irá maximizar sua utilidade e, para isso, é necessário também que seja compatível com a restrição orçamentária com a qual ele se defronta. A função utilidade é uma maneira de conferir um número a cada possível cesta de consumo, de modo que se concedam às cestas mais preferidas números maiores que os atribuídos às menos preferidas. Assim, o indivíduo pode comparar a utilidade gerada por cada decisão tomada, e a pessoa instrumentalmente racional pode agir de modo a maximizar a sua utilidade.

Portanto, o modelo econômico tradicional - denominado de teoria do consumidor – retrata como os consumidores, a partir de suas preferências, maximizam seu bem-estar.⁴ Tal teoria está fundamentada no princípio do racionalismo econômico⁵ e postula um comportamento otimizador por parte dos consumidores, com intuito que eles estão sempre procurando o máximo com o mínimo de empenho (fundamento hedonístico).

A teoria do consumidor é baseada em dois princípios duais de comportamento:

1. Maximização da utilidade - O consumidor escolhe o consumo de cada mercadoria de modo a maximizar sua satisfação (ou utilidade), estando condicionado ao seu conjunto de possibilidades de consumo, limitado pela sua capacidade orçamentária;
2. Minimização do gasto ou custo - O consumidor escolhe as quantidades das várias mercadorias a serem consumidas de modo a minimizar o seu gasto, estando limitado a atingir um certo nível de utilidade.⁶

Além disso, os pressupostos básicos da teoria do consumidor são:

1. Informação completa - o consumidor tem perfeito conhecimento de todas as mercadorias disponíveis no mercado, bem como a forma pela qual esses bens e serviços atendem suas necessidades. Além do mais, o consumidor conhece todos os preços e a sua renda;
2. Existência de uma função de utilidade - os consumidores derivam satisfação dos bens e serviços consumidos de acordo com uma função de preferência ou utilidade (matematicamente bem-comportada).⁷

⁴ PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, p.62. 2010.

⁵ Segundo Guilherme Von Calmbach, esse princípio significa que o consumidor, dispondo de uma renda limitada, procura regular seus gastos de maneira a obter uma combinação de bens que, não excedendo os limites da sua renda, assegurando o máximo grau de contentamento das necessidades que sente, ou seja, basicamente quer dizer que o consumidor procura maximizar a sua satisfação total.

⁶ CARRERA, José F. **Curso básico de microeconomia**. 3. ed. Salvador: EDUFBA, p. 68. 2009.

⁷ Ibidem, p. 69.

Nesta subseção será apresentada brevemente a teoria do consumidor a fim de compreender as tomadas de decisões econômicas dos indivíduos de forma racionalmente perfeita.

A teoria do consumidor será exposta da seguinte maneira: primeiro será definido o conceito de preferências do consumidor para, seguidamente, apresentar as suposições acerca das preferências do consumidor para, por fim, poder definir as curvas de indiferença e função utilidade, que são os principais conceitos para se compreender a teoria, uma vez que, para a Teoria do Consumidor, os indivíduos optam por adquirir um bem em prejuízo do outro, graças à utilidade que ele lhe proporciona. Sendo, portanto, a função utilidade um conceito-chave da teoria do consumidor, além da curva de indiferença, uma vez que ela indica as cestas de mercado que fornecem o mesmo nível de satisfação para o consumidor.

2.1.1 Preferências do Consumidor

As preferências do consumidor servem, basicamente, para o consumidor escolher dentre uma quantidade de bens e/ou cestas de consumo, qual/quais ele prefere a outra. O símbolo $>$ é utilizado para representar que uma cesta é estritamente preferível à outra cesta, de modo que $(x_1, x_2) > (y_1, y_2)$, significando que o consumidor prefere de maneira estrita (x_1, x_2) a (y_1, y_2) .

Já quando o consumidor se mostra imparcial entre duas cestas de bens, utiliza-se o símbolo \sim , isto é, $(x_1, x_2) \sim (y_1, y_2)$, assim, o consumidor estaria satisfeito tanto com a cesta (x_1, x_2) , quanto com a cesta (y_1, y_2) , ou seja, seria indiferente para ele. Além disso, se o consumidor prefere ambas cestas ou mostra-se indiferente na escolha entre elas, pode-se dizer que ele prefere fracamente (x_1, x_2) a (y_1, y_2) , grafando dessa maneira: $(x_1, x_2) \succsim (y_1, y_2)$. A apresentação da totalidade das cestas de consumo é expressa por X , sendo X um conjunto fechado e convexo.⁸

A seguir, serão listados os pressupostos acerca do comportamento das preferências com o propósito de, posteriormente, estabelecer uma função utilidade.

⁸ VARIAN, H. R. **Microeconomia: uma abordagem moderna**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, p.36. 2012.

2.1.2 Pressupostos sobre as preferências

A fim de demonstrar a consistência das preferências, assume-se algumas suposições acerca de como funcionam as relações de preferência. Alguns dos pressupostos são tão fundamentais que são chamados de “axiomas” da teoria do consumidor, são eles: completude, reflexividade e transitividade.⁹

- **Completude:**

Este axioma afirma basicamente que o consumidor pode fazer comparações, isto é, ele tem a capacidade de discriminar e apresenta necessário conhecimento para avaliar alternativas.

- **Reflexividade:**

Toda cesta é pelo menos tão boa quanto ela mesma, ou seja, os consumidores sempre preferem quantidades maiores de uma mercadoria, em vez de menores.

- **Transitividade:**

O pressuposto da transitividade afirma que se uma cesta x é preferível à cesta y , e que esta mesma cesta y é preferível à cesta z , a cesta x tem de ser inevitavelmente preferível à cesta z . Isto ocorre, porquanto, ao dizer que uma cesta é preferível à outra, isto acarreta que esta cesta tem uma utilidade maior que a outra.

Logo, conforme o exemplo, seria impossível que z tivesse uma utilidade maior que a de x . De acordo com o pressuposto da transitividade, as curvas de indiferença¹⁰ jamais podem se cruzar, dado que existiria um ponto no cruzamento em que as utilidades das duas curvas seria a mesma, representando uma mesma curva.

⁹ VARIAN, H. R. **Microeconomia: uma abordagem moderna**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, p.37. 2012.

¹⁰ Seguidamente, o conceito de curvas de indiferença será explicado, bem como será realizada a construção da função utilidade a partir das curvas de indiferença. Devido ao fato, foram necessárias vastas consultas às obras de Varian e às de Pindyck, dado que são obras seminais no assunto.

Existem outros pressupostos relevantes que podem ser feitos a respeito das preferências dos consumidores para mostrar que o conjunto X é contínuo e convexo:

- **Continuidade:**

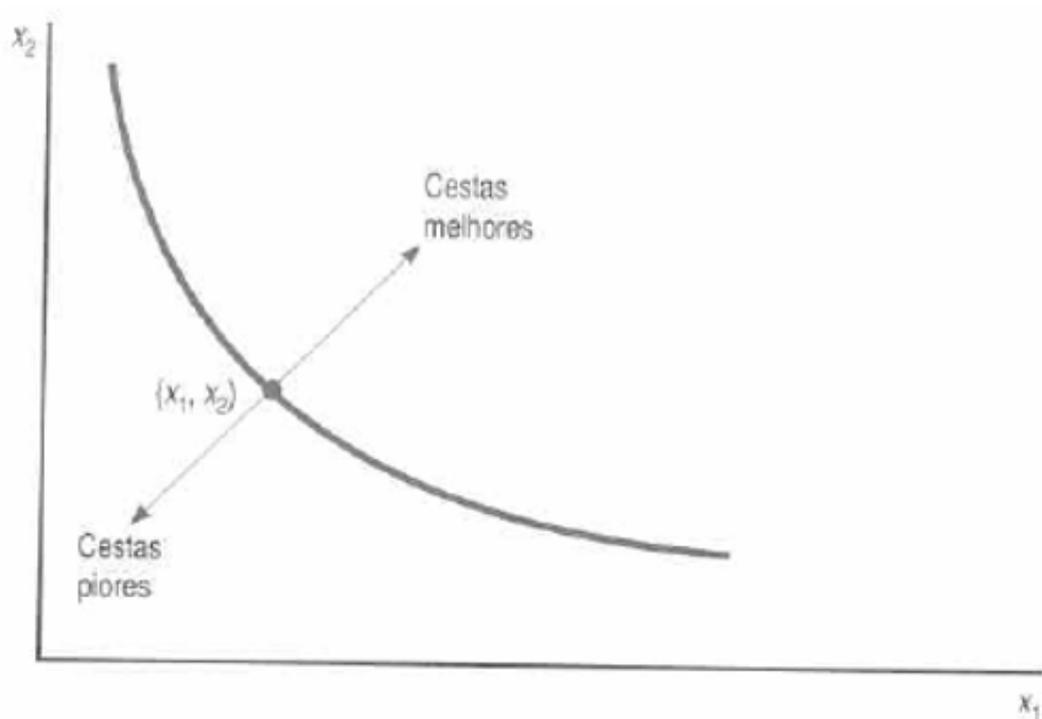
O axioma da continuidade garante que mudanças súbitas de preferências não ocorram, isto é, essa propriedade impede comportamentos descontínuos. Assim se o conjunto X for fechado, se uma sequência de cestas x , que são ao menos tão boas quanto uma cesta y , convergem para uma cesta x^* , consequentemente será tão boa quanto a cesta y .

- **Convexidade:**

Esse axioma implica que uma combinação de duas cestas será preferível a essas cestas individualmente. Como definido anteriormente, X é um conjunto convexo, o que significa que para duas diferentes cestas contidas no conjunto, toda a combinação dessas cestas também estará dentro do conjunto.

- **Monotonicidade:**

Os indivíduos preferem sempre uma maior quantidade de um bem a uma menor quantidade. Essa suposição resulta em curvas de indiferença negativamente inclinadas. A figura abaixo retrata uma curva de utilidade e, de acordo com o pressuposto da monotonicidade, todas as cestas à direita e acima da curva são preferíveis, enquanto que as cestas à esquerda e abaixo são piores.

Figura 1- Monotonicidade

Fonte: Varian (2012, p. 48)

2.1.3 Curvas de indiferença

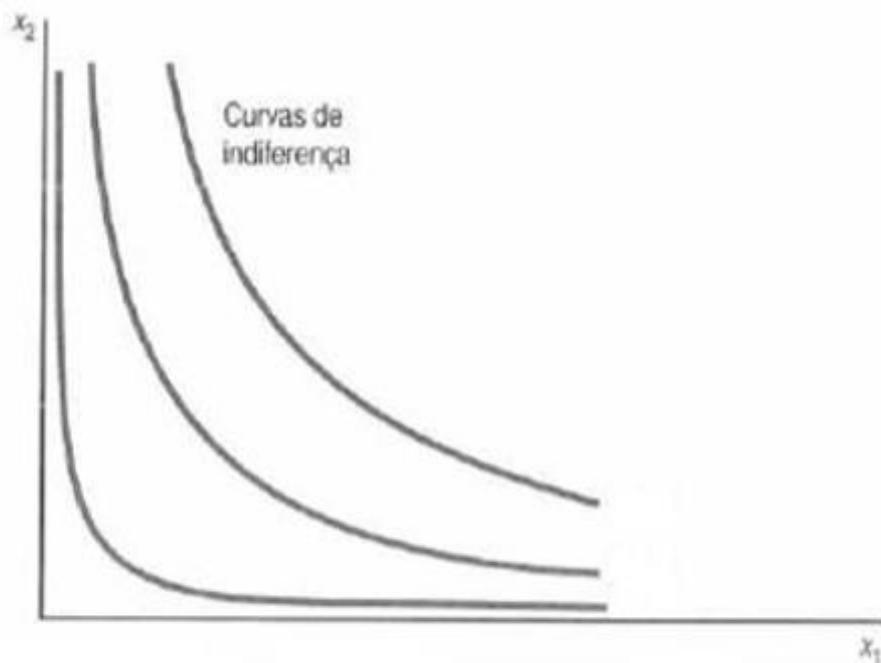
Dados os pressupostos mencionados acima, é possível construir curvas de indiferença e, a partir delas, elaborar uma função de utilidade. Curvas de indiferença significam todas as prováveis combinações de cestas de consumo que o indivíduo é indiferente, isto é, asseguram o mesmo nível de satisfação. Em outras palavras, curva de indiferença

É o lugar geométrico de todas as combinações de quantidades de mercadorias, (x_1, x_2) , para as quais o consumidor está indiferente, ou seja, a utilidade deste está sendo mantida constante.¹¹

¹¹ CARRERA, José F. **Curso básico de microeconomia**. 3. ed. Salvador: EDUFBA, p.72. 2009.

Importante também salientar que a restrição orçamentária é que caracteriza a curva de indiferença de determinado consumidor. Na figura 2, estão representadas as curvas de indiferença.

Figura 2- Curvas de indiferença



Fonte: Adaptado de Varian (2012, p. 62)

2.1.4 Utilidade

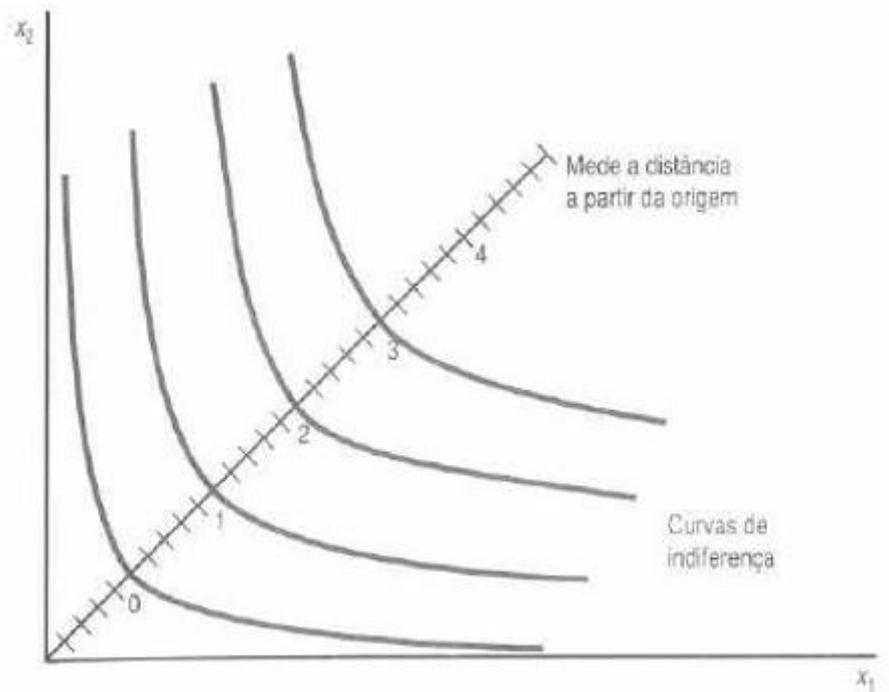
A função de utilidade é uma forma de conceder um número a cada cesta de consumo possível, de modo que se concedem às cestas mais preferidas números maiores que os atribuídos às menos preferidas. Em outras palavras, a cesta (x_1, x_2) será preferida à (y_1, y_2) se e somente se a utilidade de (x_1, x_2) for maior que a utilidade de (y_1, y_2) : em símbolos, $(x_1, x_2) \succ (y_1, y_2)$ se e somente se $u(x_1, x_2) > u(y_1, y_2)$.¹²

De outra forma, a função u apresenta um valor numérico que representa a medida de satisfação perante certa cesta de consumo. Quanto maior esse valor, maior a satisfação. Isso

¹² VARIAN, H. R. **Microeconomia: uma abordagem moderna**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 59-63. 2012.

significa que o indivíduo vai sempre procurar maximizar a função utilidade. Se $x > y$, então $u(x) > u(y)$. Assumindo que as preferências são completas, transitivas, reflexivas, contínuas e fortemente monotônicas- pressupostos acima mencionados-, haverá uma função u de utilidade contínua que representa essas preferências. A figura 3 mostra a elaboração de uma função de utilidade a partir de curvas de indiferença.

Figura 3- Elaboração da função utilidade com base nas curvas de indiferença



Fonte: Varian (2012, p. 61)

Uma vez explicado brevemente o conceito de racionalidade econômica e a teoria fundamentada neste princípio, ou seja, a Teoria do Consumidor, a próxima subseção visa explicar a Teoria da Escolha Racional.

2.2 TEORIA DA ESCOLHA RACIONAL

A teoria da escolha racional desponta nos Estados Unidos entre as décadas de 1950 e 1960 com a finalidade de verificar o comportamento dos indivíduos alicerçado em métodos experimentais¹³. Tal teoria inicia do seguinte pressuposto: os indivíduos são auto interessados, isto é, a teoria foca no individualismo, em que cada indivíduo tem suas preferências e toma suas decisões a partir delas e de outros fatores- como sua renda- de forma completamente racional.¹⁴

Além disso, um “homem racional”, para tal teoria, é aquele que segue as metas estabelecidas gastando o mínimo de recursos disponíveis, tomando suas decisões econômicas de maneira lógica, ou seja, a teoria da escolha racional preserva o *Homo Economicus*. Um homem racional, de acordo com a teoria, deve apresentar um desempenho nas tomadas de decisões superior a um homem irracional, dado que aquele propende a ser mais eficiente, já que o elemento sorte costuma a ficar em segundo plano.¹⁵

Escritores que se utilizaram de tal teoria, como Anthony Downs, Gordon Tullock, Mancur Olson e James Buchanan trouxeram diversas contribuições para a área da Economia. A obra "Uma teoria econômica da democracia" de Anthony Downs, por exemplo, é publicada em 1957, já a obra de Mancur Olson, "A lógica da ação coletiva", surge em 1965. Anthony Downs utiliza a análise econômica para expor sua teoria da escolha racional a fim de enfatizar a aplicação dessas proposições para a compreensão do funcionamento da política. Basicamente o livro faz uma análise acerca das estratégias racionais que tanto governantes e eleitores utilizam para atingir seus objetivos, ou seja, a satisfação do próprio interesse, seja os governantes querendo ganhar as eleições, seja os eleitores querendo a maximização da utilidade esperada através do voto. Logo, o que o partido no governo faz é buscar votos, e não o bem-estar da população. Já Mancur Olson defende em sua obra que, confrontado com certas metas coletivas, os indivíduos tendem a assumir uma posição de auto interesse.¹⁶

¹³ SCHEEFFER, Fernando. Teoria da escolha racional: a evidenciação do *homo economicus*?, **Em Tese**, Florianópolis, v.10, n.1, p.28-43, jan. / jun. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/viewFile/1806-5023.2013v10n1p28/27245>> . Acesso em: 25 mai. 2017

¹⁴ WARD, Hugh. Rational choice. In: MARSH, David; STORKER, Gerry. **Theory and methods in Political Science**. 2. ed. Basingstoke et al.: Palgrave Macmillan, p. 65-70. 2002.

¹⁵ DOWNS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia**. São Paulo: EDUSP, p. 05-48. 1999.

¹⁶ BAERT, Patrick. Algumas limitações das explicações da escolha racional na Ciência Política e na Sociologia. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 12, n. 35, Oct. 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010269091997000300005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 mai. 2017.

Entretanto, de maneira geral, tanto Olson quanto Downs destacam que a realização de qualquer manifestação grupal pode ser assimilada como ligação entre despesas e ganhos, isto é, como cálculos logicamente elaborados. Este modelo de análise pode ser considerado como utilitarista ao julgar uma conduta auto interessada ao priorizar o prazer de objetivos unicamente individuais.

Logo, a ação coletiva não passa também de um somatório de interesses exclusivamente particulares.

A escolha racional pode elucidar os atos dos indivíduos em que a utilização da matemática e da lógica a um conjunto de pressupostos possibilita que se faça previsões. Esse método apresenta diversas vantagens, como a necessidade de evidenciar notadamente as suposições. Em suma, a escolha racional revela visivelmente o parecer de que indivíduos são auto interessados, ainda que o conceito “auto interessado” seja “permeável”, com falhas, isto posto que tal conceito é extremamente subjetivo.¹⁷

Em um primeiro momento, a teoria da escolha racional pode parecer “fazer sentido”, visto que a maioria das pessoas atua de forma racional a partir das escolhas expostas e do conjunto dados a que se tem acesso, muitos teóricos questionam o próprio conceito de racionalidade. Ao atuar e interatuar os indivíduos possuem planos lógicos e fazem de tudo para elevar ao máximo a satisfação de suas preferências e tornar mínimo as despesas envolvidas, no entanto, não há um consenso do que pode ser determinado como racional.

Outra questão relevante associada à noção de racionalidade é a discutível afirmativa de que os consumidores tomam suas decisões de forma racional e que isso pode ser confirmado de modo empírico.¹⁸

¹⁷ WARD, Hugh. Rational choice. In: MARSH, David; STORKER, Gerry. **Theory and methods in Political Science**. 2. ed. Basingstoke et al.: Palgrave Macmillan, p. 70-89. 2002.

¹⁸ BAERT, Patrick. Algumas limitações das explicações da escolha racional na Ciência Política e na Sociologia. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 12, n. 35, Oct. 1997. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010269091997000300005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 mai. 2017.

Por último, é tentador caracterizar o *Homo Economicus* apenas em termos de racionalidade instrumental. Entretanto, não podemos restringi-lo a padrões instrumentais, visto que atividades de consumo, ou seja, preferências são não instrumentais. Logo, a racionalidade econômica deveria ser a combinação da racionalidade instrumental com a racionalidade do consumo (não-instrumental).¹⁹

Então, é de extrema relevância que a próxima subseção retrate sobre a diferenciação entre *Homo Economicus X Homer Economicus* a fim de melhor compreender que o sujeito comete falhas de racionalidade, surgindo, portanto, uma área para “cobrir” essas falhas e complementar a teoria tradicional, ou seja, o *Homo Economicus*.

2.3 HOMO ECONOMICUS X HOMER ECONOMICUS

Os modelos clássicos apresentados até então- teoria do consumidor e teoria da escolha racional- têm como finalidade explicar a realidade econômica a partir de uma generalização do comportamento do consumidor. No entanto, a economia comportamental mantém seu foco fora do padrão de decisão racional tradicional, podendo, assim, complementar a teoria tradicional, isto é, ela propõe teorias de racionalidade alternativas, tentando adicionar explicações para situações particulares, nas quais a teoria econômica parecia discordar dos experimentos empíricos.²⁰

Em relação à metodologia, os economistas comportamentais são versáteis, não se restringindo a evidências geradas por experimentos em ambiente de laboratório, mas, também, realizam experimentos em campos, assim como escaneamentos cerebrais e simulações computacionais. Logo, não se definem em termos da metodologia pela qual trabalham, mas sim da procura da realização de *insights* psicológicos à área das Ciências Econômicas.²¹

¹⁹ GAUS, Gerald F. **On Philosophy, Politics and Economics**. Belmont: Wadsworth, Cengage Learning. p.15-18. 2008.

²⁰ O próximo capítulo versará melhor acerca do assunto.

²¹ CAMERER, Colin F.; LOEWENSTEIN, George. Behavioral economics: Past, present, future. **Advances in behavioral economics**, v.3, p. 07-38. 2004.

A racionalidade- em um modelo econômico tradicional- está relacionada a uma lógica de consequência alicerçada pelas preferências, isto é, para haver consistência nas preferências, é necessário que os três pressupostos fundamentais sejam atendidos: completude, independência entre as alternativas irrelevantes e transitividade. A completude significa que as preferências devem ser completas, isto é, tem de haver uma ordem de prioridade entre as cestas.

A independência de alternativas irrelevantes, por sua vez, significa que as modificações das preferências sob as opções irrelevantes, quer dizer, aquelas que estão fora do conjunto, não carecem de ter efeito na preferência geral da sociedade sobre o subconjunto em questão, ou seja, acrescentar novas opções não deveria influenciar o ordenamento inicial das velhas alternativas, de tal maneira que o ordenamento coletivo das velhas opções teria de se preservar inalterável. Presumir que um grupo prefere A à C e uma nova opção B é introduzida. Esta condição requisita que a preferência do grupo não deve mudar de C para A. Os indivíduos podem ou não gostar da opção B, mas suas preferências relativas às outras opções não devem modificar.

E, por último, a transitividade é responsável pelo ordenamento das cestas, se uma pessoa prefere a cesta X à Y e prefere Y à Z, logo ele tem preferência de X sobre Z. Se as preferências cumprirem tais pressupostos, elas são consideradas consistentes. Uma vez consistentes, sempre haverá uma função de preferência na qual o indivíduo se comportará como se estivesse maximizando a função da qual estará restrito a escolher. Desse modo, pode-se expressar que o indivíduo é um agente racional.²²

O ser humano dito racional, ou seja, que apresenta preferências consistentes, também é chamado de *Homo Economicus*. Em contraste com tal figura, Thaler e Sunstein²³ chamam ironicamente o sujeito que incorre falhas de racionalidade de *Homer Economicus*, fazendo menção ao famoso papel da série de televisão “Os Simpsons”, exatamente pelo fato de Homer ser um personagem que viola as premissas do modelo de decisão tradicional. Os economistas comportamentais Thaler e Sunstein utilizam tal personagem, pois o Homer Economicus é uma analogia mais próxima do ser humano real, com “falhas” de comportamento, como força de

²² GINTIS, Herbert. **The bounds of reason: game theory and the unification of the behavioral sciences**. Princeton University Press, p. 85-90. 2009.

²³ Thaler e Sunstein utilizam esses termos na renomada obra “Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness”.

vontade limitada, procrastinação, vícios, o que acaba, por conseguinte, a prejudicar o próprio indivíduo, não maximizando sua utilidade.

Isto posto, os comportamentos incoerentes com os pressupostos da racionalidade da teoria econômica tradicional- como a procrastinação-estabeleceram a reunião em uma teoria de dualidade de funcionamento cognitivo.

Assim sendo, Kahneman ²⁴ instaura uma maneira de pensar no processo cognitivo através de dois sistemas complementares. O sistema 1 é responsável pela tomada de decisões intuitivas e rápidas, enquanto que o sistema 2 desempenha observações e cálculos mais densos acerca das decisões, o qual é utilizado, portanto, nos momentos que realizamos tarefas mais complexas. Apesar de sua ação complementar na maioria dos casos, a impulsividade do sistema 1 pode induzir o cérebro a vieses em algumas decisões.

À vista disso, é definida a diferenciação entre o *Homo Economicus* sempre racional – representado pelo sistema 2- e *Homer Economicus*, representado pelo sistema 1, sujeito a falhas cognitivas sistemáticas. ²⁵

A partir disso, o subtópico a seguir visa explicar melhor a distinção entre os dois sistemas.

2.3.1 Os dois sistemas

Na obra “*Rápido e devagar: duas formas de pensar*” de Daniel Kahneman, o autor descreve dois sistemas diferentes que empregamos na tomada de decisões do dia a dia: o sistema 1 e o sistema 2.²⁶ O sistema 1 é o que controla nosso cérebro quando realizamos tarefas automáticas e que não demandam muita concentração, ou seja, ele é rápido e intuitivo, fundamental para decisões de risco ou de sobrevivência.²⁷ Quando necessário que a pessoa

²⁴ Daniel Kahneman introduz essa forma de pensar no processo cognitivo mediante dois sistemas complementares na obra “*Rápido e devagar: duas formas de pensar*”.

²⁵ Ao fazer a diferenciação, importante frisar que foi realizada alusão à obra “Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness”.

²⁶ KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, p. 27-41. 2011.

²⁷ *Ibidem*, p.42-51.

receba algum estímulo, portanto, sobrepõe-se ao funcionamento do sistema, visto que é inconsciente e incontrolável.

É chamado de Sistema Automático por Thaler e Sunstein.²⁸ Tal sistema permite que o indivíduo realize diversas atividades ao mesmo tempo, como dirigir em uma estrada vazia e conversar ao mesmo tempo. Além disso, o sistema 1 pode ter suas finalidades aperfeiçoadas por intermédio da repetição e da rotina. Exemplo: pessoas que dominaram a habilidade de tocar algum instrumento musical, tornando a atividade algo automático devido ao treino intenso e à dedicação, deixando, portanto, de ser uma atividade relativa ao sistema 2.

Thaler e Sunstein, por sua vez, denominam o sistema 2 de Sistema Reflexivo, uma vez que ele é responsável pelas análises e cálculos mais profundos sobre as nossas decisões, como já mencionado acima.²⁹ O sistema 2, ao contrário do sistema 1, exige bastante atenção, ou seja, tal sistema não permite que o indivíduo realize diversas atividades ao mesmo tempo e também apresenta uma capacidade limitada de utilização, sendo possível esgotar a capacidade de análise profunda. O sistema 2, quando acionado, é responsável por revisar a resposta intuitiva do sistema 1.

A energia que gastamos para utilizar o Sistema 2 e o desgaste que suportamos ao avaliar intensamente as decisões que tomamos faz com que seja natural ter propensão por utilizar o Sistema 1 para o maior número de tomadas de decisões admissível, fazendo com que uma série de erros cognitivos facilitem esse processo. No livro, Kahneman aborda diversas situações como testes de raciocínio lógico em que alunos de renomadas Universidades, como Harvard e Princeton erram algo que, supostamente, todos iriam acertar. O problema é que é normal “se deixar levar” pelo sistema 1, respondendo à pergunta de modo impulsivo e intuitivo, uma vez que utilizar o sistema 2 exigiria muito mais do indivíduo. As pessoas, a fim de evitar o esforço cognitivo, muitas vezes confiam no julgamento plausível do sistema 1 que rapidamente vem à mente, até mesmo porque o sistema 2 é “preguiçoso”.³⁰

²⁸ THALER, Richard H., SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness.** Yale University Press, passim. 2008.

²⁹ Ibidem. passim.

³⁰ KAHNEMAN, op. cit. p.52-65.

Essas falhas no sistema 1 são resultado de um processo denominado “substituição heurística”.³¹ Isso significa que quando solicitado a responder alguma questão, rapidamente o sistema 1 acessa a memória em busca de uma resposta aproximada e a substitui pela encontrada. Na grande maioria das vezes, esse processo de substituição heurística gera resultados corretos ou aproximações bem precisas. No entanto, em situações importantes, a resposta pode contrastar equivocadamente.

É indispensável destacar que Daniel Kahneman realizou um marco importante por meio desse seu estudo que forneceu uma visão conectada à psicologia na economia, tanto que tal trabalho lhe rendeu o Prêmio Nobel de Economia de 2002. Verifica-se com tal leitura a respeito dos sistemas que as nossas decisões são muito menos conscientes do que gostaríamos de crer e as pesquisas em economia comportamental vêm tentando corroborar isso, visando a entender e a modelar as decisões dos agentes da forma mais realista possível. A partir disso, o próximo capítulo irá tratar sobre os *Insights* da Economia Comportamental.

³¹ KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. **Science**. v.185, n. 4157, p. 1125-1129. 1974.

3 INSIGHTS DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL

3.1 NOÇÕES GERAIS

3.1.1 Psicologia Econômica

A Psicologia e a Economia nem sempre existiram como disciplinas separadas, uma vez que antigamente era natural agrupar, sintetizar o conhecimento humano transitando por diversas áreas ligadas no dia a dia das pessoas. Atualmente, a Psicologia e a Economia são campos maduros e independentes, tendo cada um seus conhecimentos e atuações específicas. Entretanto, há também uma intersecção entre eles, a qual será o foco desta subseção.

A Psicologia é a ciência que estuda as dimensões subjetivas dos fenômenos sociais, ou seja, a Psicologia pode ser definida como um campo de conhecimento e de atuação. Como campo de conhecimento, é basicamente a área que estuda o comportamento dos sujeitos perante a outras pessoas e, como área de atuação, é sobretudo a aplicação desses conhecimentos.³²

Dessa forma, seus objetos de estudo principais são: psique; indivíduos e grupos; comportamento; relações sociais; emoções; aprendizagem. A Psicologia apresenta uma grande diversidade em seus métodos, porém há um denominador comum entre eles: ênfase na observação e nos dados empíricos, isto é, dados reunidos a partir das experiências.³³ Já a Economia, por sua vez, utiliza métodos baseados na matemática e na estatística, ponto crucial que a difere da Psicologia. Nesse sentido, a Economia é apontada como

A ciência social que estuda como o indivíduo e a sociedade decidem utilizar recursos produtivos escassos, na produção de bens e serviços, de modo a distribuí-los entre as várias pessoas e grupos da sociedade, com a finalidade de satisfazer às necessidades humanas.³⁴

Além disso, a Economia - como já mencionado na seção anterior - é uma Ciência que se caracteriza pela ênfase na racionalidade, ou seja, o indivíduo é capaz de tomar a melhor decisão econômica a partir das informações de que dispõe, além de aprender com a experiência.

³² BOCK, Ana M. Vídeo em meio eletrônico (12 min 47s). **Entrevista com Ana Bock sobre Psicologia Social**. Bahia. Abril de 2008. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=gGsgeA>>. Acesso em: 04 jun. 2017.

³³ FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia econômica: como o comportamento econômico influencia nas nossas decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, p. 34-37. 2008.

³⁴ VASCONCELLOS, M. A. S.; GARCIA, M. E. **Fundamentos de Economia**. São Paulo: Saraiva, p.02. 2008.

Uma vez sumarizado o campo de cada área, é possível adentrar no conceito de Psicologia Econômica.

A Psicologia Econômica pretende estudar o comportamento econômico dos indivíduos (denominados, frequentemente, consumidores ou tomadores de decisão, do inglês “decision makers”), grupos, governos, populações, no sentido de compreender como a economia influencia o indivíduo e, por sua vez, como o indivíduo influencia a economia, tendo como variáveis pensamentos, sentimentos, crenças, atitudes e expectativas. Portanto, ao contrário dos economistas, que desprezam as anomalias, os psicólogos econômicos fazem delas seu objeto de estudo privilegiado.³⁵

A Psicologia Econômica surgiu a fim de complementar o enfoque da Economia, a qual muitas vezes não dava conta de explicar suficientemente os fenômenos econômicos, sendo necessário a busca de dados empíricos que contestassem os argumentos dos economistas neoclássicos. Como metodologia, a Psicologia Econômica utiliza experimentos que tem como objetivo avaliar sujeitos e suas escolhas em contextos de barganhas, jogos, mercados, loterias. Tais experimentos ocorrem da seguinte maneira: os participantes devem se comportar como no “mundo real”, ou seja, de maneira rotineira e, para isso, o pesquisador estabelece uma recompensa a fim de que o sujeito se comporte como de forma “normal”. Outro requisito é o de que os participantes necessitam ser notificados acerca da finalidade da pesquisa.³⁶

A Psicologia Econômica relaciona-se com algumas abordagens da Psicologia, como a Experimental, Social, Comportamental, do Consumidor. No entanto, a Economia Comportamental, por exemplo, ainda parece pouco integrada ao campo da Psicologia Econômica, sendo uma área mais independente.³⁷ Assim, a próxima subseção irá focar na área de Economia Comportamental, analisando suas noções gerais.

³⁵ FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia econômica: como o comportamento econômico influencia nas nossas decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, p.39. 2008.

³⁶ Ibidem, p. 43-48.

³⁷ Ibidem, p. 65-68.

3.1.2 Economia Comportamental ou Economia Psicológica

A Economia Comportamental é uma área relativamente nova da Ciência Econômica, tendo a incorporação de outras áreas, como a Psicologia, a Neurociência e outras Ciências Sociais.³⁸ Esta disciplina surge a fim de complementar a teoria econômica tradicional, uma vez que os economistas comportamentais buscam entender e modelar as decisões individuais e dos mercados a partir de uma visão alternativa, entendendo e modelando as decisões dos agentes de forma mais realista. Ao contrário da teoria tradicional, a economia comportamental destaca a importância da emoção, em contraponto com um dos principais pressupostos do modelo tradicional: a racionalidade. “O método experimental é o instrumento mais utilizado pelos economistas comportamentais em sua investigação empírica sobre esses desvios em relação à ação racional ”.³⁹

De uma forma abreviada, pode-se dizer que a Economia Comportamental se concentra na análise “de como os consumidores realmente fazem suas escolhas”⁴⁰, isto é, procura compreender melhor o modelo de tomada de decisão dos consumidores, como eles são suggestionáveis emocionalmente e como analisam as possíveis escolhas.

Analisando historicamente, os primeiros indícios de uma Economia Comportamental aparecem na década de 1950, quando surgiu uma tentativa de modificação por parte de alguns autores. Herbert Simon, tendo como exemplo, defendeu o uso de modelos que empregavam mecanismos cognitivos para observar o comportamento dos indivíduos. Simon evidenciou o termo “racionalidade limitada” para sintetizar a ideia de que basicamente às vezes os indivíduos tomam decisões econômicas que não estão de acordo com as decisões consideradas ideais, ou seja, aquelas que maximizam a utilidade. Isso ocorre, pois nem sempre é possível fazer uma análise completa e racional dos ganhos e perdas envolvidos na tomada de decisão, uma vez que, para ele, a racionalidade pessoal está limitada por três dimensões: informação disponível, limitação cognitiva da mente individual e tempo disponível para tomada de decisão.⁴¹

³⁸ Informação disponível em <economiacomportamental.org> . Acesso em: 05 jun. 2017.

³⁹ Loc. cit. Acesso em: 05 jun. 2017.

⁴⁰ VARIAN, H. R. **Microeconomia: uma abordagem moderna**. 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, p.594. 2012.

⁴¹ SILVA, Adilson; BRITO, Eliane. Incerteza, Racionalidade Limitada e Comportamento Oportunista: Um Estudo Na Industria Brasileira. São Paulo: Ram, **Rev. Adm. Mackenzie**, v.14, p. 176-188. 2013.

No entanto, a grande ruptura ocorreu na década de 1970, quando os psicólogos iniciaram os estudos acerca do processo de decisão e do comportamento dos agentes, aprofundando no campo da economia. Ao final da década de 70 há dois trabalhos relevantes que são considerados grandes marcos para a Economia Comportamental. O primeiro, a chamada Teoria do Prospecto ou da Perspectiva, dos psicólogos Daniel Kahneman e Amos Tversky, procurava indicar as falhas dos axiomas da Teoria da Utilidade Esperada, propondo um modelo alternativo denominado “Teoria do Prospecto”.⁴² Uma das principais conclusões que os psicólogos chegam é de que os indivíduos mudam suas preferências conforme o modelo, os chamados efeitos de enquadramento, isto é, diferentes enquadramentos resultam em diferentes decisões.⁴³

O objetivo principal era compreender os vieses e as heurísticas a fim de responder como os indivíduos solucionam seus problemas e como processam uma decisão que gera determinado comportamento, ou seja, para Kahneman e Tversky o “correto” seria observar como as pessoas tomam as decisões, pois, para eles, os economistas baseados na Teoria da Utilidade Esperada estavam fazendo suposições irrealistas, não conseguindo, portanto, explicar de forma adequada como se dá o processo da escolha.

Além do efeito “enquadramento”, os autores identificaram, também, que se verifica uma aversão à perda, isto é, comportamentos que visam evitar perdas- ainda que possam levar, justamente, a incorrer em diversos riscos. Nesse sentido:

Eles propõem, então, uma teoria alternativa de escolhas, em que valor é atribuído a ganhos e perdas, e não aos bens finais, e no qual as probabilidades são substituídas por pesos na decisão. Nesse contexto, identificam a função de valor como normalmente côncava para ganhos e convexa para perdas, sendo, comumente, mais aguda para perdas do que para ganhos.⁴⁴

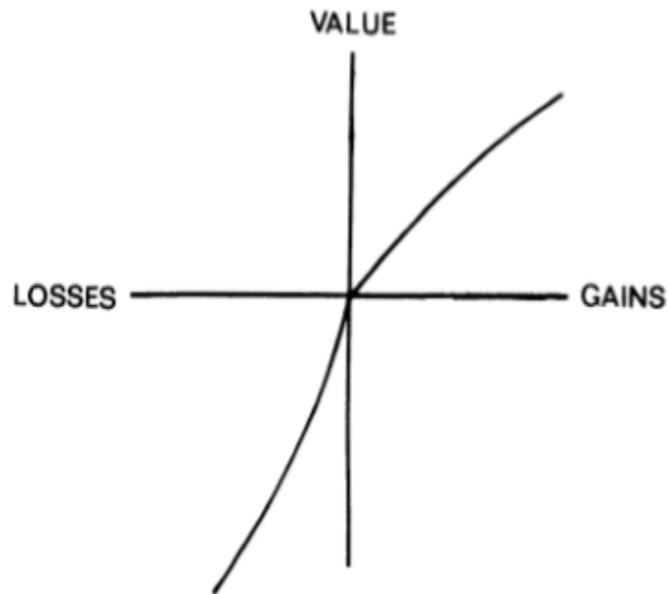
A partir dessa conclusão, chega-se a uma função valor, a qual no domínio do ganho ela é côncava, já no domínio da perda é convexa, sendo mais inclinada para perdas do que para ganhos, isto é, a teoria do prospecto basicamente revela que os indivíduos sofrem mais com a perda do que o benefício que obtém, logo a curva é mais acentuada para a perda.

⁴² *Prospect Theory* na obra original: KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, fast and slow**. Macmillan, 2011. Tradução nossa.

⁴³ O conceito de “efeito de enquadramento” será explicado com mais detalhes na subseção seguinte, assim como todos os outros vieses cognitivos.

⁴⁴ FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia econômica: como o comportamento econômico influencia nas nossas decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, p.169. 2008.

Figura 3- Função valor



Fonte: Kahneman e Tversky (1979, p. 279)

O segundo trabalho relevante é do economista Richard Thaler, publicado em 1980, em no qual ele apresenta uma sequência de anomalias que não são explicadas pelo modelo clássico da economia, inaugurando, dessa forma, um novo campo de estudo.⁴⁵

⁴⁵ O nome da obra, a qual foi um marco para a Economia Comportamental e, conseqüentemente, para carreira de Richard Thaler é *"Toward a Positive Theory of Consumer Choice"*.

3.2 NEUROECONOMIA

A Neuroeconomia é um setor da Economia Comportamental. Nesse ponto, é importante trazer uma de suas renomadas definições: “The main goal of neuroeconomics is to supply a mechanist account of how economic choices are made”.⁴⁶

Seu principal objetivo é a busca por diferentes formas de compreender como ocorre o processo de tomada de decisão de caráter econômico. Para isso, a Neuroeconomia emprega técnicas pesquisadas pela Medicina a fim de assimilar minuciosamente como é o funcionamento do cérebro humano no decorrer de tal processo.

Além disso, a finalidade é distinguir quais áreas do cérebro estão comprometidas com determinadas situações, ou seja, quando um indivíduo toma uma decisão- econômica, por exemplo- qual é a área que é estimulada, ou seja, a Neuroeconomia basicamente busca definir o que leva um indivíduo tomar determinada decisão e não outra.

Esse ramo da Economia Comportamental, portanto, procura constatar os mecanismos neurais de tomada de decisão e expressá-los matematicamente, podendo, deste modo, alcançar meios para criar previsões de escolha.⁴⁷

Importante ressaltar que foi graças ao emprego da tecnologia na área das Ciências Neurológicas que se tornou viável fazer uma espécie de mapeamento do cérebro, e, dessa forma, medir os níveis da atividade cerebral, constatando quais partes atuam em maior intensidade antes, durante e depois do processo de tomada de decisão.

Sendo assim, a Neuroeconomia só teve espaço relevante para evoluir a partir do momento em que passaram a existir tecnologias apropriadas. O progresso dessas tecnologias assegurou o desenvolvimento deste ramo. Em razão da dimensão desse fato, cabe apontar algumas das principais tecnologias utilizadas na neuroeconomia, como as seguintes técnicas: ressonância magnética funcional, eletroencefalograma, tomografia por emissão de pósitrons, estimulação magnética transcraniana repetitiva.

⁴⁶ CAMERER, C.F. A review essay about foundations of neuroeconomic Analysis by Paul Glimcher. **Journal of Economic Literature**, v.51, n.4, p. 1155-1158. 2013.

⁴⁷ Ibidem. p.1158-1182.

As três primeiras técnicas são métodos de imagem, no entanto, a única que mede diretamente a atividade neural em humanos é o eletroencefalograma. As outras duas dispõem apenas de resolução espacial das imagens. Logo, uma alternativa para evitar as carências de cada método, é utilizá-los combinados ou concomitantemente.⁴⁸

Existem, também, alguns métodos de estimulação encefálica não invasiva mais modernos, como a estimulação magnética transcraniana repetitiva, os quais têm possibilitado a intervenção nos processos cerebrais- fomentando ou deprimindo elementos particulares através de pulsos eletromagnéticos, convertendo até mesmo o processo de escolha do indivíduo. Esse método é empregado no tratamento de inúmeras doenças psiquiátricas, como ansiedade, depressão, insônia, transtorno obsessivo-compulsivo. Entretanto, a aplicação dessa técnica é limitada a certas áreas do cérebro, porquanto em outras pode causar efeitos colaterais como convulsões ou até mesmo deixar uma seqüela eterna.⁴⁹

Assim, é importante frisar que, de forma geral, a economia comportamental e, por consequência a neuroeconomia também, não buscam a criação de uma nova teoria, nem a ruptura com o modelo tradicional. O intuito não é criar um novo modelo, mas, sim, contestar parte dos pressupostos anteriormente estabelecidos.

Isto posto, é possível destacar ligações com o modelo do capítulo anterior, uma vez que o que se busca é apenas ajustar as premissas consideradas inadequadas e/ou incompletas, alcançando então o objetivo de aprimorar a reprodução da realidade, dando conta dos fenômenos que de fato incidem na mente humana quando o indivíduo toma uma decisão, por exemplo, sobre consumo.

⁴⁸ CAMERER, C.F.; LOEWENSTEIN, G.; PRELEC, D. Neuroeconomic: how neuroscience can inform economics. **Journal of Economic Literature**, v.43, n.1, p. 09-64. 2005.

⁴⁹ CAMERER; LOEWENSTEIN, loc. cit.

3.3 VIESES COGNITIVOS

Os vieses cognitivos são comportamentos que divergem do que se espera de como o indivíduo efetivamente se comporte no modelo tradicional da Economia, em que o indivíduo é tido como um ser racional que sabe tomar a melhor decisão econômica (*Homo Economicus*). Vieses são advindos de vários processos que são, em muitos casos, de difícil distinção. Esses incluem atalhos no processamento de informação (heurística), falta de clareza mental e a capacidade limitada da mente ao processar informações, ou até mesmo influência social.

Heurísticas são processos cognitivos empregues em decisões não racionais, sendo definidas como estratégias que desconsideram, ignoram parte da informação com a finalidade de tornar a escolha mais fácil e rápida. No entanto, esses vieses dificultam tal comportamento racional. Nesta subseção serão apresentados alguns exemplos mais relevantes de vieses cognitivos e suas implicações.

3.3.1 Ancoragem

O efeito de ancoragem nada mais é que a dificuldade que os indivíduos apresentam em se afastar da influência de uma primeira impressão, seja uma característica, seja uma informação recebida, retratando, portanto, um julgamento viesado.

Nesse sentido,

Ele acontece quando as pessoas consideram um valor particular para uma quantidade desconhecida antes de estimar essa quantidade. O que ocorre é um dos resultados mais confiáveis e robustos da psicologia experimental: a estimativa fica perto do número que as pessoas consideraram- por isso a imagem de uma âncora. Se lhe perguntassem se Gandhi tinha mais do que 114 anos quando morreu, você acabaria com uma estimativa muito mais elevada da idade da morte dele do que teria se a pergunta de ancoragem se referisse à morte com 35 anos.⁵⁰

Importante ressaltar que a ancoragem atua tanto sobre o Sistema 1, quanto sobre o Sistema 2. A memória tem um papel importante no Sistema 2, pois, quando o cérebro acessa a memória à procura de informações, algumas informações estão mais “disponíveis” que outras.

⁵⁰ KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, p. 156. 2011.

Quando trazidos ao processamento do Sistema 2, ele inconscientemente estará viesado por essas informações oferecidas pela memória.⁵¹

3.3.2 Disponibilidade

Tendência na qual as pessoas costumam distorcer os riscos, baseando-se no quão fácil conseguem lembrar de um evento ocorrido. Se as pessoas se recordam com mais facilidade de eventos como o ataque ao World Trade Center do dia 11 de setembro, os riscos de serem vítimas de ataques aéreos ou de terrorismo, por exemplo, passam a ser superestimados.⁵²

Logo, pessoas que passaram por situações traumáticas recentemente estão mais propensas a imaginar a recorrência de tal quadro. Devido a esse fato, muitas vítimas de desastres naturais consideram a alternativa de adquirir seguros, ideia muitas vezes não pensada por quem nunca passou por tal situação.

3.3.3 Representatividade

A representatividade basicamente é a generalização através de estereótipos que distorcem as probabilidades e as expectativas.⁵³

Abaixo, há um exemplo da heurística da representatividade:

Linda tem 31 anos de idade, é solteira, franca e muito inteligente. É formada em filosofia. Quando era estudante, preocupava-se profundamente questões de discriminação e justiça social, e também participava de manifestações antinucleares.⁵⁴

Das oito situações possíveis apresentadas para Linda, duas respostas eram cruciais: “caixa de banco” ou “caixa de banco e ativa no movimento feminista”. A segunda resposta foi apontada como a de maior probabilidade pela maioria das pessoas, implicando, obviamente, em

⁵¹ KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, p. 162-163. 2011.

⁵² THALER, Richard H., SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness**. Yale University Press, passim. 2008.

⁵³ Cabe aqui salientar que o rótulo de economista ortodoxo é um exemplo de estereótipo generalizador do modo de pensar sobre economia.

⁵⁴ KAHNEMAN, op. cit. p. 198.

um erro lógico, uma vez que não é possível que dois eventos tenham maior probabilidade que apenas um deles.⁵⁵

Logo, a intuição muitas vezes supera a lógica, uma vez que sabemos que o Sistema 2 não é notavelmente alerta e, sim, preguiçoso. A energia que gastamos para utilizar o Sistema 2 e o desgaste que sofremos ao analisar profundamente as decisões que tomamos faz com que seja natural tendermos a utilizar o Sistema 1 para o maior número de tomadas de decisões possível, fazendo com que uma série de erros cognitivos facilitem esse processo.

3.3.4 Aversão à Perda

Os indivíduos são mais sensíveis a perdas do que a ganhos de mesma grandeza, ou seja, se verifica uma aversão à perda. Tal viés é uma das conclusões que Daniel Kahneman e Amos Tversky chegam com a Teoria do Prospecto.

Importante ressaltar que a aversão à perda acarreta estados de inércia, visto que os indivíduos se sentem mais seguros tomando decisões que minimizem a sensação de exposição aos riscos, mesmo essa exposição podendo ser benéfica a fim de promover os próprios interesses.

3.3.5 Enquadramento

Vieses cognitivos de enquadramento surgem em razão da inaptidão do Sistema 1 de atuar de maneira exclusivamente racional, ou seja, há uma dificuldade de julgamento de opções iguais formuladas em contextos diferentes. Assim, duas frases que são logicamente equivalentes podem ocasionar reações diferentes dependendo do contexto em que são expostas.

Um exemplo clássico do viés de enquadramento é o tratamento dado pelos médicos ao explicar aos familiares a situação do paciente, podendo optar entre relatar que o paciente apresenta “10% de chances de morrer” ou “90% de chances de sobreviver”, por exemplo. O

⁵⁵ Importante ressaltar que, a partir desse exemplo, Daniel Kahneman e Amos Tversky introduzem a ideia de *falácia da conjunção*, isto é, engano que as pessoas incorrem ao analisar que uma conjunção de dois eventos é mais possível do que apenas um dos eventos em uma comparação direta.

médico estará propenso a fazer sua escolha sob influência do viés de enquadramento, optando, portanto, pelo segundo formato.

3.3.6 Efeito Dotação

O viés efeito dotação surge quando há diferença na análise de valor de bens relativa à dotação inicial, ou seja, tal efeito é basicamente um padrão no qual as pessoas requerem mais para ceder um objeto que estariam dispostas a pagar pelo mesmo. Portanto, esse efeito acaba sendo considerado uma anomalia, uma vez que na teoria econômica padrão, o valor que uma pessoa possui para pagar por um bem é o mesmo que ela estaria disposta a receber em troca de uma posse que já detém.⁵⁶

Nesse ponto, é relevante um exemplo para elucidar tal conceito:

Suponha que tenha um ingresso para um show esgotado de uma banda popular, que você comprou pelo preço normal de duzentos dólares. Você é um fã ávido e teria se disposto a pagar até quinhentos dólares pelo ingresso. Agora você está com seu ingresso na mão e viu na internet que fãs mais endinheirados ou mais desesperados estão oferecendo 3 mil dólares. Você venderia? Se é parecido com a maioria do público de shows esgotados, não. Seu preço de venda mais baixo é acima de 3 mil dólares e seu preço de compra máximo é quinhentos dólares. Esse é um exemplo de um efeito dotação, e um adepto da teoria econômica padrão ficaria perplexo com isso.⁵⁷

Assim, com a mudança do ponto de referência para a dotação do ingresso, a venda passa a representar uma perda do bem possuído devido à aversão à perda- viés já mencionado acima. Logo, a decisão final passa a ser a de não vender o ingresso.

3.3.7 Status Quo

Simplesmente preservar o Status Quo quer dizer deixar as coisas como estão, ou seja, inércia frente à possibilidade de mudanças.⁵⁸ Os indivíduos possuem uma grande tendência a

⁵⁶ Thaler, R. Toward a positive theory of consumer choice. Ithaca, **Journal of Economic Behavior and Organization**. p. 39-60. 1980.

⁵⁷ KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, p. 365. 2011.

⁵⁸ SAMUELSON, W; ZECKHAUSER R. Status Quo Bias in Decision Making. Boston, **Journal of Risk and Uncertainty**. p. 08-48. 1988.

preservar o status quo, porquanto as desvantagens de sair da posição presente parecem muito maiores que as vantagens.⁵⁹

Exemplos que ilustram bem tal viés seriam: comprar sempre a mesma marca de determinado produto; eleger um candidato à reeleição; maioria dos alunos sentarem sempre no mesmo lugar, apesar de não ser obrigatório; permanecer no mesmo emprego.⁶⁰

3.3.8 Excesso de Otimismo

Otimismo é algo natural, no entanto, algumas pessoas tem mais que outras. O excesso de confiança, portanto, nada mais é que a distorção no discernimento de sua posição com relação à média e menosprezo dos prejuízos.

No entanto, excesso de confiança pode ser visto como algo benéfico.

Nesse sentido,

A evidência sugere que um viés otimista desempenha um papel- às vezes, um papel dominante- sempre que os indivíduos ou as instituições voluntariamente assumem riscos significativos. Com grande frequência, pessoas que se arriscam subestimam as chances que enfrentam, e investem bastante esforço em descobrir quais são essas chances. Como interpretam errado os riscos, os empresários otimistas muitas vezes acreditam que são prudentes, mesmo quando não o são. Sua confiança no sucesso futuro sustenta um estado de espírito positivo que os ajuda a obter recursos junto a outras pessoas, eleva o moral de seus empregados e acentua suas perspectivas de triunfo. Quando agir é necessário, otimismo, mesmo da variedade moderadamente delirante, pode ser algo bom.⁶¹

3.3.9 Viés da Resistência

Predisposição que o indivíduo tem para achar que consegue resistir facilmente às tentações. Tal viés é visto como uma falha cognitiva atribuída a dois efeitos: estados emocionais *hot and cold* e escolhas irrefletidas.⁶²

⁵⁹ KAHNEMAN, Daniel; KNETSCH Jack L.; THALER, Richard H. Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. Nashville, **The Journal of Economic Perspectives**. v.5, n.1. 1991. p. 193-206.

⁶⁰ SAMUELSON, W; ZECKHAUSER R. Status Quo Bias in Decision Making. Boston, **Journal of Risk and Uncertainty**. p. 08-48. 1988.

⁶¹ KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, p. 319-320. 2011.

⁶² THALER, Richard H., SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness**. Yale University Press, p. 40-44. 2008.

O primeiro efeito está relacionado a impulsos emocionais. Logo, *cold* representa um estado de “racionalidade”, visto como algo constante e permanente. Já o estado *hot* descreve um estado impulsivo, ou seja, o indivíduo não reflete racionalmente sobre suas decisões quando está sob esse estado.⁶³

O segundo efeito é realizado de maneira inconsciente através do sistema 1 devido, na maioria das vezes, à falta de atenção às funções praticadas, isto é, enquanto a atenção está canalizada em uma atividade, o sistema 1 conduz as outras ações intuitivamente, automaticamente.

Portanto, combinando esses dois efeitos- estados emocionais *hot and cold* e escolhas irrefletidas- nasce o viés da resistência, ou seja, aparecem grandes obstáculos, tornando difícil resistir a tentações, como dependência química; sexo não seguro; baixos níveis de poupança, uma vez que há diversas tentações que muitas vezes não nos permitem economizar e gerar um nível de poupança razoável.

⁶³ A fim de tornar mais ilustrativo, pode-se pensar que o estado *cold* é o que se assemelha ao Sistema 2 de Daniel Kahneman, isto é, o qual desempenha tarefas complexas acerca das decisões, representando um estado de “racionalidade”, de consistência. O estado *hot*, por sua vez, assemelha-se ao Sistema 1, sendo descrito como um estado impulsivo, dado que o Sistema 1 é o que realiza as tarefas de maneira automática, ou seja, de modo intuitivo.

4. O QUE FAZ UM INDIVÍDUO COMETER ERROS?

Como mencionada na subseção anterior, indivíduos tomam decisões de maneiras diferentes, visto que são influenciados de diversos processos, como a cultura, época, ambiente. Além disso, há o papel extremamente relevante do cérebro, dado que a decisão de cada indivíduo é diferente, também, em boa medida por causa dele. Em virtude disso, a Neuroeconomia busca definir o que faz uma pessoa tomar determinada decisão e não outra.

Assim, com os avanços da Neuroeconomia sabe-se que nem todos os indivíduos tomam as melhores decisões econômicas, cometendo erros através de certos comportamentos impulsivos, por exemplo, como a oniomania e a procrastinação.⁶⁴

4.1 ONIOMANIA

O ato de comprar é algo natural e rotineiro em nosso dia a dia. Este se desenvolveu na Grécia Antiga, na qual a necessidade pela adoção dos sistemas monetários modificou os valores morais e culturais.⁶⁵ No entanto, há uma diferença substancial entre o ato de comprar e o comprar compulsivo (oniomania), caracterizando um transtorno.

Nesse sentido,

Comprar compulsivo, ou oniomania (do grego oné- comprar, mania- loucura), caracteriza-se por um excesso de preocupações e desejos relacionados com a aquisição de objetos e por um comportamento caracterizado pela incapacidade de controlar compras e gastos financeiros.⁶⁶

⁶⁴ Neste trabalho, a resposta para a pergunta “o que faz um indivíduo cometer erros?” terá o foco nesses dois comportamentos impulsivos: a oniomania e a procrastinação. No entanto, é importante frisar que esses são apenas dois exemplos em um vasto campo de respostas.

⁶⁵ TAVARES, H. et. al. Compras compulsivas: uma revisão e um relato de caso. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v.30, n. 1, p. 17. 2008.

⁶⁶ FILOMENSKY, T.Z.; TAVARES, H.; CORDÁS, T.A. Compras compulsivas. In: ABREU, C. N.; TAVARES, H.; CORDÁS, T. A. (org.) . **Manual clínico dos transtornos do controle dos impulsos**. Porto Alegre: Artmed, p. 121. 2008.

Dessa maneira, o comprar compulsivo logicamente não está relacionado à maximização de utilidade, uma vez que a compra descontrolada não está associada a uma escolha racional, já que o consumidor não tem a capacidade de avaliar, no momento da euforia, os prós e os contras de tal tomada de decisão econômica.

O comprar desenfreado não é um problema restrito à atualidade, pois existem descrições a respeito desse transtorno desde o século XVIII, como o caso de Maria Antonieta, tido como uma “ [...] figura caprichosa e que gastava de maneira extravagante”.⁶⁷ Entretanto, sabe-se que o atual contexto pode propiciar ainda mais o descontrole com as compras, tornando tal problema cada vez mais moderno.

Neste ponto,

Este também é um problema moderno, porque vivemos em uma sociedade materialista, marcada pelo estímulo ao consumo e pela facilitação do crédito. Nunca se comercializou e se consumiu tanto na história da humanidade como nos dias de hoje.⁶⁸

Além disso, atualmente ainda há mais uma “facilidade” para esses compradores compulsivos: as compras pela Internet, uma vez que no comércio eletrônico é possível fazer compras a qualquer momento e em qualquer lugar.⁶⁹ Por isso, cabe destacar que o transtorno da oniomania também compreende questões sociológicas, como a aceitação em uma cultura ou em um grupo social.

É de extrema relevância, portanto, diferenciar uma compra compulsiva de uma compra normal (programada, racional). Assim,

⁶⁷ FILOMENSKY, T.Z.; TAVARES, H.; CORDÁS, T.A. Compras compulsivas. In: ABREU, C. N.; TAVARES, H.; CORDÁS, T. A. (org.) . **Manual clínico dos transtornos do controle dos impulsos**. Porto Alegre: Artmed, p.120. 2008.

⁶⁸ Ibidem, p. 121.

⁶⁹ TAVARES, H. et. al. Compras compulsivas: uma revisão e um relato de caso. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v.30, n. 1, p. 19. 2008.

A compra normal segue uma sequência de raciocínio relativamente fixa:

1. Avaliação da necessidade;
2. Avaliação das possibilidades;
3. Pesquisa de preço e de condições de pagamento;
4. Consulta a terceiros
5. Negociação
6. Deliberação
7. Comprar apenas o programado⁷⁰

No entanto, indivíduos com o transtorno da compra compulsiva (TCC) não passam por essa sequência de raciocínio antes da tomada de decisão, uma vez que a característica principal do transtorno é a impulsividade, ou seja, apresentam uma grande necessidade de comprar e um baixo controle sobre seus impulsos para comprar, acarretando prejuízos financeiros por não resistir à tentação de consumir.

Logo, indivíduos com tal transtorno podem cometer erros ao tomar uma decisão econômica, uma vez que não racionalizam as consequências futuras, podendo até mesmo dilapidar o patrimônio familiar. Este comportamento impulsivo, não racional que, por conseguinte, não se encaixa com os pressupostos do modelo tradicional de consumo,⁷¹ também ocorre na procrastinação, por exemplo. Assim, um indivíduo com hábitos procrastinadores pode vir a ter um comportamento que também não maximiza sua utilidade. A próxima subseção irá explicar as características principais e as consequências de se ter hábitos procrastinadores.

4.2 PROCRASTINAÇÃO

A ideia essencial é basicamente que se trata de uma protelação de tarefas, porém não é um simples adiamento dos afazeres, mas, sim, um adiamento de funções relevantes, cuja prorrogação é prejudicial, acarretando consequências no longo prazo. Além do mais, o comportamento procrastinatório é contumaz e de custosa erradicação.

⁷⁰ FILOMENSKY, T.Z.; TAVARES, H.; CORDÁS, T.A. Compras compulsivas. In: ABREU, C. N.; TAVARES, H.; CORDÁS, T. A. (org.) . **Manual clínico dos transtornos do controle dos impulsos**. Porto Alegre: Artmed, p.130. 2008.

⁷¹ Relevante relembrar que esses pressupostos do modelo tradicional de consumo foram vistos, ainda que brevemente, no primeiro capítulo na seção “2.1 NOÇÕES GERAIS”.

De um modo geral, a procrastinação compreende a preferência por uma recompensa menor, à disposição de uma maneira mais imediata a uma retribuição maior, pela qual seria inevitável aguardar. O desconto hiperbólico, isto é, as pessoas tendem a descontar o futuro próximo a uma taxa maior do que o futuro distante, faz os agentes postergarem as atividades que garantem custos instantâneos e recompensas futuras, enquanto priorizam por realizar a tarefa se os mesmos custos e benefícios sucederem no futuro.⁷²

A procrastinação acarreta consequências negativas para o indivíduo, como redução na produtividade- seja nos estudos, seja no trabalho- e danos para a saúde. Além disso, os malefícios podem afetar, também, terceiros, como dependência financeira de um terceiro, erro na execução de obrigações em relações aos filhos, prosseguimento em relacionamentos infelizes, custos para a sociedade.⁷³

A procrastinação em relação à vida acadêmica, por exemplo, gera notas baixas, ausência e até mesmo evasão nas salas de aula, resultando em custos para o próprio acadêmico, porquanto deixa de concluir ou demora demasiadamente para concluir a graduação, por exemplo. Quer dizer, o indivíduo comete um erro na tomada de decisão econômica- já que, com o atraso na vida acadêmica, tal indivíduo pode demorar mais para conseguir a tão almejada vaga de emprego-, uma vez que não mede as consequências futuras. Além do mais, tal comportamento ainda causa ineficiência no emprego dos recursos da própria Universidade.

Já hábitos procrastinatórios em relação ao trabalho, por exemplo, manifestam-se desde a preparação do currículo, no contato com possíveis empregadores, influenciando, obviamente, nas chances de conquistar uma vaga.⁷⁴

Já a procrastinação que causa males para a saúde, como a adoção de péssimos hábitos alimentares e o sedentarismo, acarreta, por exemplo, a obesidade, entre outras mazelas. A dieta para perda de peso envolve custos imediatos, enquanto que a recompensa do emagrecimento só é obtida a longo prazo.⁷⁵

⁷² PASERMAN, D. Job Search and Hyperbolic Discounting: Structural Estimation and Policy Evaluation, **The Economic Journal**, Oxford, n. 118, p.1418-1452, ago. 2008.

⁷³ ANDREOU, C. Understanding Procrastination. **Journal for the Theory of Social Behavior**, v. 37, ed. 2, p.183-193, 2007.

⁷⁴ PASERMAN, loc. cit.

⁷⁵ ROSIN, O. Weight- Loss Dieting Behaviour: An Economic Analysis. **Health Economics**. Hoboken, v. 21, n. 7, p. 825-838, jul. 2011.

Por isso, a procrastinação é frequentemente associada à impulsividade e à falta de autocontrole, sendo considerada mais relevante no momento em comparação às recompensas futuras decorrentes de empenhos contínuos. A tomada de decisão precipitosa e o imediatismo podem prejudicar a dedicação e as atividades extensas responsáveis, por exemplo, pelo aperfeiçoamento profissional ou educacional do indivíduo.

O proletário prorroga dia após dia o começo de um projeto, o emprego de novos hábitos, mesmo sabendo que no longo prazo tais feitos aumentariam sua qualidade de vida. Isso ocorre devido ao desconto hiperbólico, uma vez que o eu futuro se beneficiaria da dedicação acumulada, mas o eu presente, no entanto, não é capaz de abdicar da recompensa imediata, isto é, basicamente o indivíduo “sofre” com a propensão que o cérebro tem por uma recompensa imediata em oposição a uma recompensa maior, mas futura, uma vez que deixa de usufruir de imensas possibilidades pelo prazer instantâneo.

Devido ao fato, sabe-se que a procrastinação está relacionada à imprevidência quanto ao futuro. Logo-assim como na Oniomania- o indivíduo que apresenta hábitos procrastinatórios, ou seja, um comportamento impulsivo, com falta de autocontrole, também pode facilmente vir a cometer erros na tomada de decisões econômicas, como procrastinar o envio de um currículo para uma seleção de emprego.

4.3 LIMITAÇÕES E CRÍTICAS À ECONOMIA COMPORTAMENTAL

A intenção desta subseção é apontar as limitações e as críticas da Economia Comportamental, uma vez que, por melhor que seja, toda teoria apresenta falhas.

4.3.1 Limitações à Economia Comportamental

A Economia Comportamental foi um grande avanço para a área das Ciências Econômicas, uma vez que foi esta área, como já mencionada nas seções anteriores, quem apontou certas lacunas que o modelo econômico tradicional apresentava. Entretanto, a Economia Comportamental apresenta limitações. A seguir, veremos algumas dessas insuficiências.

A economia comportamental tem seu foco nas aptidões e nos interesses individuais, ou seja, é baseada no individualismo metodológico, restringindo, por conseguinte, seu poder elucidativo, uma vez que em determinadas situações econômicas, por exemplo, o indivíduo pode não ser a unidade significativa. A maior parte dos resultados da economia comportamental não pode ser desenvolvida apenas em condições de regras sociais ou hábitos.

Conquanto, os indivíduos são expostos em situações experimentais únicas, apenas com influências sociais mínimas e, o que é mais relevante, destituídos dos seus papéis sociais. Sem contar que, apesar das técnicas comportamentais estarem em um alto nível de eficiência, ainda existem algumas dúvidas acerca de como o comportamento no laboratório está associado ao processo de tomada de decisões, dado que a comunicação não-verbal e o espaço pessoal integram uma componente relevante da experiência social.⁷⁶ Pode haver, claro, uma socialização superficial, uma socialização “forçada” devido ao experimento.

Entretanto, existe uma grande distância entre o julgamento e a tomada de decisões em experiências artificiais e aquilo que realmente ocorre em contextos sociais concretos, já que o efeito dos hábitos, da cultura e das instituições sobre indivíduos não pode ser representado artificialmente.⁷⁷ Além disso, as experiências tendem a usar o dinheiro como recompensa, mas a relação entre dinheiro e recompensas primárias, tais como água ou comida, não está clara.⁷⁸

Alguns psicólogos e economistas participantes do ramo da economia comportamental parecem estar conscientes sobre tais limitações, uma vez que, em sua palestra pronunciada devido à entrega do Prêmio Nobel de 2002, Daniel Kahneman apontou as limitações e os méritos da pesquisa comportamental:

⁷⁶ HART, Andrew; WALTON, Mark; PHILIPS, Paul – Neuroeconomics. In **Encyclopedia of Life Sciences**. Chichester: John Wiley & Sons, p. 01-05. 2009.

⁷⁷ CASTRO, A. **Economia comportamental: caracterização e comentários críticos**. 2013. 132 f. Tese (Mestrado em Ciências Econômicas)- Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2013.

⁷⁸ HART, loc. cit.

A general framework such as the one offered here is not a substitute for domain-specific concepts and theories. For one thing, general frameworks and specific models make different ideas accessible. Novel ideas and compelling examples are perhaps more likely to arise from thinking about problems at a lower level of abstraction and generality. However, a broad framework can be useful if it guides a principled search for analogies across domains, to identify common processes and to prevent overly narrow interpretations of findings.⁷⁹

Ainda, outra limitação seriam que os experimentos de neuroeconomia, na maioria das vezes, requerem custos muito elevados, podendo, além do mais, conter técnicas de intervenção invasivas e retratar dados de uma amostra pequena, ou seja, demandam, também, habilidades especializadas para coleta de análises e de dados.

Outrossim, as limitações dos modelos da economia comportamental apontam para a necessidade de acomodar na análise outras razões para agir além das preferências (sociais ou morais). A este respeito, é importante frisar que boas teorias devem levar em consideração que a escolha é determinada por critérios múltiplos, como fatores normativos, afetos, raciocínio moral.⁸⁰

4.3.2 Críticas à Economia Comportamental

Uma vez já tecidas algumas limitações acerca da economia comportamental, é relevante, também, apontar algumas críticas à área.

Como mencionada na subseção anterior, a economia comportamental é fundamentada no individualismo metodológico, ou seja, refere-se à análise da ação humana de acordo com a visão dos agentes individuais. Isto significa basicamente que o indivíduo é visto como a unidade fundamental de decisão, o que pode ser um problema em certos cenários econômicos, porquanto em determinadas condições, nem sempre a unidade principal é o indivíduo.

⁷⁹ KAHNEMAN, D. Maps of bounded rationality: a perspective on intuitive judgment and choice. Prize lecture – Nobel Prize, Dec. 8th, 2002. Disponível em: <<http://nobelprize.org/economics/laureates/2002/kahnemann-lecture.pdf>> . Acesso em: 29 mai. 2017.

⁸⁰ BIANCHI, A.M.; MURAMATSU, R. A volta de Ulisses: Notas críticas sobre a teoria da escolha racional. In.: XXIX Encontro Nacional de Economia, ANPEC, 2001. Disponível em: <<http://www.anpec.org.br/encontro2001/artigos/200101015.pdf>> . Acesso em: 29 mai. 2017.

Outra crítica à economia comportamental é a respeito da ideia de que todo comportamento pode ser explicado em apenas termos físicos, genéticos e em como o cérebro funciona. Os estudos de neuroeconomia correm esse risco, desvalorizando os processos sociais, destacando apenas em como o indivíduo nasceu e como ele se desenvolveu do ponto de vista físico durante a sua vida. Isto quer dizer que é natural o indivíduo, ao tomar decisões, ser influenciado de diversas maneiras- seja pelo ambiente, seja pelo cansaço, seja pela época-, sem contar que a decisão é tomada pelo nosso cérebro, o qual é diferente de outrem.

Portanto, a neuroeconomia busca definir o que faz uma pessoa tomar uma decisão e não outra. No entanto, é outro extremo achar que tudo pode ser solucionado através da neurociência, dado que a neuroeconomia deve ter um ponto de equilíbrio, estar em um ponto entre os dois lados.⁸¹

Além da limitação acerca dos custos elevados dos experimentos da neuroeconomia, há uma crítica associada à pesquisa em neuroeconomia, visto que os teóricos têm defendido que hipóteses econômicas não podem ser contestadas usando os dados da neurociência.⁸²

Sem contar que, como já mencionado acima, os experimentos, muitas vezes, retratam dados de uma amostra pequena e tal amostra, como consequência, prejudica as observações das diferenças individuais, ainda que o experimento seja bem coordenado, podendo acarretar conclusões equivocadas, seja devido às limitações referentes aos métodos experimentais, seja devido ao escasso conhecimento acerca da função cerebral subjacente.⁸³

⁸¹ CAMERER, C. F. A review essay about foundations of neuroeconomic Analysis by Paul Glimcher. **Journal of Economic Literature**, v. 51, n. 4, p. 1155-1182, 2013.

⁸² COLTHEART, Max- Brain imaging, connectionism, and cognitive neuropsychology. **Cognitive Neuropsychology**, p.21-25. 2004.

⁸³ LOGOTHETIS, Nikos- What we can do and what we cannot do with fmri. **Nature**, p.869-878. 2008.

5 CONCLUSÃO

O propósito desse trabalho foi -através de um ensaio exploratório da literatura- analisar alguns dos fatores que levam o indivíduo ao erro na tomada de decisões de caráter econômico. Para isso, foi necessário, antes de mais nada, apresentar certos conceitos- chave, como o modelo tradicional de consumo e seus pressupostos, as contribuições e questionamentos da economia comportamental, bem como o emergente campo da neuroeconomia com seus avanços.

O modelo clássico de consumo tem como pressuposto a racionalidade dos indivíduos, isto é, eles consomem de maneira a maximizar sua satisfação, sempre sabendo a melhor escolha. Devido ao fato, tal teoria desconsidera o reflexo que o ambiente, as influências sociais e emocionais e a época acarretam no momento da tomada de decisão de natureza econômica. Por isso, apesar de ser de extrema relevância para a representação mundo econômico, essa teoria sozinha, devido a limitações, não é capaz de explicar, em alguns casos, o comportamento real do indivíduo.

O modelo tradicional de consumo é insuficiente, por exemplo, para explicar como os indivíduos com onimania tomam suas decisões, dado que a compra desenfreada não está associada a uma escolha racional, já que o consumidor não tem a capacidade de avaliar, no momento da euforia, os prós e os contras de tal tomada de decisão econômica. Também é insuficiente para explicar, por exemplo, a procrastinação, haja vista que procrastinação é, assim como a onimania, frequentemente associada à impulsividade e à falta de autocontrole, sendo considerada mais relevante no momento em comparação às recompensas futuras decorrentes de empenhos contínuos.

A tomada de decisão precipitosa e o imediatismo podem prejudicar a dedicação e as atividades extensas responsáveis, por exemplo, pelo aperfeiçoamento profissional ou educacional do indivíduo, ou seja, o indivíduo acaba por cometer erros na tomada de decisão de caráter econômico, uma vez que hábitos procrastinatórios em relação ao trabalho, por exemplo, manifestam-se desde a preparação do currículo, no contato com possíveis empregadores, influenciando, obviamente, nas chances de conquistar uma vaga.

Logo, a economia comportamental surge para aprimorar o entendimento do comportamento do indivíduo ao questionar o pressuposto da racionalidade, ou seja, a economia comportamental complementa o modelo tradicional de consumo.

Finalmente, é importante destacar que, de maneira geral, a economia comportamental não busca a criação de uma nova teoria, nem a ruptura com o modelo tradicional. O objetivo não é criar um novo paradigma, mas sim contestar e aprimorar parte dos pressupostos, a fim de tornar o modelo descritivo, portanto apontando o comportamento do indivíduo de uma forma mais realista.

REFERÊNCIAS

- ANDREOU, C. Understanding Procrastination. **Journal for the Theory of Social Behavior**, v. 37, ed. 2, p.183-193, 2007.
- BAERT, Patrick. Algumas limitações das explicações da escolha racional na Ciência Política e na Sociologia. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 12, n. 35, Oct. 1997. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010269091997000300005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 27 mai. 2017.
- BIANCHI, A.M.; MURAMATSU, R. A volta de Ulisses: Notas críticas sobre a teoria da escolha racional. In.: XXIX Encontro Nacional de Economia, **ANPEC**, 2001. Disponível em:
<<http://www.anpec.org.br/encontro2001/artigos/200101015.pdf>> . Acesso em: 29 mai. 2017.
- BOCK, Ana M. Vídeo em meio eletrônico (12 min 47s). **Entrevista com Ana Bock sobre Psicologia Social**. Bahia. Abril de 2008. Disponível em
<<https://www.youtube.com/watch?v=gGsgeA>>. Acesso em: 04 jun. 2017.
- CAMERER, C. F.; LOEWENSTEIN, G.; PRELEC, D. Neuroeconomic: how neuroscience can inform economics. **Journal of Economic Literature**, v.43, n.1, p. 09-64. 2005.
- CAMERER, C.F. A review essay about foundations of neuroeconomic Analysis by Paul Glimcher. **Journal of Economic Literature**, v.51, n.4, p. 1155-1182. 2013.
- CAMERER, Colin F.; LOEWENSTEIN, George. Behavioral economics: Past, present, future. **Advances in behavioral economics**, v.3, p. 07-38. 2004.
- CARRERA, José F. **Curso básico de microeconomia**. 3. ed. Salvador: EDUFBA, 2009.
- CASTRO, A. **Economia comportamental: caracterização e comentários críticos**. 2013. 132 f. Tese (Mestrado em Ciências Econômicas)- Instituto de Economia, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2013.
- COLTHEART, Max- Brain imaging, connectionism, and cognitive neuropsychology. **Cognitive Neuropsychology**. p.21-25. 2004.
- DOWNS, Anthony. **Uma teoria econômica da democracia**. São Paulo: EDUSP,1999.
- FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia econômica: como o comportamento econômico influencia nas nossas decisões**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- FILOMENSKY, T.Z.; TAVARES, H.; CORDÁS, T.A. Compras compulsivas. In: ABREU, C. N.; TAVARES, H.; CORDÁS, T. A. (org.) . **Manual clínico dos transtornos do controle dos impulsos**. Porto Alegre: Artmed, p. 121-136. 2008.
- GAUS, Gerald F. **On Philosophy, Politics and Economics**. Belmont: Wadsworth, Cengage Learning. p. 07-28. 2008.

GINTIS, Herbert. **The bounds of reason: game theory and the unification of the behavioral sciences**. Princeton University Press, 2009.

HART, Andrew; WALTON, Mark; PHILIPS, Paul – Neuroeconomics. **In Encyclopedia of Life Sciences**. Chinchester: John Wiley & Sons, p. 01-05. 2009.

KAHNEMAN, D. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.

—————. **Thinking, fast and slow**. Macmillan, 2011.

—————. Maps of bounded rationality: a perspective on intuitive judgment and choice. Prize lecture – Nobel Prize, Dec. 8th, 2002. Disponível em: <<http://nobelprize.org/economics/laureates/2002/kahnemann-lecture.pdf>> . Acesso em: 29 mai. 2017.

KAHNEMAN, Daniel; KNETSCH Jack L.; THALER, Richard H. Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. Nashville, **The Journal of Economic Perspectives**. v.5, n.1., p. 193-206. 1991.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. **Science**. v.185, n. 4157, p. 1125-1129. 1974.

PASERMAN, D. Job Search and Hyperbolic Discounting: Structural Estimation and Policy Evaluation, **The Economic Journal**, Oxford, n. 118, p.1418-1452, ago. 2008.

PINDYCK, Robert S.; RUBINFELD, Daniel L. **Microeconomia**. 7. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

ROSIN, O. Weight- Loss Dieting Behaviour: An Economic Analisys. **Health Economics**. Hoboken, v. 21, n. 7, p. 825-838, jul. 2011.

SAMUELSON, W; ZECKHAUSER R. Status Quo Bias in Decision Making. Boston, **Journal of Risk and Uncertainty**. p. 08-48. 1988.

SCHEEFFER, Fernando. Teoria da escolha racional: a evidenciação do *homo economicus?*, **Em Tese**, Florianópolis, v.10, n.1, p.28-43, jan. / jun. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/viewFile/1806-5023.2013v10n1p28/27245>> . Acesso em: 25 mai. 2017

SILVA, Adilson; BRITO, Eliane. Incerteza, Racionalidade Limitada e Comportamento Oportunista: Um Estudo Na Industria Brasileira. São Paulo: Ram, **Rev. Adm. Mackenzie**, v.14, p. 176-201. 2013.

TAVARES, H. et. al. Compras compulsivas: uma revisão e um relato de caso. **Revista Brasileira de Psiquiatria**, v.30, n. 1, p. 16-23. 2008.

THALER, Richard H., SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness**. Yale University Press, 2008.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass. **Nudge: o empurrão para a escolha certa.** São Paulo: Campus, 2009.

VARIAN, H. R. **Microeconomia: uma abordagem moderna.** 8. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

WARD, Hugh. Rational choice. In: MARSH, David; STORKER, Gerry. **Theory and methods in Political Science.** 2. ed. Basingstoke et al.: Palgrave Macmillan, 2002.