

MARTÍN TETAZ

**PSYCHO
NOMICS**

Planeta **ESTRATÉGIA**

**COMO O FUNCIONAMENTO DA
MENTE AJUDA A DEFINIR
NOSSO COMPORTAMENTO
CONSUMIDOR**

Tradução

Carolina Caires Coelho e Olga Cafalchio

Planeta **ESTRATÉGIA**

Trecho antecipado para divulgação. Venda proibida.

Copyright © Martín Tetaz, 2014
Copyright © Editora Planeta do Brasil, 2018
Todos os direitos reservados.
Título original: *Psychonomics: la economía está en tu mente*

Preparação: Carla Fortino
Revisão: Débora Dutra e Alice Ramos
Revisão técnica: Jonattan Rodriguez Castelli
Diagramação: Triall Editorial Ltda
Capa: Anderson Junqueira

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)
ANGÉLICA ILACQUA CRB-8/7057

Tetaz, Martin

*Psychonomics: como o funcionamento da mente ajuda a definir
nosso comportamento consumidor / Martín Tetaz ; tradução de Caroli-
na Caires Coelho e Olga Cafalcchio. -- São Paulo : Planeta, 2018.*
256 p.

ISBN: 978-85-422-1430-7

1. Economia 2. Comportamento do consumidor 3. Consumidores -
Psicologia I. Título II. Caires Coelho, Carolina III. Cafalcchio, Olga

18-1471

CDD 330

2018
Todos os direitos desta edição reservados à
EDITORA PLANETA DO BRASIL LTDA.
Rua Padre João Manuel, 100 – 21ª andar
Ed. Horsa II – Cerqueira César
01411-000 – São Paulo-SP
www.planetadelivros.com.br
atendimento@editoraplaneta.com.br

Trecho antecipado para divulgação. Venda proibida.

A Pikes, Tito, Lore, Neto e Agustín, por compartilharem (aproximadamente) 50% de meu pacote genético, com tudo o que isso implica em matéria de comportamento e caráter.

A La Mo e a Solcito, por terem me escolhido, apesar de não compartilharem comigo nem um único gene, com tudo o que isso abrange.

Planeta ESTRATÉGIA

Planeta ESTRATÉGIA

Sumário

PRÓLOGO I, por Sebastián Campanario	9
PRÓLOGO II, por Tomás Bulat	13
INTRODUÇÃO Um voo de reconhecimento pelas terras da psicoeconomia	17
PRIMEIRA PARTE Como a mente funciona?	27
SEGUNDA PARTE Psicoeconomia aplicada	105
CONCLUSÃO Uma viagem ao futuro da economia	224
AGRADECIMENTOS	230
PARA SE APROFUNDAR NESSES ASSUNTOS	232

Planeta ESTRATÉGIA

Prólogo I

O dia que antecede uma eleição presidencial costuma ser entediante e rotineiro nas redações de jornais. Não podem ser publicadas pesquisas de intenção de voto, e os esforços se voltam para o planejamento da cobertura do dia seguinte. No dia 6 de novembro de 2012, os principais meios de comunicação dos Estados Unidos publicaram suas edições com informações sobre onde e como votar, as listas completas de candidatos e textos de destaque para relatar as horas tensas dos principais concorrentes à Casa Branca. Tanto o democrata Barack Obama como o republicano Mitt Romney foram fotografados em companhia da família, tomando café com amigos em seus restaurantes preferidos. Os fotógrafos que registraram o escritório de Obama captaram um detalhe: o presidente que seria reeleito no dia seguinte estava lendo – depois ele diria “com dedicação”, em uma reportagem – o livro *Rápido e devagar: duas formas de pensar*, do vencedor do Prêmio Nobel de Economia de 2002, Daniel Kahneman.

Rápido e devagar foi publicado em 2011 e reúne as principais pesquisas da vida de Kahneman, o pai da chamada “economia do comportamento”, que mistura a ciência de Adam Smith e de John Maynard Keynes com lições tiradas da psicologia. O psicólogo israelense, que mora nos Estados Unidos, até então havia se recusado a escrever um livro de divulgação – por considerá-lo “pouco acadêmico” –, mas a obra acabou sendo um grande sucesso.

O fato de o presidente da então maior potência econômica do mundo estar lendo um trabalho sobre economia do comportamento e da felicidade não é irrelevante. Isso se soma ao interesse de líderes de outros governos, como Inglaterra, França, Canadá ou países da Ásia, em aplicar nas políticas públicas lições da psicoeconomia que sejam proveitosas para melhorar a vida da sociedade e medir, em pesquisas oficiais, os níveis agregados de felicidade que não se refletem nos tradicionais índices do PIB. Atualmente, cerca de trinta países empregam esforços para medir o bem-estar emocional de suas respectivas populações.

Há anos que as conclusões da economia do comportamento e da felicidade abandonaram seu papel de “compilação de curiosidades” e passaram a fazer parte da caixa de ferramentas dos economistas para melhorar as políticas públicas e propiciar mais sucesso nos negócios. A área já tem reconhecimento acadêmico, com dezenas de centros especializados no mundo todo e publicações específicas, além das “unidades comportamentais” já mencionadas em várias estruturas oficiais.

Na Argentina, nos últimos cinco anos, surgiram os primeiros trabalhos sobre o tema, graças ao esforço e ao entusiasmo de um grupo ainda pequeno de economistas ousados que se dedicam ao domínio desse novo campo. Martín Tetaz, autor deste livro, está à frente desse grupo. Não apenas por ter realizado estudos sobre psicologia cognitiva – além do fato de ser economista –, mas também porque exibe uma combinação única de vontade de divulgar e rigor técnico. Martín trabalha em várias instituições, mas sua base é o Centro de Estudos Distributivos e Laborais da Universidade de La Plata (Cedlas), o principal núcleo de pesquisa sobre assuntos de desigualdade da América Latina.

Ao longo deste livro, essa combinação surgirá várias vezes para provocar o leitor leigo com dados curiosos e surpreendentes. Serão respondidas perguntas do tipo: “Como deveria se comportar um consumidor de acordo com o que sabemos sobre o funcionamento da mente? Como os governos podem refinar a conquista de seus objetivos e melhorar o impacto de suas políticas usando a

economia do comportamento? Quais lições comerciantes e produtores poderiam aprender para melhorar o posicionamento de seus produtos e quais “empurrões” lhes seriam úteis? O que nos torna mais felizes? Até onde chegará a ciência econômica quando forem incorporados esses *insights* nos modelos?”

É essencial que perguntas desse tipo comecem a ser abordadas com pesquisas e estudos locais, porque os estudos antropológicos mais recentes mostram que os “vieses” ou erros sistemáticos dos quais se ocupa a economia do comportamento variam muito de intensidade, dependendo da cultura. A “aversão a perder” ou o “sentido de justiça” apresentam valores muito diferentes, conforme mostram as avaliações na América Latina, na Europa, nos Estados Unidos e em outras partes do mundo.

Nesse sentido, Martín não é um economista de escritório, mas um economista que “mergulha de cabeça” quando preciso. Como no início de 2013, que coordenou uma equipe na Universidade Nacional de La Plata (UNLP), juntamente com María Laura Alzúa, e determinou os prejuízos da terrível inundação que dias antes havia castigado a cidade. Mais tarde, encontrou em uma praça suas duas cachorrinhas, perdidas durante o desastre, em um momento muito emocionante que estampou os jornais e portais de notícias. Como diria Sheldon Cooper, o físico genial protagonista da série *The Big Bang Theory*: “Isso é o que as pessoas não familiarizadas com a teoria dos grandes números chamariam de casualidade”.

Ainda que com recursos muito mais limitados do que nos Estados Unidos e na Europa, a Argentina tem excelentes pesquisadores de economia, propensos a estudar temas interdisciplinares. Na reunião anual da Associação Argentina de Economia Política (AAEP), a porcentagem de trabalhos apresentados sobre novas temáticas cresce muito a cada ano. O diálogo interdisciplinar – com psicólogos, físicos, neurocientistas, matemáticos, biólogos etc. – também está cada vez mais fluente. Nessas áreas de intersecção e cruzamento, abordadas em *Psychonomics*, estão surgindo as ideias mais interessantes.

Além de sermos de La Plata, compartilho com Martín o interesse pelo estudo das fronteiras entre as diferentes ciências. Deste território surgem ocorrências que partilhamos todas as semanas com os leitores: Martín, em sua coluna no jornal *El Día*, e eu, na seção *Alter Eco*, no *La Nación*. (Brincamos que formamos uma Câmara de Colunistas de Economia Não Convencional em jornais de direita aos domingos, e a cada ano nos revezamos na presidência e na vice-presidência.) Espero que consigam, tanto quanto eu, apreciar este livro que conta uma história que, na verdade, está apenas começando.

SEBASTIÁN CAMPANARIO

Planeta ESTRATÉGIA

Prólogo II

Quando Martín me ligou para propor que eu escrevesse o prólogo de seu livro, tive uma grata surpresa. Primeiro porque não sabia que ele estava escrevendo um livro, e segundo devido ao assunto abordado na obra.

Ao adquirir um livro, siga um dos seguintes critérios: ou compro porque gosto do autor, ou porque o assunto me interessa. Neste livro, as duas condições estão presentes: ele vale a pena ser lido por causa do escritor e do tema. Que dupla!

Em primeiro lugar, vou falar do autor, Martín Tetaz.

Martín é um grande economista e uma ótima pessoa. Eu o conheci há algum tempo graças a seus textos. Havia muito tempo que um economista não me chamava atenção ao focar os problemas que nós, argentinos, vivemos. Isso se deve ao fato de Martín ter uma formação acadêmica profunda e moderna, e de se esforçar permanentemente para usar aquilo que a teoria diz ao nosso momento econômico. Esse é o maior desafio de todo economista...

Há aqueles que se atêm à teoria e a realidade os perturba, uma vez que ela não se comporta como o modelo diz que deveria se comportar; e há os que, sem muita formação teórica, descrevem o que ocorre de modo superficial. Martín, por sua vez, é o que procuramos: alia teoria e prática.

Assim é o autor deste livro: ele continua se surpreendendo quando aprende e, por isso, continua ensinando. É professor tam-

bém de alma. Gosta de ensinar e, portanto, gosta de aprender. Esta obra me ensinou muito e, mais ainda, me ajudou a organizar e a sistematizar os conhecimentos.

Um escritor apaixonado pelo que faz e com vontade de ensinar é algo raro, e quando encontramos um devemos apreciá-lo.

Já o assunto do livro é economia do comportamento.

Nós, economistas, costumamos dizer que “a economia é a mais exata das ciências sociais”. Por isso usamos muitos dados estatísticos e fórmulas que nos permitem explicar o que aconteceu, com muita certeza, e prever o que acontecerá, com mais convicção do que realismo.

Justamente por a economia ser uma ciência social, que depende do comportamento do ser humano, ela implica certo nível de imprevisibilidade. Se quisermos saber o que pode acontecer no futuro, temos que entender como se comporta o ser humano hoje. Ou seja, como você se comporta, leitor deste livro. Quanto maior for a nossa capacidade de entender o nosso comportamento, em melhores condições estaremos de prever o que acontecerá na economia. É assim, tão simples e tão complexo.

Todas as pessoas são diferentes, por isso nossas reações são diferentes, o que nos tornaria totalmente imprevisíveis. Na realidade, não é bem assim. A escritora argentina Maitena Burundarena tem uma frase que define muito bem a situação: “Nós, mulheres, somos diferentes, mas passamos pelas mesmas coisas”. Isso se aplica a toda a raça humana.

A verdade, e como diz Martín neste livro, é que somos muito parecidos. “Estritamente falando, é provável que eu não encontre muitas pessoas como eu, que gostem de tomar café amargo de manhã enquanto leem os e-mails, que usem roupas da moda, que se desloquem a pé para todos os lados, que fiquem demais ao celular, que alcem às 2 horas da tarde, que observem na rua mulheres de 35 anos, que saiam para correr à tarde e que preparem para si jantares que serão convenientemente desfrutados com um bom *malbec*, antes de irem dormir em uma cama-box enorme. No entanto, tenho

certeza de que poderia encontrar muitas pessoas que fazem 90% de tudo isso com alguma diferença, e, em todo caso, acho que as coisas que me identificam com exclusividade não são tão importantes para que meu modo de organizar o mundo e a realidade se diferencie demais do que caracteriza muitas outras pessoas”.

Afirmo que, em Martín, esse comportamento quase comum já se modificou com a chegada de Agustín, seu primeiro filho. Agora tenho mais capacidade de prever como vai ser sua vida do que ele, porque já tenho três filhos. Muitas das ações que realizei como pai, e suas consequências, Martín terá. Não todas, mas muitas. E quando conseguimos ser compreendidos, temos mais padrões para antecipar nossas ações futuras.

Foi isto que me encantou neste livro: cada explicação oferecida, seja acerca da memória, de como guardamos as lembranças ou de como tomamos algumas decisões, era clara e simplesmente uma descrição do meu comportamento quando tomo uma decisão, quando me lembro de algo ou quando dou aulas.

Um capítulo é melhor do que o outro na parte dedicada à economia “invasiva”. Eu a chamo assim porque ela entra em quase todos os aspectos de nossa vida, desde o afetivo – por que nos casamos ou por que somos infelizes – até o educativo, inclusive um capítulo muito interessante sobre as políticas públicas. A leitura nos leva a descobrir duas coisas: que alguns preconceituosos muitas vezes têm motivo para serem assim, o velho “pé atrás”, porém o mais interessante é que o que chamamos de “senso comum” pode ser uma burrice. Muitas vezes, nosso “senso comum” se choca com as realidades mais complexas e menos óbvias.

A leitura nos prende porque descobrimos a nós mesmos. Ler este livro é repensar as atitudes da vida. Além disso, traz ferramentas que nos ajudam a tomar decisões que podem melhorar nossa qualidade de vida, com as restrições reais que todos temos hoje.

Quanto mais entendemos, melhores decisões tomamos. Não são nem serão sempre as corretas, mas as melhores. Todos procu-

ramos ser felizes na vida, o que depende não só do contexto, mas também de como reagimos a esse contexto, e, para isso, tenho certeza de que este livro terá grande utilidade. Espero que você goste dele como eu gostei.

TOMÁS BULAT

Planeta ESTRATÉGIA

Introdução

Um voo de reconhecimento pelas terras da psicoeconomia

Mercedes Ramón Negrete é um homem de sorte. No dia 16 de abril de 1972, esse operário têxtil de origem paraguaia conferiu os resultados das treze apostas do concurso de loteria esportiva e sentiu o sangue gelar.

“Não pode ser... Venha, Fabiana, me ajude”, pediu à mulher, que com esforço acomodou o corpo avantajado na cadeira.

Conferiu várias vezes a aposta e se convenceu: era o único ganhador do prêmio milionário.

É provável que aquele tenha sido o ano mais feliz de sua vida. Ele abandonou a mulher, voltou à sua terra natal, fez vários investimentos e cansou de contar dinheiro.

Isso tudo durou pouco, infelizmente, e não porque a falta de instrução de Negrete o tenha condenado a acabar com o dinheiro, algo que por fim aconteceria, mas por causa de uma das maiores descobertas da psicologia: o chamado “efeito de habituação”.

Como mostrou um dos primeiros cientistas a estudar o assunto, o professor Richard Thompson, do Departamento de Psicobiologia da Universidade da Califórnia, essa adaptação às novas condições é, na verdade, uma característica fundamental que tornou possível nossa sobrevivência como espécie ao longo dos anos...

A ideia é que as mudanças nesse estado de ânimo que fazem com que nos sintamos mais ou menos felizes são respostas do nosso organismo a uma novidade que exige, de nossa parte, certa ação de compensação para restaurar o equilíbrio com o ambiente, da mesma maneira que um termostato faz.

Além disso, o fenômeno é naturalmente simétrico. Ocorre com as coisas boas e também com as ruins, e isso explica por que as pessoas que fazem os trabalhos mais desagradáveis, como limpar banheiros ou preparar corpos para velórios, não são menos felizes do que as que passam os dias tranquilamente sentadas a uma mesa de escritório.

Até quando a tristeza bate à nossa porta de repente, mais cedo ou mais tarde acabamos também por nos acostumar com ela, como descobriu o psicólogo Philip Brickman em um estudo no qual entrevistou 22 contemplados na loteria e 29 pessoas que tinham ficado paraplégicas após sofrerem um acidente. Ele descobriu que, um tempo após o ocorrido, todos voltavam a relatar níveis de felicidade parecidos aos de antes do evento que havia mudado sua vida.

Esse efeito de habituação explica ainda por que os habitantes dos países com PIB *per capita* mais alto não são necessariamente mais felizes do que aqueles que vivem em países mais pobres, do mesmo modo que nem mesmo as gerações atuais, que têm renda superior à que seus pais tinham 25 anos atrás, se sentem mais satisfeitas com a vida.

Um simpático pesquisador da Universidade do Sul da Califórnia chamado Richard Easterlin ficou surpreso ao deparar-se com esse resultado há quarenta anos, enquanto tentava dar preço à felicidade. Ele é o responsável por dedicarmos um grande capítulo deste livro à análise do que nos faz felizes.

A renda não importa? Qual é o peso da inflação e do desemprego para a felicidade? Sentimos inveja do que os outros ganham? Seremos mais felizes tendo um companheiro estável ou fazendo sexo com o maior número possível de pessoas? E a religião, a atividade política, a academia, o trabalho, a família...?

O que a ciência demonstrou que realmente nos deixa felizes?

Mas as relações entre economia e psicologia não acabam na felicidade.

Em novembro de 2002, a Academia Sueca entregou o Prêmio Nobel de Economia a um psicólogo israelense chamado Daniel Kahneman, que, depois de realizar muitos experimentos, provou que cometemos sistematicamente erros, ou vieses, no momento de tomar decisões, sobretudo quando as tomamos em contextos de grande incerteza. Parece que simplesmente usamos regras ou heurísticas que funcionam para nós, ainda que não nos permitam alcançar os melhores resultados. Um dos vieses, por exemplo, é o da *representatividade*. Esse vencedor do Prêmio Nobel, atualmente professor da Universidade de Princeton, descobriu que temos a propensão de acreditar que a realidade que nos cerca é representativa do total do país, quando, na verdade, tendemos a nos unir a pessoas de mesmo nível socioeconômico que o nosso e que, além disso, costumam pensar como nós e compartilhar muitos de nossos hábitos.

Em um estudo que acabei de publicar com Guillermo Cruces, do Centro de Estudos Distributivos, Laborais e Sociais da Universidade Nacional de La Plata (Cedlas), e Ricardo Pérez Truglia, da Universidade de Harvard, fizemos uma pesquisa com um número representativo de moradores da área metropolitana da Grande Buenos Aires, na qual o pesquisador dizia aos entrevistados: “Na Argentina existem aproximadamente 10 milhões de famílias. Em sua opinião, quantas famílias com renda menor do que a sua existem?”.

Sistematicamente, os entrevistados mais pobres responderam que havia 4 milhões ou 5 milhões de lares em situação pior que a deles, enquanto os entrevistados que estavam entre os 10% ou 20% com maior renda acreditavam que havia apenas 5 milhões ou 6 milhões de famílias mais pobres. Todos acreditavam ser mais classe média do que eram na realidade.

Outra descoberta interessante de Kahneman é que, devido às distorções em nosso sistema de memória, não nos lembramos exatamente do que vivemos, e, então, não há como garantir que tomaremos decisões corretas na vida. Se tentarmos escrever em um

caderno um relato de nossas últimas férias, veremos que poucas folhas serão preenchidas, porque boa parte do tempo transcorrido simplesmente se apagou de nossa lembrança, e é até muito possível que tenhamos deturpado o que realmente ocorreu.

O fato de não nos lembrarmos de alguns momentos de nossas férias pode ser comum; talvez acabemos supervalorizando o lado bom vivido e gastando dinheiro demais nas férias seguintes, mas o fato de forjarmos as lembranças de nossa última relação amorosa pode nos levar a cometer o mesmo erro de formar um novo casal que não funcione.

Os problemas com a memória não terminam aí. Sabemos, por pesquisas de psicólogos cognitivos como Endel Tulving, que não temos uma única memória, mas um sistema de diferentes depósitos onde guardamos informações diferentes.

O funcionamento do sistema de memória será de fato um dos eixos deste livro, porque veremos que tanto o marketing como as políticas públicas têm um efeito que depende do tipo de memória a que ocorrem.

Compreender isso nos permitirá entender por que o dólar sobe em nosso país e por que as campanhas de prevenção ao tabagismo, ao alcoolismo e ao uso de drogas não funcionam, mas também o que é preciso fazer para que as pessoas se comportem como os planejadores de políticas públicas desejam.

O esboço da arquitetura da escolha é a especialidade de outra autoridade em economia do comportamento, o professor da Universidade de Chicago, Richard Thaler, que tem estudado pequenos macetes (*nudges*) para conseguir fazer que as pessoas doem mais órgãos, ingiram menos gordura, economizem mais, gastem menos energia e estejam dispostas a abrir mão de subsídios públicos ou a comprar um vinho mais caro em um restaurante.

Todas essas descobertas são apenas a ponta do *iceberg* do comportamento. Uma farta literatura científica revela centenas de resultados que não coincidem com as previsões dos modelos econômicos tradicionais ensinados na maioria das universidades do mundo.

No entanto, durante muitos anos, apesar da óbvia relação que a economia e a psicologia deveriam ter mantido, ambas as disciplinas seguiram caminhos diferentes.

Os modelos que são aprendidos nos cursos de economia supõem que os seres humanos são máquinas absolutamente racionais, capazes de realizar milhões de cálculos por segundo sem nenhum custo, com o objetivo de maximizar sua utilidade, mesmo quando ninguém tenha conseguido estabelecer, até o momento, o que é concretamente a utilidade.

Existem pesquisas mais sofisticadas que levam em consideração variáveis como “informação imperfeita” e “custos de transação”, mas esses estudos continuam não perguntando como as pessoas de fato tomam suas decisões. Partem do pressuposto de que os indivíduos erram ou se desviam em seu comportamento pelo simples fato de enfrentarem situações nas quais seu acesso à informação é deficiente, como ocorre com quem tem que comprar um computador ou consertar um carro sem saber nada a respeito das características tecnológicas (dos processadores e motores) nem está disposto a gastar o tempo e o dinheiro necessários para entender o assunto.

Ninguém estuda o que as pessoas de fato fazem quando entram no supermercado ou, talvez mais importante, o que levam em consideração quando tomam decisões econômicas absolutamente relevantes a longo prazo, como quanto tempo estudar, qual carreira escolher, que nível de esforço dedicar aos estudos, quando e onde trabalhar, com quem se casar, quantos filhos ter ou como planejar sua aposentadoria.

Melhor dizendo, essas questões não são objeto de estudo dos representantes do *mainstream* da economia científica, mas são levadas em consideração pelas empresas. Desde a publicação do famoso livro que Vance Packard escreveu nos anos 1950, *Nova técnica de convencer* [cujo título original em inglês é *The hidden persuaders*, Os persuasores ocultos], sabemos que as empresas de primeira linha montam seus centros de pesquisa nos fundos dos supermercados e não deixam nada ao acaso. Determinam com

precisão a localização dos produtos nas prateleiras, a cor das etiquetas, o preço das mercadorias e o formato das embalagens. Também estudam detalhadamente quem são seus clientes e em quais dias do mês fazem suas compras, entre outros dados. No entanto, o resultado dessas pesquisas dificilmente é publicado.

Sabe-se muito pouco a respeito de como as pessoas tomam as decisões econômicas que acabam sendo as mais importantes de sua vida. O setor privado, de fato, não tem o hábito de contratar economistas para que integrem os departamentos de marketing, de fidelização de clientes e de inteligência comercial, já que os modelos que nossa ciência oferece não têm poder para explicar o modo como os consumidores efetivamente escolhem.

No setor público, devido à falta de conhecimentos mais precisos sobre as causas que determinam os comportamentos econômicos, a qualidade das políticas traçadas pelos economistas acaba sendo muito baixa, e, com isso, a sociedade se vê à deriva nas mãos de Estados que não conseguem planejar o desenvolvimento nem corrigir os indesejados desvios de rumo.

Por exemplo, será que os cientistas e os políticos sabem quais são os fatores que causam o baixo rendimento de professores e alunos? Sabem o que explica a escolha de uma carreira ou o seu abandono?

O modelo econômico tradicional indica que o aluno avalia, por meio de uma equação, quais são os custos e os benefícios de estudar, e com base no resultado decide se continua ou se deixa os estudos. Não obstante, como mostrou o economista Robert Jensen, da Universidade da Califórnia, em um texto publicado no prestigiado *Quarterly Journal of Economics*, os alunos têm uma distorção muito grande a respeito de quais são as taxas de retorno da educação.

Ou seja, não sabem quanto vão ganhar quando passarem a ter um salário, e suas estimativas estão muito longe de coincidir com a remuneração que de fato é paga no mercado de trabalho, pois, de modo geral, seus cálculos se baseiam nos salários do grupo reduzido que conhecem.

E quando se informam sobre quanto ganha, em média, uma pessoa que atua na área, como aconteceu em um estudo recente realizado em um grupo de colégios de Madagascar, os estudantes ficam menos propensos a abandonar o curso.

A maioria dos novos alunos de universidades acredita que terminará seus estudos em cerca de cinco ou seis anos, quando a duração média exigida pelas novas carreiras gira em torno de oito a nove anos.

Os índices de evasão dos alunos de nível superior são alarmantes (só 20% dos alunos que entram nas faculdades se formam), e provavelmente isso se deve ao fato de que no fim do primeiro ou do segundo ano, quando podem avaliar a quantidade de matérias que de fato tiveram nesse período, a inconsistência entre suas previsões e a realidade se torne evidente.

O que acontece com as decisões do mercado de trabalho? Um resultado interessante da literatura recente sobre a economia do comportamento enfatiza que, ao ser consultada sobre suas preferências, a maior parte das pessoas se mostra mais de acordo com uma empresa que concede um aumento de salário de 10% em um contexto de inflação de 20% ao ano do que com outra que reduz os salários em 5% em um contexto de estabilidade de preços, mesmo que, em termos de poder aquisitivo do salário, a segunda empresa seja mais favorável para os empregados que a primeira, porque um aumento de 10% com uma inflação de 20% equivale a uma diminuição do poder aquisitivo de quase 10%, ao passo que, se não há inflação e os salários nominais diminuem 5%, a perda toda é essa.

Isso acontece basicamente por dois motivos: primeiro porque os seres humanos sofrem de ilusão monetária, e por isso sempre preferimos ganhar mais, inclusive quando o poder aquisitivo desse novo salário for, na verdade, mais baixo. O segundo tem a ver com uma aversão às injustiças: recusamos qualquer corte salarial quando este é resultado deliberado da ação de alguém (do empresário, nesse caso), ao passo que temos dificuldade para identificar com a mesma facilidade o culpado pela inflação.

Adam Smith, em seu famoso livro que se tornou pedra fundamental da ciência econômica, cita cinco elementos que explicam as diferenças entre os salários que os trabalhadores recebem, e entre eles menciona o nível em que um trabalho satisfaz a pessoa que o realiza.

A questão é que não há modelos de mercado de trabalho que incorporem o princípio de habituação ao estudo das tarefas realizadas pelos trabalhadores, e por isso não se sabe como aplicar políticas que administrem com êxito a oferta de empregos, já que, se as pessoas se acostumam depressa a novas condições de trabalho, então uma mudança nessas condições, com a finalidade de atrair mais trabalhadores, por exemplo, poderia não ter os efeitos esperados *a priori*.

Os índices de poupança interna dos países, para mencionar outro exemplo, são um indicador diretamente relacionado a seus índices de investimento, que determinam, por sua vez, os índices de crescimento de suas economias em longo prazo. Por isso, as autoridades de política econômica muitas vezes procuram modificar as decisões de poupança das famílias, mas não possuem modelos adequados que indiquem o que determina que uma pessoa poupe 10% de sua renda em vez de 20%, ou que não poupe nada.

Walter Mischel, da Universidade de Stanford, realizou um experimento muito interessante com várias crianças para analisar os efeitos da postergação do prazer.

A um grupo de crianças do jardim de infância, ele oferecia um bombom de presente, mas, antes que as crianças guardassem o doce, os pesquisadores propunham a possibilidade de elas devolverem a guloseima em troca de receberem duas no dia seguinte.

Mischel, que continuou visitando os alunos durante vários anos, fez uma descoberta interessante: aqueles que tinham postergado o momento de comer o chocolate com a intenção de conseguir maior satisfação posteriormente (ou seja, os mais propensos a poupar) foram os que apresentaram melhores índices de rendimento escolar no ensino médio.

O que chama atenção não é a relação entre paciência e índice de poupança nem entre ansiedade e consumo, mas o fato de essa

poupança estar muito ligada aos resultados da análise das avaliações de qualidade educacional em nível internacional.

Todos os anos, em muitos países, são feitas duas provas padronizadas que medem o rendimento dos alunos em matemática, idiomas e ciências. As avaliações são conhecidas internacionalmente por suas siglas em inglês, Pisa (Programme for International Student Assessment [Programa Internacional de Avaliação de Alunos]) e TIMSS (Trends in International Mathematics and Science Study [Tendências no Estudo Internacional de Matemática e Ciências]). Que países, em sua opinião, apresentam melhor rendimento escolar? Vou dar uma pista: os Estados Unidos não estão entre os primeiros. Nem mesmo a França, a Austrália, a Inglaterra e a Argentina (que apresenta resultados piores que a Romênia). São os países asiáticos que lideram a maioria dos *rankings*: não só têm os índices de poupança mais altos do mundo, mas também crescem a índices mais elevados (vale mencionar que a Finlândia também apresenta indicadores acadêmicos excelentes e um dos índices de desenvolvimento mais altos da Europa).

Assim, poderíamos seguir listando exemplos que comprovam a enorme necessidade de a economia incorporar modelos da psicologia para melhorar sua compreensão e sua explicação do modo como as pessoas tomam suas decisões.

Mas este livro não é um registro de falhas no funcionamento da mente ou de raridades de colecionadores de fenômenos mentais.

Esses comportamentos que sistematicamente nos afastam do que faria o *Homo economicus* são, na verdade, consequência do funcionamento normal da mente, e não anomalias, e esperamos que disso resulte um mergulho mais profundo nas águas da psicologia cognitiva para buscar as bases sobre as quais será feita a construção da psicoeconomia.

O estudo dessas aparentes “falhas” no comportamento e no modo como as pessoas de fato tomam suas decisões tem grande utilidade na psicologia das finanças pessoais, na análise de como as pessoas raciocinam quando tomam uma decisão econômica, na psicoeconomia da publicidade, na psicoanatomia das crises eco-

nômicas, na economia da felicidade, na representação mental que as pessoas fazem das políticas públicas, na psicoeconomia das relações pessoais e em seu equivalente na educação, assim como no terreno em que a sofisticação da mente alcança sua expressão máxima: nos comportamentos estratégicos e na teoria dos jogos.

As áreas de pesquisa mencionadas provavelmente farão parte da agenda que resultará da união entre economia e psicologia nos próximos vinte anos.

Planeta ESTRATÉGIA