

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE EDUCAÇÃO CONTINUADA
MBA EM GESTÃO BANCÁRIA**

CLEIDE A. FERNANDES

**QUE ASPECTOS SUBJETIVOS INTERFEREM NA FORMA DE LIDAR COM AS
FINANÇAS TENDO COMO BASE O ATENDIMENTO A CLIENTES:**

Psicologia & Economia

Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A - Banrisul

Agência Duque de Caxias

PORTO ALEGRE

2011

CLEIDE A. FERNANDES

**QUE ASPECTOS SUBJETIVOS INTERFEREM NA FORMA DE LIDAR COM AS
FINANÇAS BASEADO NO ATENDIMENTO A CLIENTES**

Psicologia E Economia

Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A - Banrisul

Agência Duque de Caxias

**Trabalho de Conclusão de Curso de
Especialização apresentado como requisito
parcial para a obtenção do título de
Especialista em gestão bancário pelo MBA
em Gestão Bancária da Universidade do
Vale do Rio dos Sinos- UNISINOS**

ORIENTADOR: Prof. Tiago Wickstrom Alves

PORTO ALEGRE

2011

CLEIDE A. FERNANDES

**QUE ASPECTOS SUBJETIVOS INTERFEREM NA FORMA DE LIDAR COM AS
FINANÇAS BASEADO NO ATENDIMENTO A CLIENTES**

Psicologia E Economia

Banco do Estado do Rio Grande do Sul S.A - Banrisul

Agência Duque de Caxias

**Trabalho de Conclusão de Curso de
Especialização apresentado como requisito
parcial para a obtenção do título de
Especialista em gestão bancário pelo MBA
em Gestão Bancária da Universidade do
Vale do Rio dos Sinos- UNISINOS**

Aprovado em

BANCA EXAMINADORA

TIAGO WICKSTROM ALVES – UNISINOS (ORIENTADOR)

Componente da Banca Examinadora – Instituição a que pertence

Componente da Banca Examinadora – Instituição a que pertence

"Há um tempo em que é preciso abandonar as roupas usadas, que já tem a forma do nosso corpo, e esquecer os nossos caminhos, que nos levam sempre aos mesmos lugares. É o tempo da travessia. E, se não ousarmos fazê-la, teremos ficado, para sempre, à margem de nós mesmos".

Fernando Pessoa

RESUMO

O presente trabalho objetiva traçar o percurso que caracteriza o nascimento da Psicologia Econômica e da Economia Comportamental como disciplinas específicas, suas linhas de pesquisa, possibilidades de atuação e alguns autores de destaque, como Antonio Zilhão, Vera Rita de Mello Ferreira e Tversky e Kanemann. Chama-se a atenção para a presença desta pesquisa, ainda menos que incipiente no Brasil, propondo alternativas para ampliar o referido campo aqui, em combinação com a psicanálise. Realizou-se esta pesquisa, tendo como base uma agência do Banrisul, com um público da classe política, que é deveras exigente. O método utilizado foram questionários para clientes internos, funcionários do próprio banco e externos. Mais importante ainda foi o método da observação participativa. O tema busca analisar a proximidade da psicologia com a área de finanças, cuidando o atendimento a clientes na tomada de decisão, buscando evidenciar fatores emocionais que interferem nas negociações financeiras. A fundamentação teórica em sua interferência e aproximação na economia e psicologia determina o quanto as decisões e as negociações financeiras são realizadas tendo por pano de fundo questões emocionais e não-rationais.

Palavras-Chave: Economia, Emocional, atendimento

ABSTRACT

This paper aims to trace the route that features the birth of economic psychology and behavioral economics as specific disciplines, their lines of research, possibilities of action and some prominent authors such as Antonio Zilhao, Vera Rita de Mello Ferreira and Tversky and Kanemann. It draws attention to the presence of this research, still less known in Brazil, propose alternatives to extend the field here that, in combination with psychoanalysis. We conducted this research, based on an agency Banrisul, with an audience of politicians, which is very demanding. The method used were questionnaires for internal customers, the bank's own employees and external. More important is the method of participant observation. The theme seeks to analyze the psychology of proximity to the area of finance, nursing care to clients in decision making, seeking to highlight emotional factors that interfere in financial negotiations. The theoretical approach and its interference in the economy and psychology determines how the decisions and the financial negotiations are conducted with the backdrop of emotional issues and non-rational.

Keywords: Economy, Emotional care

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Pergunta 1	41
Gráfico 2 – Pergunta 2	41
Gráfico 3 – Pergunta 3	42
Gráfico 4 – Pergunta 4	42
Gráfico 5 - Pergunta 5	42
Gráfico 6 – Pergunta 6	43
Gráfico 7 – Pergunta 7	43
Gráfico 8 – Pergunta 8	43
Gráfico 9 – Pergunta 9	44
Gráfico 10 – Pergunta 10	44
Gráfico 11 – Pergunta 11	44
Gráfico 12 – Pergunta 12	45
Gráfico 13 – Pergunta 13	45
Gráfico 14 – Pergunta 14	45
Gráfico 15 – Pergunta 15	46

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA E PERGUNTA DE PESQUISA.....	8
1.2 OBJETIVOS	9
1.2.1 Objetivo geral	9
1.2.2 Objetivos específicos	10
1.3 JUSTIFICATIVA	10
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
2.1 TEORIA DA DECISÃO E PSICOLOGIA	14
2.2 PSICOLOGIA ECONÔMICA – História e Campos de Pesquisa.....	15
2.3 ECONOMIA COMPORTAMENTAL - Percursos e Fronteiras	17
2.4 BRASIL – Desconhecimento e Limitações Estimulantes	20
2.5 PSICOLOGIA, ECONOMIA E PSICANÁLISE – aproximações e perspectivas de trabalho	22
2.6 KAHNEMAN	29
2.7 TVERSKY E KAHNEMAN - A Razão da Irracionalidade	29
2.8 O PEQUENO GIGANTE OU O ENORME ANÃO?	31
2.9 HEURÍSTICA II – FAZENDO A PERGUNTA CORRETA	33
3 DELINEAMENTO DA PESQUISA	38
3.1 DEFINIÇÃO DA UNIDADE DE ANÁLISE	38
3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS.....	38
3.2.1 Observação Participativa Da Agência.....	40
3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS	40
3.4 LIMITAÇÕES DO MÉTODO	41
3.4.1 Métodos e procedimentos	41
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	47
5 REFERÊNCIAS.....	48

1 INTRODUÇÃO

O assunto deste trabalho busca analisar que aspectos subjetivos interferem na forma de lidar com as questões financeiras, levando em conta o atendimento a clientes numa agência do Banrisul, cujo público em geral pertence à área política, sendo assim, um público bastante exigente.

O propósito central do trabalho é poder unir a psicologia e a área das finanças, buscando evidenciar fatores que interferem nas tomadas de decisão e no atendimento propriamente dito.

O presente estudo aborda o desenvolvimento do problema e sua conclusão cuja análise acontece na agência Duque de Caxias, do Banco do Estado do Rio Grande do Sul, Banrisul. Neste trabalho consta a metodologia com entrevistas à Gerência e questionários aos clientes em conjunto à observação participativa.

Convém salientar que há uma revisão bibliográfica, cujo tema é incipiente no Brasil, tomando por base três a quatro autores que estudam o tema e, por fim, a análise do que foi observado e trabalhado, objetivando soluções para os problemas apresentados.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMÁTICA E PERGUNTA DE PESQUISA

O tema trata de analisar a proximidade da psicologia e a área de finanças, cuidando o atendimento aos clientes, sua tomada de decisão e evidenciar que aspectos subjetivos interferem ao realizar os negócios.

Como já referido anteriormente, este trabalho é realizado no Banrisul, que é um banco múltiplo de economia mista, S.A., com uma ampla variedade de produtos e serviços financeiros, incluindo cartões de crédito, seguros, previdência privada, grupos de consórcios e administração de terceiros. Suas operações de crédito abrangem segmentos de pessoas físicas e jurídicas, bem como empréstimos imobiliários e crédito rural. O banco possui, em média, 8.400 empregados e, aproximadamente, 400 agências cujos produtos e serviços são investimentos, cartão Banricompras, serviços de internet, pagamentos, transferências de valores, empréstimos consignados, pessoais, crédito 01 minuto, limites, cartão de crédito, antecipação de IR e 13º salário. Trabalha com Pessoas Física e Jurídica. O Banrisul está situado num contexto de mercado competitivo, procurando sempre se renovar, tanto em nível de tecnologia como de pessoas, por meio dos treinamentos pela via interna ou externa. Consta também, dentro da Área de Recursos Humanos, o SESMT com diversos Programas de

Qualidade de Vida, um grupo de profissionais que lida com os assaltos, Programa de Internação para alcoolismo, Pró-sangue para funcionários e familiares, ergonomia, ginástica laboral, etc.

Especificamente aborda-se o atendimento a clientes internos e externos, numa agência movimentada, situando-se próxima à Assembleia Legislativa e ao Palácio Piratini. Existe a possibilidade de que, em 2012, os clientes poderão optar por outros Bancos e isso, de certa forma, é preocupante no sentido de que o Bannrisul é tratado muitas vezes como “banquinho” e, algumas vezes, o cliente não recebe o atendimento adequado.

Como se pode, então, tornar esta realidade diferenciada?

Nos atendimentos a clientes, acontece, muitas vezes, um despreparo em que não são satisfeitas suas necessidades, pois são encaminhados de um lado a outro sem receber a atenção personalizada. Muitas vezes chegam para o atendimento com uma demanda e à medida que se vai escutando-os, as demandas de negócios se ampliam. Há aqueles que por algum motivo foram assaltados e, no desespero, literalmente, necessitam de uma atenção e um atendimento com maior qualificação e nem sempre isso é realizado pelo grupo da agência. Uma das mudanças necessárias a ser posta em prática é mudar esta realidade do atendimento, quando a psicologia junto ao conhecimento das finanças se integre, partindo do próprio grupo que precisa ser trabalhado para esta nova perspectiva de um banco/agência com profissionais qualificados com a devida preparação. Propõem-se reuniões, a fim de que cada um possa tomar consciência de que todos são responsáveis, não somente a administração. Como, onde e de que forma se pode perceber e ver a afinidade entre a área da Psicologia e das Finanças?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Analisar que questões subjetivas são importantes para que se possa utilizar a psicologia unida às questões financeiras para um bom atendimento, buscando, neste trabalho, avaliar formas para reduzir queixas e como aumentar as possibilidades de satisfação da demanda dos clientes externos e internos, objetivando uma maior produtividade e lucro para o Banco.

1.2.2 Objetivos específicos

Descrever, por meio de questionário com afirmativas, a pesquisa com vinte questionários para clientes internos e externos;

Observar formas de melhorias de atendimento;

Avaliar a performance do atendimento, levando-se em conta questões subjetivas e financeiras;

Caracterizar quais aspectos deverão ser considerados para a melhoria do atendimento;

Analisar o contexto do atendimento com observação participativa.

1.3 JUSTIFICATIVA

O trabalho pronto, a partir das questões subjetivas do sujeito interferindo nas finanças, contribuindo para decisões acertadas, baseado num atendimento adequado, pode fidelizar o cliente, pois existe um receio de que em 2012 vários clientes sairão do Banrisul para outros Bancos, já que poderão optar, principalmente, os funcionários públicos, cuja folha de pagamento é exclusiva do Banrisul hoje.

Com a pesquisa concluída, auxiliará a empresa a aumentar a competência dos trabalhadores, visando à busca de uma melhor resposta do cliente, fazendo a melhor pergunta, desenvolvido através da escuta, o atendimento às necessidades dos clientes, ajudando-os a aperfeiçoar sua vida financeira pessoal.

A oportunidade de realização deste estudo possibilitará identificar os fatores dentro da competência, psicologia e finanças, alterar a forma de atendimento visando à ideia de que o cliente não está ali em frente somente para suprir suas demandas financeiras, mas também comportamentais, já que cada cliente é um e cada um possui uma necessidade única, em que a demanda, muitas vezes, é a escuta, como seres humanos que são; quem atende e quem é atendido.

A importância desta pesquisa é que ele traz um estudo pouco explorado que são as questões psicológicas envolvidas em uma negociação, em que o cliente ganha, mas a empresa também. Busca-se então explorar, pesquisar a efetividade do tema principal; afinal sabe-se que o inconsciente faz o sujeito agir de um jeito, quando na verdade seu desejo é totalmente outro.

Para a Instituição, trabalhando com todas essas premissas, busca-se o aumento da lucratividade, com a satisfação do cliente e dos trabalhadores, mesmo que se trate de um ideal, o qual, de uma forma ou de outra, também são clientes internos, e que uns precisam dos outros e cada um é importante e responsável neste contexto.

A fusão da Psicologia com a área das Finanças, a economia e outras áreas afins, afeta, cada vez mais, nosso contexto social, principalmente, porque se trata da questão do dinheiro; o que resulta numa melhor qualidade de vida ou não. Não se pode pensar em psicologia, aspectos subjetivos, finanças, sendo o dinheiro o movedor de nossa sociedade capitalista, sem levar em conta o contexto social, antropológico e demais áreas que compõem o universo da cultura.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Antonio Zilhão (2001), da Universidade de Lisboa, iniciou seus estudos a partir das ideias do Filósofo Wittgenstein – O modo humano comum de agir constitui o sistema de referência por intermédio do qual interpretam-se línguas estranhas. Esta frase é uma formulação sintética da declaração programática em volta da qual o chamado ponto de vista da interpretação veio posteriormente a se desenvolver. Trata-se de uma estratégia de dramatização do problema da construção de uma semântica empírica que dois filósofos americanos, Quine, tradução radical e Davidson, interpretação radical, verificam a estratégia de pedir ao leitor que imagine ser um explorador acabando de chegar a uma terra na qual os nativos falam uma língua completamente estranha e pense no que então teria de fazer para tentar entender os nativos.

Estas declarações pragmáticas rompem de forma radical com a tradição anterior e definem uma abordagem completamente nova dos estudos semânticos, sendo muito vagas no que diz respeito aos detalhes do modo como essa abordagem poderia ser sistematicamente desenvolvida. Zilhão (2001), ao trabalhar a questão do “é racional”, considerando o agente e suas ações: Um agente deverá ser considerado racional se, e somente se, suas ações forem racionais. Tomando por base a contribuição para o estudo, os comportamentos comuns, como algo relevante, porém, não constituem e nem substituem uma caracterização substantiva da singularidade da estrutura dos referidos comportamentos.

Quando aplicado a uma ação, “é racional”; é em geral tomado como uma forma de referir uma relação particular que obtém os objetivos e a base informativa subjacentes à ação, por um lado, e, por outro, a própria ação ou suas consequências. Os objetivos e a base informativa mencionados são dados pelos desejos e crenças do sujeito.

A crença de qual a melhor forma de agir é justificável em termos das suas crenças acerca do modo (anormal) como o mundo se lhe apresenta na ocasião e dos seus outros objetivos. Portanto, a racionalidade da ação apenas emergirá quando o seu objetivo e a sua crença a respeito do que é melhor a fazer para alcançá-lo forem confrontados com essas outras crenças e objetivos que ele igualmente tem, ou não parece ter muito sentido considerar como racional uma ação baseada numa crença acerca de qual a melhor forma de agir que é simplesmente estúpida. Aqui não se possui critérios para avaliar a razoabilidade da crença em função da qual a ação é efetivamente levada a efeito.

O conceito de racionalidade enérgica foi, todavia, consideravelmente refinado pela teoria matemática da tomada de decisão. Neste contexto teórico, uma ação é considerada como racional se, e somente se, for tal que, independentemente da avaliação do próprio sujeito, origina as consequências que são as melhores para ele, de acordo com seus objetivos e a informação que ele tem acerca do mundo. Tal definição não fornece ainda um critério que permita determinar qual é a melhor de duas ações possíveis; é apenas uma definição que determina dizer-se de uma dada ação que ela é racional. Em particular, trata-se de uma definição que equaciona claramente a ideia de racionalidade com a ideia de optimalidade. Ela precisa, por isso, ser associada a um critério que especifique como vamos determinar dentro de um leque de ações possíveis qual é ou quais são aquelas ações que, em cada situação específica, é a melhor ou são as melhores. Esse critério é fornecido pela teoria. Trata-se do princípio da maximização da utilidade esperada. No contexto desta teoria, as diferentes ações que o sujeito tem a sua disposição são pesadas, não apenas em termos da sua capacidade de produzir o objetivo pretendido, mas também em termos de aceitabilidade ou desiderabilidade (desejos) dos efeitos de consequência a que ela pode dar origem. Chama-se ao objetivo pretendido, juntamente aos efeitos de consequência, o desfecho total de uma ação. As representações dos diferentes desfechos totais possíveis em cada conjunto de circunstâncias são, por sua vez, consideradas como estando organizadas numa escala determinada pela atribuição de valores numéricos aos mesmos de acordo com a sua utilidade ou sua desiderabilidade respectiva. Chama-se a esta escala a função de utilidade; a teoria pressupõe, por conseguinte, que cada sujeito possui uma função de utilidade bem definida.

Por outro lado, a teoria pressupõe também que cada sujeito tem um conjunto de crenças acerca do mundo cujos pesos são diferentes; estes podem ser representados pela atribuição de probabilidades aos conteúdos proposicionais que referem a obtenção ou não obtenção de qualquer um dos estados do mundo que se pressupõe ser relevantes para a determinação do desfecho total da ação do sujeito.

Considera-se uma ação como racional se, e apenas se, ela puder ser representada como resultado da seguinte sequência de procedimentos: Primeiro, a probabilidade da obtenção de cada um dos estados do mundo relevantes é multiplicada pela utilidade de cada um dos desfechos totais possíveis de uma ação. Segundo, os produtos assim obtidos são adicionados; a soma, assim obtida, chama-se utilidade esperada de empreender uma dada ação. Terceiro, toma-se uma decisão para agir de certo modo por meio da seleção daquela ação cuja utilidade é máxima.

2.1 TEORIA DA DECISÃO E PSICOLOGIA

Pode-se supor que a teoria da decisão, tal como caracterizada acima, capta adequadamente o conceito abstrato de racionalidade enérgica. Será que partindo deste pressuposto, deve-se continuar a aceitar como verdadeira a definição aristotélica do Homem como o animal que age racionalmente? Para responder a esta pergunta, é necessário procurar determinar se a teoria da decisão é, de fato, empiricamente verdadeira acerca dos seres humanos.

A experiência confirmará a teoria se e somente se as seguintes duas condições se encontrarem satisfeitas. Primeira, uma vez identificada uma dada ação e as circunstâncias nas quais ela ocorre, as crenças e os desejos, e os seus respectivos pesos relativos, que a teoria atribui aos sujeitos nessas circunstâncias são aqueles que eles efetivamente têm. Segunda, a relação que obtém entre as crenças e os desejos dos agentes e as suas ações é adequadamente capturada pelo princípio da maximização da utilidade esperada; isto é, este princípio constitui efetivamente uma lei de caráter empírico por meio do uso da qual é possível explicar e prever as ações humanas. De acordo com o quadro conceitual delineado pela teoria, identificar os desejos de um sujeito e qual a sua importância relativa é determinar a escala de utilidades do sujeito.

Num outro texto, sobre a contribuição da Psicologia econômica, a autora, Vera Rita de Mello Ferreira, convida a fazer uma viagem não turística, mas a adentrar alguns territórios novos e a reencontrar velhos conhecidos. Salienta que o objetivo da viagem é conhecer um pouco da história econômica, uma disciplina que, apenas nos últimos anos, vem se desenvolvendo de forma mais sistemática, não tendo ainda chegado ao Brasil com este formato, e sua inter-relação com o outro lado da moeda, sua “ciência gêmea”, por assim dizer, que é a economia comportamental. Descreve, nesta trajetória de alguns estudiosos, como essa área sempre enfrentou inúmeras dificuldades para se estabelecer como uma disciplina que deve ser respeitada e, como tal, considerada para contribuir para o exame das questões relativas à economia, em que as principais teorias vigentes nas últimas décadas não vêm dando conta de apreender os fenômenos que podemos observar. Por fim, discutirá as maneiras como a psicologia econômica poderia começar a se instalar no país, a partir de alguns vértices que se selecionará, nos quais se destaca a Psicanálise.

2.2 PSICOLOGIA ECONÔMICA – HISTÓRIA E CAMPOS DE PESQUISA

A partir de 1976, passaram a acontecer colóquios, encontros de estudiosos que se interessavam pela interface entre a Psicologia e a Economia, na cidade de Tilburg, na Holanda. A princípio informais, foram ganhando regularidade e organização, até que em 82 fundou-se uma associação – IAREP – *The International Association for the Research of Economic Psychology*, composta por psicólogos, economistas experimentais, administradores de empresas, especialistas em *marketing* e comportamento do consumidor. A autora refere o quanto é significativo observar como, durante muitos anos, a IAREP funcionou parcialmente em conjunto ao *European Institute for Advanced Studies in Management-EIASM*, que organiza cursos e seminários na área organizacional, com uma proximidade a uma vertente potencial de aplicação e utilização por empresas e instituições. Hoje a Psicologia Econômica está bem estabelecida na Europa, com centros em cidades da Inglaterra, Holanda, Áustria, França e Suécia, entre outros. Esse campo é considerado por alguns como um ramo da psicologia social, e pode também receber outros nomes, como: economia comportamental; psicologia do consumidor; sócio-economia; psicologia das tomadas de decisão; psicologia organizacional ou ocupacional.

Convém salientar que seu objetivo é o estudo interdisciplinar do comportamento econômico – investigar como a economia influencia a vida das pessoas, seus sentimentos, pensamentos e comportamentos, e como esses elementos, por sua vez, podem influenciar a economia, havendo numerosos problemas práticos e acadêmicos para os quais ela poderia contribuir. Uma grande importância é dada à pesquisa empírica, embora haja também interesse por teoria psicológica e econômica, para se proceder às investigações.

Uma pesquisa recente da IAREP destacou as seguintes áreas de interesse como as principais neste momento: comportamento do consumidor; comportamento econômico de crianças e socialização econômica; *e-commerce*; publicidade; comportamento organizacional; psicologia transcultural; tomada de decisão; psicologia do trabalho; meio ambiente; administração financeira; identidade social e nacional; economia experimental; impostos e taxação; representações sociais.

Em seus primórdios, encontramos uma figura de proa que se estabeleceu como uma espécie de marco inicial – George Katona, um psicólogo húngaro-americano que escreveu o livro “Economia Psicológica”, em 1975, seguido depois, nessa incursão pioneira, pelo psicólogo Amos Tversky e pelo economista Richard Thaler.

Atualmente, alguns autores, como Stephen Lea, professor em Exeter, um dos centros ingleses da psicologia econômica, vê alguns pontos de semelhança entre a Economia e a Psicologia, como a sua origem, por exemplo, que seria, ao menos, no que diz respeito ao mundo anglo-saxônico, à escola britânica de filosofia empiricista. Lea aponta o fato de que tanto Adam Smith como William James, considerados respectivamente os pais da economia e da psicologia, começaram suas carreiras intelectuais como filósofos dessa escola de pensamento.

Lea oferece algumas observações para justificar essa divergência – enquanto a economia trabalha fundamentalmente com uma grande teoria geral – a chamada teoria neoclássica, que postula um comportamento sempre racional, e autorregulatório, sempre visando ao próprio bem-estar e aos ganhos por parte dos indivíduos, o que constitui então o “*mainstream*”, a corrente principal que norteia os estudos econômicos – a psicologia moderna, em sua opinião, trabalha mais com dados, tendo descartado as grandes teorias potencialmente unificadoras – e ele inclui aqui a Psicanálise, como exemplo de teoria abandonada, cujo assunto se discutirá mais à frente¹.

Ainda com o autor, existe também uma dificuldade quanto ao interesse de muitos psicólogos acadêmicos, que se ressentiriam de uma aplicação da psicologia, especialmente no campo comercial. Assim, preferem ficar com a teoria, ou com dados obtidos apenas em laboratório, desprezando as informações que se poderia obter na observação da prática. Ao mesmo tempo, esbarra-se em outro tipo de problema com relação à psicologia aplicada, como se pode encontrar na área ligada a consumo – comportamento do consumidor. As informações sobre esse “ganhar dinheiro”, por assim dizer, têm valor comercial, e isso se traduz pelo fato de que, quanto mais conhecidas, menor o seu valor. Logo, este tipo de conhecimento tende a não ser distribuído e utilizado em larga escala. Por outro lado, alguns economistas começam a trabalhar experimentalmente e estão produzindo teorias de alcance mais restrito; o que, portanto os aproximaria do esquema de trabalho dos psicólogos, que procuram examinar como suas teorias se aplicam a dados econômicos, para então usá-los no sentido de aperfeiçoar essas teorias.

A fim de dar uma ideia da abrangência deste estudo, algumas informações estão contidas no programa de mestrado (*máster in science*), oferecido na Universidade de Exeter, sendo considerado um dos únicos do mundo nessa área. Eles colocam como objetivo

¹ Disponível em <http://psychology.exeter.ac.uk/latestnews/researchnews/title_145657_en.html> acesso em 15.06.2011

“produzir pesquisadores que possam fazer boas perguntas, fornecer boas respostas teóricas, dominar várias habilidades relacionadas a esse campo, e ser capaz de produzir, de forma independente, pesquisa empírica de boa qualidade”. Os cursos vão de *workshops* em psicologia à estatística avançada, passando pelos fundamentos e fronteiras da psicologia econômica e seus métodos de pesquisa, até um período de estágio em pesquisa.

Pode ser interessante, também, para se ter noção das possibilidades de abrangência e, talvez, perspectivas de investigação em potencial, conhecer alguns dos temas que são efetivamente investigados por diversos grupos nessa universidade e em outros centros. São eles: psicologia da dívida; psicologia da poupança e do investimento; psicologia do dinheiro, com alguns ramos que se dedicam especificamente ao que ocorre no casamento e segundas núpcias; “distração com o dinheiro”, no sentido de não prestar atenção a ele; escambo; administração pessoal de finanças; comportamento com relação a impostos; publicidade e consumo infantil; economia da família; justiça social e meritocracia; psicologia do turismo; qualidade total; psicologia do euro; socialização econômica; uso e compreensão da WWW pelas crianças; presentear e doar; psicologia da pobreza; usos e gratificações relacionados a comprar. A lista é ampla e parece convidar a muita pesquisa e reflexão.

2.3 ECONOMIA COMPORTAMENTAL - PERCURSOS E FRONTEIRAS

Agora, pode-se examinar como é que os economistas chegaram a se aproximar desse lado mais humano da sua ciência.

Parece interessante acompanhar alguns pontos do percurso feito por Richard Thaler, um economista originalmente da Universidade de Rochester, o qual está atualmente na Universidade de Chicago. Ele é conhecido como uma figura controversa e irreverente, que aos 55 anos ainda desperta a ira de colegas que abominam suas ideias.

O referido economista teve seu interesse despertado pelos aspectos do comportamento econômico a partir de observações muito simples do cotidiano, coisas que pareciam óbvias, ou sem importância, mas que, no entanto, iam muitas vezes frontalmente contra o que era postulado pela teoria econômica ortodoxa.

De fato, meio como lenda, ele diz que tudo pode ter começado, quando, ainda nos anos 70, ele recebia os colegas professores em sua casa, e que, em dado momento, pediram-lhe que tirasse as castanhas que estavam “beliscando”, caso contrário, seria difícil controlar a tentação de comê-las sem parar. Do ponto de vista deles, estariam mais confortáveis sem as

castanhas por perto – o que contraria uma teoria econômica de base, segundo a qual, as pessoas sempre estarão em melhor situação quanto maior o seu número de possibilidades de escolha, e não o contrário (THALER, 2008).

Ele não parou aí – também conta que seu vizinho tinha o seguinte raciocínio com relação a cortar grama do seu jardim: preferia cortá-la ele próprio, para economizar 10 dólares, mas jamais aceitaria cortar a grama de outra pessoa pelos mesmos 10 dólares... Uma vez que o valor seria o mesmo, 10 dólares – de acordo com a teoria econômica clássica, a sua escolha também deveria ir sempre à mesma direção – só que não era isso que se podia constatar. Outro exemplo: Thaler já tinha comprado ingressos antecipadamente para um jogo, mas, no dia, uma tempestade o desencorajava e ao seu amigo, de sair de casa – no entanto, por já terem comprado os ingressos, certamente não iriam. Nova contradição à teoria, que afirma que o dinheiro já gasto não deveria ter influência sobre comportamentos posteriores, uma vez que já estava de fato “perdido” (THALER, 2008).

Essas situações apontam para uma conclusão que parece óbvia – apesar de a teoria econômica afirmar que as pessoas sempre tomam decisões racionais, caso contrário, perdem dinheiro, o que faria com que aprendessem rapidamente a proceder de forma diferente, sob o risco de não conseguir sobreviver, mas não é nada disso que observamos. De acordo com essa visão, dominante na economia desde os anos 70, as pessoas sempre escolheriam as ações certas, a carreira certa, o nível de poupança mais adequado.

Thaler nem precisou ser psicanalista – pois, os psicanalistas veem frequentemente o oposto dessa “racionalidade sábia” em seus clientes, quando examinam a maneira como conduzem sua vida econômica, trabalho, carreira ou negócio. Como se constata, ele nem precisou dessa experiência para chegar a uma conclusão convergente; para ele, as pessoas se comportam como pessoas, sujeitas a erros, irracionalidade e emoção, e suas atitudes nem sempre são compatíveis com a direção mais apropriada para ganhar dinheiro.

Ele também questionou como as pessoas de fato teriam oportunidade de modificar atitudes através de um aprendizado desse tipo, quase que por tentativa e erro, quando as grandes decisões que têm de tomar a respeito de áreas fundamentais de suas vidas, tais como casamento, carreira, plano de aposentadoria, surgem tão escassamente, reduzindo as chances para que essa aprendizagem ocorra.

Falando assim, pode talvez soar como surpreendente que Thaler tenha enfrentado tanta oposição ferrenha por parte dos colegas, ao advogar ideias que surgem como tão cristalinas a

outros de nós. Contudo, foi o que ocorreu e, em certa medida, ainda ocorre – ele foi ignorado, ou ridicularizado, por outros economistas, que não davam qualquer crédito às suas teorias.

Em 76, ele entrou em contato com os trabalhos de dois psicólogos, que também vinham se interessando pelo tema: Daniel Kahneman e Amos Tversky. Interessante destacar que esses não apenas o levaram a sério, como também o encorajaram a prosseguir com seus estudos. Assim, esse primeiro reconhecimento parece ter ajudado Thaler a se levar a sério também (RAAIJ, 1999).

Seu primeiro artigo sobre “anomalias”, aquilo que fugia do escopo da teoria tradicional, foi recusado por todas as grandes revistas de economia. Mas, afinal, foi aceito por uma que estava começando, sobre economia comportamental e organizacional, em 1980. Ele mesmo conta que não tinha dados estatísticos, “só coisa que é verdade”. Naturalmente os colegas o brindaram com solene indiferença – repercussão zero. Exceto por outro psicólogo, Eric Wanner, o qual estava muito interessado em iniciar diálogo com um economista, e o chamou, passando então a financiar o desenvolvimento da economia comportamental. Thaler começou a organizar tal movimento, promovendo seminários e *workshops*.

Hoje ele é bem-sucedido, popular e tem uma firma de investimentos que, segundo ele, obtém êxito em suas aplicações no mercado. Ele mantém que o “*mainstream*” é útil para se começar a pensar, mas realmente não dá conta de explicar tudo.

Finalmente, depois dele, as coisas parecem estar começando a mudar. É possível encontrar outro marco na direção de uma maior aceitação desse campo da economia comportamental, na última década. Em 94, David Laibson, que agora tem 34 anos, defendeu uma tese articulando dinheiro e força de vontade, e apontando também para uma anomalia a partir da análise do resultado de suas pesquisas. Ele foi imediatamente contratado por Harvard. E, em 97, Sendhil Mullainathan, que agora tem 27 anos, correlacionou ideias da Economia, da Psicologia, e da sua infância na Índia rural e pobre, para fazer seu doutorado. Foi contratado pelo M.I.T. e considera esses dois reconhecimentos, dele próprio e de Laibson, uma espécie de ruptura, no sentido de a economia comportamental passar então a ser ouvida com mais interesse, e chegar mesmo a começar a influenciar algumas áreas antes dominadas inteiramente pela visão do “*mainstream*”. A economia comportamental poderia complementar a teoria ortodoxa e ajudar a criar políticas para, por exemplo, controlar o comportamento irracional, ou mesmo destrutivo na economia.

Começa a aumentar também o número de economistas interessados na área, passando dos casos raríssimos até antes da última década, a uma frequência um pouco maior. Um exemplo é Lawrence Summers, de Harvard, que foi secretário do Tesouro de Clinton.

Do ponto de vista da organização do movimento, há algumas associações com sede nos EUA, hoje em dia, que se dedicam a esse tema, entre as quais a *SABE-Society for the Advancement of Behavioural Economics*, iniciada no meio dos anos 80, e que agora funciona em conjunto com a IAREP. A princípio, foram economistas com formação religiosa, católicos e outros, ou formação humanista de modo geral, que desejavam ir além das ideias dominantes na economia de “maximização” de lucros, consumo e, portanto se propuseram a aumentar os vértices possíveis de estudo (RAAIJ, 1999).

Os economistas da SABE, que apresentam diferentes inclinações, definem-se como acadêmicos que fazem análise econômica rigorosa e têm interesse em saber como outras disciplinas – como a psicologia, antropologia, história, ciência política, biologia e outras – podem aumentar o conhecimento sobre o comportamento econômico, nas palavras de John Tomer, seu presidente.

Inicialmente formam-se mais influenciados pela sociologia, mas, a partir dos anos 90, houve um interesse crescente pelas descobertas da psicologia, em especial no campo cognitivo. O avanço no sentido de uma maior aceitação por parte do “*mainstream*” pode ser detectado por eles também, que pretendem ir além da teoria neoclássica (RAAIJ, 1999).

2.4 BRASIL – DESCONHECIMENTO E LIMITAÇÕES ESTIMULANTES

Depois desse panorama geral, que fornece um quadro das condições atuais referentes ao estudo dessa disciplina no mundo, chega-se a uma análise inicial da situação no Brasil. Pelo que se tem podido aferir, é um campo ainda pouco divulgado por aqui, onde grande parte de pessoas comuns, e mesmo acadêmicos, nunca ouviu falar antes nesse assunto.

Um exemplo recente é tudo o que vem sendo dito, inclusive aqui no Brasil, a respeito da economia americana, neste início de ano, quando, apesar de os índices apontarem para um desempenho razoável, assiste-se a uma espécie de desânimo que toma conta das bolsas, isto é, fatores psicológicos presentes e atuantes no cenário econômico, levando a uma preocupação crescente, que por sua vez, pode gerar novas quedas.

O estudo sistemático desses fatores, contudo, ainda está por fazer, e, no nosso país, talvez não se possa sequer dizer que ele engatinha, não obstante, muitas possibilidades são abertas.

De vários campos, houve vivências bastante intensas do ponto de vista da turbulência econômica, desde o período da inflação muito alta até os sucessivos planos de governo para tentar estancá-la, que não apenas não funcionaram, como também, muitas vezes, serviram para desestabilizar a economia, e agora, pós-plano real, há todas as outras repercussões e novas exigências.

Material não faltaria quanto aos aspectos observados.

Levando-se em conta tudo o que foi mencionado, vê-se avançar o campo da Psicologia Social, que está sendo mais requisitada a atuar em diferentes setores, tais como organizações não-governamentais, estruturação de comunidades, empresas que buscam se desenvolver, pesquisas de vários campos. Pode-se, então, incluir esse campo que começa a surgir no horizonte, e que pretende se dedicar de maneira mais específica às questões relativas à economia e aos seus inúmeros desdobramentos.

Embora esse tema já de há muito seja familiar aos psicanalistas, que ouvem descrições detalhadas das dificuldades encontradas nesse âmbito pelos pacientes, e como, muitas vezes, se puderam localizar raízes psíquicas para suas manifestações, somente nos últimos tempos é que outras disciplinas vêm se debruçando de forma mais aprofundada sobre o tema também.

Pode-se inserir aqui uma pequena provocação? É que os psicólogos parecem ser treinados também para manter um tipo de “abertura de cabeça”, da qual, aliás, depende fundamentalmente seu trabalho de escuta, observação e investigação, e isso pode ter um peso determinante para a inauguração do estudo dessa interface que reúne Psicologia e Economia.

Já os economistas – e é essa a provocação – até hoje se debatem e resistem a incluir esse fator na pesquisa e discussão de seu campo, embora se deva reconhecer que há aqueles economistas que já vêm se dedicando a esse estudo. No seio da academia, no entanto, essa vertente ainda recebe pouca atenção, relativamente ao “*mainstream*”, a corrente dominante, que se preocupa quase exclusivamente com o aspecto matemático e racional da economia.

2.5 PSICOLOGIA, ECONOMIA E PSICANÁLISE – APROXIMAÇÕES E PERSPECTIVAS DE TRABALHO

No Brasil, como se vê, encontra-se certa unanimidade entre os economistas quanto à falta de espaço para ampliar seu escopo de investigação, que mantém os pressupostos de racionalidade. Com todo esse espaço à disposição, como se poderá ocupá-lo?

Para um psicanalista, é claro que esse é o caminho que primeiro lhe ocorre, embora fique evidenciado que não se trata do único.

Ao entrar em contato com material sobre Psicologia Econômica, sente-se invariavelmente falta de um tipo de aprofundamento do exame das questões propostas. Talvez aí se situe de fato a diferença básica, e antiga, entre psicologia e psicanálise – a primeira não leva em conta os aspectos ligados ao inconsciente, sendo que, em muitos casos, sequer se interessa em investigar este componente com minúcia. Assim, todas as questões decorrentes da existência de diferentes planos da realidade – uma interna, psíquica, e outra externa – com funcionamentos particulares e profunda interatuação, ganham ênfase na psicanálise, vindo a se constituir mesmo um de seus principais pilares.

Em suma, pode-se observar que, tanto no lado dos psicólogos econômicos, como dos economistas comportamentais, há uma delimitação que não inclui essas dimensões, e a vertente mais favorecida por eles no momento é da psicologia cognitiva.

Como diferentes visões, a autora cita um livro de Robert Schiller, que está fazendo certo sucesso editorial, chamado “Exuberância Irracional”, a respeito da euforia que tomou conta das bolsas americanas na década de 90. Ele foi escrito por este economista e publicado no ano passado. É sintomático observar que ele é casado com uma psicóloga clínica, a quem credita ter começado a se interessar pela psicologia, e ter assim se convencido da sua importância para a economia.

Ele faz um estudo amplo da chamada “bolha especulativa”, levantando fatores estruturais. A intenção, segundo a autora, não “chama” as seguintes variáveis para ajudá-lo a pensar sobre essa perspectiva: a existência de “âncoras psicológicas”, que poderiam ser quantitativas, como os indicadores de que o mercado estaria sub ou sobrevalorizado, ou seja, números cotejados com preços, ou “morais”, representando a força intuitiva ou emocional que levaria a pessoa a comprar ações ou não (SCHILLER, 2000).

Com relação a esses aspectos, ele ressalta a presença de um tipo de confiança excessiva, que acredita estar presente em todas as pessoas, e um julgamento intuitivo, que

poderiam expor toda a fragilidade dessas âncoras, levando à dificuldade de pensar mais à frente, e tomar decisões face às incertezas do futuro. Dessa forma, ele deduz que fatores tão triviais e pouco visíveis como esses poderiam determinar os níveis de mercado.

Ainda com referência ao já citado autor, ele destaca as características relativas ao comportamento coletivo, utilizando, por exemplo, modelos da epidemiologia para apontar o poder da informação boca a boca ao se disseminar, semelhantemente a uma epidemia com suas curvas e tendências. Ele menciona também a possibilidade de coexistência de ideias conflitantes na mente, e como o funcionamento da atenção pode levar a erros de julgamento importantes, mesmo que eles não possam ser racionalmente explicados.

Como conclusão, afirma que a exuberância irracional contribui para a formação e manutenção da bolha especulativa, uma vez que as avaliações altas do mercado não podiam surgir em função de um pensamento público racional (SCHILLER, 2000).

Segundo a autora, a intenção não é de fornecer um relato exaustivo do livro de Schiller, e estas poucas linhas estão evidentemente longe de qualquer tentativa de abrangê-lo como um todo. Servem apenas como ilustração da maneira como um economista já considerado um tanto quanto fora do “*mainstream*”, e recebendo uma repercussão importante entre colegas da mídia, na verdade parece introduzir um elenco limitado de elementos que poderiam realmente ajudar a expandir esse campo de reflexão com a ajuda dos fatores psicológicos, cujo objetivo é poder agregar valor na análise e na pesquisa.

A autora revela que parecemos ter operações psíquicas equivalentes em ação, e aí estaríamos adentrando um terreno de maior aprofundamento do funcionamento da personalidade, que não se limita a descrições fenomenológicas ou estatísticas. Num certo sentido, poderíamos dizer que a natureza humana dá preferência, pelo menos, inicialmente, à ilusão. E até mesmo acrescentar que pode eventualmente – e isto é o mais frequente – pagar um pedágio elevado por essa escolha.

Essa hipótese nos convidaria a observar de que forma os E.U.A. estão reagindo às novas condições, e se, por exemplo, poderemos detectar sinais equivalentes aos que encontramos aqui, logo após o início da vigência do Plano Real, que também impôs uma série de modificações na vida econômica e, conseqüentemente, recebeu diversas representações na dimensão da subjetividade.

Em razão dos aspectos observados, de que maneira os pequenos empresários americanos estão sentindo o final do período de euforia e crescimento que parecia não ter fim

nunca? O que esta nova noção implica em termos de decorrência para a administração de seus negócios? Qual a visão hoje da situação do país como um todo? Haverá pontos em comum com a situação brasileira?

Esse é apenas um exemplo de por onde uma pesquisa, dentro da psicologia econômica, poderia nos conduzir, aqui ressaltando aspectos transculturais. E como estamos levantando as possibilidades de a psicanálise contribuir de formas específicas e peculiares a estudos desse tipo, pensa-se agora como, e para quê, isso poderia ser feito.

Um primeiro fator, já mencionado brevemente, diz respeito ao treinamento do psicanalista no campo da epistemologia. A bagagem do psicanalista, tanto no que se refere à disciplina cotidiana de rigor, isenção e continência na observação e exame do mundo mental, quanto no fato de ter de enfrentar quase inevitavelmente críticas e suspeitas – e até hoje isso existe – o que o torna talvez mais capaz de um pensamento independente, dispensando o aval onipresente de autoridades, e se sentindo razoavelmente à vontade para se embrenhar onde quer que sua investigação o leve.

O conjunto dessas características parece favorecer de maneira decisiva a atividade de pesquisa, em especial, quando esta se dá no campo psíquico, como é o caso da Psicologia Econômica.

O psicanalista não tem o hábito regular das estatísticas, das fórmulas matemáticas, das diferentes metodologias de pesquisa que costumam caracterizar os trabalhos científicos, acadêmicos. Por outro lado, ele pode não apenas ingressar nesse terreno, se assim se fizer necessário, mas de qualquer modo, está pronto para oferecer suas habilidades no sentido de fazer boas perguntas e fornecer boas respostas teóricas, como espera o programa de mestrado já citado, e também da capacidade de olhar a realidade por diferentes ângulos, e ter sua atenção atraída por detalhes que talvez escapem a olhos não tão habituados a “anomalias”, que é uma das matérias-primas do psicanalista.

Além disso, fica a hipótese de que possa haver muitas vezes essa espécie de pudor que caracteriza frequentemente a abordagem de questões relativas a dinheiro, e que pode até mesmo transformar em tabu, impedindo então o acesso a elas de forma mais livre e ampla. É claro que o psicanalista não se encontra num tipo de Olímpio, acima do bem e do mal, mas se espera que ele, mesmo tendo dificuldades também para lidar com essa área, terá pelo menos uma noção de que essa limitação existe, e a levará em conta em seu trabalho. Afinal, seu

exercício diário se pauta na tentativa de trazer o maior número possível de elementos para o acolhimento de sua consciência (SCHILLER, 2000).

Stephen Lea, professor de Exeter, numa palestra na Sociedade Britânica com o título “Ganhando dinheiro a partir da psicologia” faz questionamentos: podemos prever o comportamento econômico? Chamando, então, a atenção da mídia, e o artigo que se referiu a ela, tinha a seguinte chamada – “Se você é tão inteligente, por que você não é rico?” A saber, seria uma pergunta proposta aos economistas (FERREIRA, 2000).

A ideia é atraente e é interessante acompanhar como Lea desenvolve o tema, sempre com uma grande preocupação de afastar essa possibilidade – ele brinca que usou aquele título para garantir que teria a atenção menos inicial dos ouvintes, e termina com outra brincadeira, dizendo que, se suas conclusões estiverem corretas, as pessoas que o estiveram escutando podem de fato passar a se interessar por Psicologia Econômica, e isso as levaria a comprar seus livros – e assim, pelo menos, ele estaria sim conseguindo ganhar dinheiro com psicologia.

Ao final, ele levanta três pontos a sério, sobre as razões pelas quais os psicólogos não deveriam deixar de levar em conta o comportamento econômico: em primeiro lugar, por ele se constituir uma grande parte da vida das pessoas; e, por fim, porque seu estudo pode iluminar diversos pontos da teoria psicológica. Para o psicólogo e/ou psicanalista, de acordo com a autora, não é de fato “prever e ganhar”, interessando mais o aspecto da investigação, da ampliação do campo, do desenvolvimento da capacidade de pensar e aprender com a experiência.

Por conseguinte, ele se refere aqui à importância que o chamado “princípio da reflexividade” pode ter no comportamento econômico geral, inviabilizando por essa razão também qualquer tentativa de previsão mais em longo prazo. Este princípio guarda certa equivalência com o princípio da incerteza ou indeterminação postulado pelo físico quântico Heisenberg, segundo o qual a própria observação dos fenômenos já os modifica, isto é, a presença mesma de um observador já deixaria o mundo de forma inevitavelmente diversa de como estaria na sua ausência. Dessa forma, no momento em que um economista prevê que os juros cairão e, então, faz suas aplicações levando essa variável em conta, outros observam e seguem seus movimentos; por essa razão é que os tais juros poderiam deixar de cair, uma vez que o cenário já não seria o mesmo daquele observado originalmente, e sobre o qual a previsão inicial teria sido feita (FERREIRA, 2000).

Dessa forma, uma conclusão possível, é que ao se estudar as dimensões sociais do mundo, acaba-se mudando-o também. É uma ideia instigante e poderia ter seus contornos expandidos na medida da riqueza e aprofundamento das conclusões a seu respeito. Daí a importância desse casamento potencial.

O psicólogo econômico vem desenvolvendo diversos instrumentos de pesquisa que o psicanalista está longe de dominar no momento, mas teria que se aproximar deles para iniciar estudos mais sistemáticos nesse campo. Do outro lado, o psicólogo poderia ser estimulado pelas ideias desenvolvidas pelo psicanalista a respeito do funcionamento mental, e portanto, avançar de forma significativa seu estudo do comportamento humano, seja individual ou grupal. (FERREIRA, 2000)

A autora do texto levanta uma questão relevante: de que maneira se poderia tentar transpor os paradigmas, os modelos epistemológicos que ajudam a psicanálise a pensar sobre o funcionamento da personalidade para o campo da psicologia econômica, de forma que todos “lucrem” – para usar uma palavra bem a propósito!

Com relação às perspectivas do Brasil, acredita-se em dedicar atenção a caminhos já abertos pelos pesquisadores, em outros países, e refletir sobre a possível utilidade de pesquisar linhas semelhantes aqui também, tais como a grande preocupação com a poupança, que está presente no trabalho de diversos economistas experimentais. Sem um movimento geral de poupança nacional, qualquer país fica muito mais a mercê de ataques especulativos e movimentos de turbulência interna e externa. Por conseguinte, como e por que uma população decide guardar ou não dinheiro? Esta decisão está sujeita a que tipos de fatores? Qual o grau de consciência que a população tem sobre a importância dessa decisão, e a que anseios ela responde? Essas são algumas perguntas que poderiam ser feitas aqui, e se Stephen Lea estiver certo, debruçar-se sobre elas já poderia representar um início de transformação.

Também o estudo de situações em que teríamos a chamada “exuberância irracional” em ação, seja com relação ao mercado acionário, à inflação, seja por qualquer outro evento da experiência econômica coletiva, pode se mostrar de grande utilidade, lembrando que é fundamental que o público em geral possa ter acesso a informações isentas, a fim de melhor decidir suas opções de administração da sua vida econômica. Ou, ainda, as possibilidades de mudança no sistema tributário, que se pautariam não apenas pelos fatores puramente fiscais, mas por outros, de natureza cultural ou psicológica, como propunha o economista Robert Frank, na eventualidade de uma vitória de Al Gore (FRANK, 2009).

Naturalmente, seria desejável também que temas específicos do Brasil pudessem ser igualmente selecionados para receber essa atenção e estudo, uma vez que se tem um campo

tão vasto para investigar e uma necessidade tão grande de ampliar o número de alternativas para se chegar a um desenvolvimento mais satisfatório. Numa outra etapa, pode-se pensar também em estudos transculturais, quando a comparação com a situação de outros países deverá nos permitir tecer uma espécie de “crivo” por onde passar dados e metodologias, com vistas a aperfeiçoar uma epistemologia característica desse campo.

É importante lembrar que a Psicologia Econômica teve início modestamente, com estudiosos começando a trocar ideias sobre suas descobertas, e vem crescendo desde então de maneira cada vez mais vigorosa. Aliás, esse ritmo de início e crescimento tampouco é estranho aos psicanalistas, pois no começo era Freud e, durante muitos anos, era Freud e aquela meia dúzia que ficou eternizada na foto tão popular que retrata o “grupo das quintas-feiras”.

Ressalta a autora, por fim: o que poderá acontecer então, se quem tiver interesse nessa área, começar a dar os primeiros passos, em conjunto? – psicólogos, psicanalistas, economistas, e quem mais vierem...

No livro de John R. Nofsinger, um dos maiores especialistas do mundo na área de psicologia dos investimentos - *A Lógica do Mercado de Ações* – como os investidores podem ganhar mais, salienta um velho ditado de Wall Street: Dois fatores movem o mercado: medo e ganância. Apesar de ser verdadeira, essa caracterização é muito simplista. As emoções que se carrega são tão complexas que o medo e a ganância não podem ser apontados como os únicos elementos psicológicos que influenciam as pessoas no momento de investir.

O autor revela que os psicólogos sabem, há muito, que as pessoas geralmente agem de uma maneira aparentemente irracional e cometem erros previsíveis em suas previsões, ou seja, não tomam decisões racionais e são tendenciosas em suas previsões sobre o futuro (NOFSINGER, 2010).

Os precursores das finanças comportamentais foram considerados hereges. No entanto, na última década, as evidências de que a psicologia e as emoções influenciam as decisões financeiras tornaram-se mais convincentes. Hoje não mais considerados hereges, mas visionários.

Embora continuem as controvérsias sobre quando, como e por que a psicologia afeta os investimentos, muitos veem, na concessão do prêmio Nobel de Economia em 2002 ao psicólogo Daniel Kahneman e ao economista experimental Vernon Smith, o reconhecimento que a área merecia.

Os economistas financeiros percebem, agora, que os investidores podem ser irracionais. Na verdade, seus erros previsíveis de decisão podem afetar a função dos mercados. Mais importante ainda, os erros de raciocínio das pessoas afetam sua forma de investir e, em última instância, sua riqueza.

Mesmo aqueles que entendem as ferramentas modernas de investimento podem falhar como investidores se deixarem que os vieses psicológicos controlem suas decisões.

O cérebro não funciona como um computador. Normalmente processa as informações por meio de atalhos e filtros emocionais para reduzir o tempo de análise. A decisão resultante deste processo nem sempre é a mesma a que se chegaria sem tais filtros. Podem-se considerar os filtros e os atalhos como vieses psicológicos. Conhecê-los é o melhor passo para evitá-los. Um problema comum é superestimar a precisão e a importância das informações.

Não há dúvidas de que investir é difícil. É necessário tomar decisões baseadas em informações que podem ser inadequadas ou imprecisas. Além disso, é preciso entendê-las e analisá-las de maneira eficaz. Infelizmente as pessoas cometem erros previsíveis em seus prognósticos.

Até mesmo as pessoas mais inteligentes são afetadas por vieses psicológicos, mas o fato era tido como irrelevante pela teoria clássica de finanças. Esta pressupõe que as pessoas são o patrimônio. Essas ideias deram origem às teorias de arbitragem, de portfólio, de precificação de ativos e de precificação de opções.

Por sua vez, as finanças comportamentais estudam a forma como as pessoas realmente se comportam em um ambiente financeiro. Especificamente, estudam de que forma a psicologia afeta as decisões financeiras, as empresas e os mercados.

Os psicólogos descobriram que os homens são mais excessivamente confiantes do que as mulheres nas tarefas que parecem ser mais de domínio masculino, como administrar as finanças. O mesmo acontece quando se trata de suas aptidões para tomar decisões de investimento. Portanto, os investidores do sexo masculino realizam mais transações do que os do sexo feminino.

2.6 KAHNEMAN

Não se poderia deixar de citar Daniel Kahneman. Segundo a Wikipédia², a enciclopédia livre, este psicólogo, em 2002, recebeu o prêmio Nobel de Ciências Econômicas em Memória de Alfred Nobel. David Kahneman nasceu em Tel Aviv, em 05 de março de 1934, é um teórico de finanças comportamentais behaviorista, isto é, vincula seus estudos à psicologia cognitiva, que trata do comportamento dentro da área financeira, para explicar o comportamento irracional da gestão de risco pelos seres humanos. É conhecido por sua colaboração com Amos Tversky e outros, estabelecendo uma base cognitiva para os erros dos homens comuns, usando a heurística, que é o conjunto de regras e métodos que conduzem à descoberta, à invenção e à resolução de problemas. Desenvolveu também a “*prospecty teory*”.

Kahneman viveu sua infância em Paris, França e regressou para a Palestina em 1946. Ele fez licenciatura em matemática e psicologia na Universidade Hebraica de Jerusalém, em 1954, após o qual ele serviu nas Forças de Defesa Israelita, principalmente no seu Departamento de Psicologia. Em 1958, ele foi para os Estados Unidos e fez o doutoramento em psicologia na Universidade da Califórnia, em Berkeley, em 1961.

Atualmente é professor da Universidade de Princeton e um membro da Sociedade Hebraica. Destaca-se ainda que ele foi vencedor, em 2002, do prêmio do Banco da Suécia em Ciências Econômicas, em memória de Alfred Nobel (designado, por vezes, como o Prêmio Nobel da Economia), apesar de ser um psicólogo e não um economista. Kahneman afirma nunca ter feito a cadeira de Economia. Declara, também, que o que sabe sobre Economia foi o que ele e Tversky aprenderam com os colaboradores Richard Thaler e Jack Knetsch.

Alfred Nobel desprezava “*peçoas a quem os lucros são mais importantes que o bem-estar da sociedade*”.

2.7 TVERSKY E KAHNEMAN - A RAZÃO DA IRRACIONALIDADE

De uns tempos pra cá, tornou-se comum falar na irracionalidade do ser humano. Especialmente depois de que uma das áreas mais apegadas à racionalidade começou-se a rever seus conceitos: A Economia.

²Disponível em < http://pt.wikipedia.org/wiki/Daniel_kahneman>

A popularidade do tema veio à tona quando Dan Ariely e Tim Harford adaptaram conceitos eminentemente acadêmicos a uma linguagem mais acessível ao público leigo em “Previsivelmente Irracional” e “A Lógica da Vida”, respectivamente.

A origem da discussão, no entanto, está no Trabalho do Nobel em Economia, Daniel Kahneman e seu colega Amos Tversky. Por intermédio de experimentos muito simples, porém extremamente engenhosos, os estudiosos mostraram que indivíduos tomam decisões contrárias ao que pregam. Os mais básicos princípios econômicos, como o da maximização da utilidade, por exemplo (ARAÚJO, 2010).

Um deles é o famoso jogo do ultimato, no qual um dos participantes recebe uma quantia em dinheiro para dividir com seu colega como achar que deve. Ele faz uma oferta sobre como o dinheiro irá ser repartido, e o outro, por sua vez, aceita ou não. Quando concorda, cada um leva a sua parte. Caso contrário, ninguém leva nada. Não há negociação, nem uma segunda rodada. É pegar ou largar. Daí o ultimato.

Num cenário assim, é melhor ganhar R\$ 1,00 do que não levar nada. É neste ponto, dizem os estudiosos, que os resultados violam a teoria econômica. Para esta, o comportamento pode ser explicado como uma série de escolhas racionais, consistentes com preferências estáveis e bem definidas.

Convém salientar que as repetidas versões do experimento mostram que quem recebe tende a recusar ofertas 25% inferiores do total em jogo. Assim, a pessoa prefere não ganhar nada a ganhar pouco. Olhando por outro ângulo, ela paga para se vingar de alguém que foi ganancioso – algo que a economia não comporta. Não aceitar R\$ 1,00 (ou R\$ 0,01) é, portanto, irracional.

Até aí, nenhuma novidade, há milhares de estudos e variações do jogo do Ultimato, mostrando resultados muito semelhantes entre gêneros, culturas e nacionalidades.

No ótimo *The Predictioneer's Game*, Bruce Bueno de Mesquita sugere, contudo, uma nova abordagem do conceito de racionalidade. Para ele, todas as atitudes das pessoas mentalmente saudáveis são racionais. Mas, quando suas decisões violam o que pareceria normal para nós – ou para a sociedade em geral – dizemos que é algo irracional (ARAÚJO, 2010).

Um homem bomba tem suas razões para se explodir junto com um bocado de inocentes (ele acredita que terá 72 virgens esperando por ele no céu), assim como a Madre

Teresa de Calcutá tinha um objetivo enquanto rezava (ela acreditava que também iria para o céu).

Mesmo que não entendamos suas motivações, elas estão baseadas em propósitos claros e, por isso, são racionais. O simples fato de não entendermos ou não concordarmos com tais motivações não as invalida. Assim, o problema está em conhecer o conjunto de preferências individuais sobre as quais as escolhas são feitas. Não cabe aqui questioná-las, somente entendê-las.

Por isso, da próxima vez em que você tentar classificar a decisão de alguém como irracional, deixe de preguiça e imagine qual teriam sido as razões reais por trás de tal escolha. Certamente existe alguma.

2.8 O PEQUENO GIGANTE OU O ENORME ANÃO?

O autor do texto diz ter acompanhado a cruzada de Stephen Kanitz em busca de mais transparência (ou menos parcialidade) nas notícias atuais sobre a crise financeira, divulgadas nos jornais de todo o país. Seu principal argumento reside no fato de que alguns números são **interpretados erroneamente** – seja por desconhecimento do tema ou má fé mesmo – ou sob **uma ótica desnecessariamente pessimista** (grifo nosso) (ARAÚJO, 2009).

Em alguns textos, o autor comentou a dificuldade natural em se interpretar números, principalmente em se tratando de estatística e probabilidade; isso justificaria, em parte, a questão equivocada dos índices. Mas o que explica o pessimismo?

Para Tversky e Kahneman, a tomada de decisões pode ser feita dependendo da forma **como o problema é apresentado** (grifo nosso), contrariando até o princípio da escolha racional.

O campo da psicologia que estuda a tomada de decisões classifica-as em normativas (as que obedecem puramente a lógica) e descritivas (como elas realmente são feitas).

Escolhas de risco são aquelas cujas consequências são desconhecidas. Quando há outra parte envolvida, devem-se avaliar, também, as respectivas respostas entrando na Seara da Teoria dos Jogos. Mas em decisões unilaterais, o principal fator a ser considerado é a postura diante dos riscos envolvidos, isto é, se elas podem causar ganhos ou perdas (ARAÚJO, 2009).

A aversão à perda explica por que intuitivamente a dor de perder R\$ 100,00 pode ser maior que o prazer de ganho pelos mesmos R\$ 100,00. Esse comportamento tem reflexo no modo como as pessoas encaram tais situações de risco, pois, usualmente, elas aceitam arriscar frente a perdas certas, mas evitam ante a perspectiva de um ganho certo.

O autor cita um exemplo adaptado de *choices, value and frames*:

Espera-se que, durante uma crise financeira, 600 mil pessoas vão perder seus empregos. O Governo prepara, então, dois Programas para combater o desemprego:

Com o Programa A, 200 mil empregos serão salvos com certeza;

Com o Programa B, há 1/3 de chance de os 600 mil empregos serem salvos;

Embora as duas opções sejam iguais do ponto- de- vista da utilidade esperada (1/3 de 600 mil é igual a 200 mil), o estudo revelou uma clara preferência pelo Programa A (72%). Percebe-se a diferença quando damos uma nova roupagem ao mesmo problema, oferecendo soluções semelhantes.

Com o Programa C, 400 mil pessoas perderão seus empregos com certeza;

Com o Programa D, há 2/3 de chances de 600 mil empregos serem perdidos.

A sempre atenta leitora haverá de perceber que essas duas alternativas são equivalentes às anteriores, porém com outra redação, uma nova perspectiva, ou um novo *framing*, como se diz tecnicamente. As respostas apontaram, no entanto, para a opção na qual há risco envolvido e 78% preferiram o Programa D (ARAÚJO, 2009).

É importante reparar que, no primeiro caso, fala-se em empregos **salvos** e o segundo em **perdidos** – o que faz toda a diferença! O mesmo problema, com duas formulações distintas, pode ser visto sobre outro prisma e causar reações e tomadas de decisão diferentes. A forma como as perguntas – ou as **notícias** são elaboradas tem a capacidade de alterar as reações e as respostas. Parece difícil acreditar que se possa ser tão facilmente manipulável, mas diversos outros estudos confirmam este fenômeno. De posse desse conhecimento, a forma como se apresenta um problema ou uma notícia – passa a ser uma questão de escolha (grifo nosso).

Precisa-se prestar atenção, portanto, às escolhas feitas pelos grandes blocos de comunicação. Deve-se questionar, assim, a real intenção por trás de notícias tão carregadas de pessimismo, exageradamente negativa; sempre que for possível, vê-las sobre outro ângulo ou interpretá-las de forma diferente.

2.9 HEURÍSTICA II – FAZENDO A PERGUNTA CORRETA

No texto anterior, estabeleceram-se alguns conceitos importantes como heurística (tirar conclusões baseadas em informações limitadas) e a falácia da conjunção (imaginar que duas hipóteses juntas são mais prováveis do que qualquer uma delas isoladamente).

EM HEURÍSTICA I - *chutando para fora*

Os dois estudos demonstraram como as pessoas se equivocam em questões simples de probabilidade, ou por ignorarem regras básicas, ou porque alguma ilusão cognitiva apontava para outra direção. Diversos outros experimentos sociais buscavam e encontravam a mesma conclusão, reforçando ainda mais a ideia de que se é absolutamente incapaz de pensar corretamente de acordo com a estrutura do problema apresentado.

A polêmica a qual se referiu o autor, no início dessa série, trata-se de um questionamento levantado por Gerd Gigerenzer e Ralph Hertwig em *The conjunction fallacy revisited: how intelligent inferences look like reasoning errors*. Os autores perguntam até que ponto esse seria um erro de julgamento, ou se talvez o experimento tivesse sido mal formulado (crítica dirigida a Kahneman, prêmio Nobel de economia em 2002 (ARAÚJO, 2009b)).

Para eles, ao usar a lógica matemática como base para determinar se julgamentos são racionais ou irracionais, ignora-se o contexto do problema – o que pode ocasionar falhas de interpretação. O cerne da questão reside, segundo Gigerenzer e Hertwig, na interpretação do termo “provável”. Sem uma clara definição da pergunta, o entrevistado pode buscar o que é mais “sensato”, “crível”, “frequente”, “plausível” ou “evidente”.

O autor analisa agora a historinha sobre Linda. “Linda tem 31 anos, é solteira, comunicativa e brilhante. Formou-se em Filosofia. Como estudante, era profundamente preocupada com as questões da discriminação e da justiça social e também participou em manifestações antinucleares” (ARAÚJO, 2009b).

Agora, faz-se a pergunta de maneira diferente: Cem pessoas encaixam-se nesse perfil. Quantas você acha que são caixas de banco? E quantas acha que são caixas de banco e feministas? Mesmo sem ser *expert* em estatística, essa nova roupagem ao estudo torna mais fácil a percepção do erro: caixa de banco e feminista são duas condições – o que é sempre menos provável do que uma só.

Gigerinzer conclui (agora em *GutFeelings: The Intelligence of the unconscious*) que “o problema de Linda - e outras centenas de estudos subsequentes elaborados para descobrir que condições levam as pessoas a raciocinar mais ou menos logicamente – ilustra como a fascinação pela lógica leva pesquisadores a fazer as perguntas erradas”. E perguntas erradas levam, obviamente, a conclusões erradas – mesmo que as respostas estejam certas.

Outro exemplo de perguntas cujas respostas apontam noutra direção, que não a imaginada, pode ser visto em *Freakonomics*, no capítulo *What makes a perfect parent*, em que os autores questionam sobre os fatores necessários para inferir que tipos de condições compõem um lar, no qual as crianças terão um desenvolvimento intelectual melhor (ARAÚJO, 2009b).

Levitt e Dubner analisaram um projeto do Departamento de Educação dos Estados Unidos, o Estudo Longitudinal da Infância (*Early Childhood Longitudinal study*), quando mais de 20.000 crianças foram acompanhadas na década de 1990, desde o jardim de infância até a 5ª série. Todos os dados típicos foram colhidos, como raça, sexo, estrutura familiar, *status* sócio-econômico, nível educacional dos pais, etc. Além disso, foram conduzidas entrevistas pessoais com os pais, buscando informações mais íntimas, como, por exemplo, se os pais batem nos filhos, se os levam a bibliotecas e museus e quanto tempo por dia as crianças assistem à televisão.

Vários fatores foram analisados e comparados com a capacidade intelectual das crianças em busca de correlações conclusivas. Algumas são esperadas, outras não tanto. São eles:

Pais com alto nível de escolaridade tendem a ter filhos mais inteligentes, não só pelo ambiente familiar mais propício, mas também por transmitir algo disso geneticamente.

Uma criança com baixo peso ao nascer tem mais chances de um desenvolvimento intelectual pior, parte pelas naturais debilidades físicas que um parto prematuro pode trazer, parte porque um parto prematuro pode indicar falta de cuidados pré-natais adequados.

Agora o mais curioso: crianças que apanham dos pais não têm seu desenvolvimento intelectual prejudicado. Pela natural associação entre uma pessoa que bate no filho e um nível cultural inferior (ao menos nos EUA), esperava-se que as crianças tivessem desempenho escolar pior – o que não se verificou.

O que os pesquisadores revelam vai muito além do que ensina a lógica convencional e joga lenha na discussão das perguntas corretas – e da forma correta de fazê-las – ao se elaborar uma pesquisa.

Os dados mais íntimos eram obtidos por intermédio de entrevistas pessoais? Qual pai gosta de admitir, na frente de um estranho, que bate em seu filho? É preciso muita honestidade para isso – e esse é exatamente o ponto! A criança não apanha mais necessariamente. A diferença é que ela tem um pai que diz a verdade, por pior que ela seja. E honestidade parece ser mais importante para ser um bom pai do que bater no filho para ser um mau pai.

A lição de tudo isso é que se deve ter cuidado com a forma como obtemos as respostas. Muitas vezes não temos as perguntas adequadas – como no caso de Linda – ou a forma como as fazemos interferem nas respostas – como no caso dos pais (ARAÚJO, 2009b).

HEURÍSTICA I – *chutando para fora*

A história de Linda trata de um dos estudos mais célebres realizados por Amos Tversky e David Kahneman, no campo da psicologia, na qual o autor só conhecia uma interpretação; até ler Gert Gigerenzer e seu fantástico *Gut feelings: the intelligence of the unconscious* (ARAÚJO, 2009c)

O famoso estudo de Tversky e Kahneman remonta a década de 1970 e consiste numa rápida historinha sobre uma personagem, seguida de uma série de oito proposições e, depois, uma pergunta sobre qual seria a alternativa mais provável dentro daquele contexto, tal como segue:

Linda tem 31 anos, é solteira, comunicativa e brilhante. Formou-se em Filosofia. Como estudante era profundamente preocupada com as questões da discriminação e da justiça social e também participou em manifestações antinucleares.

Depois disso, as oito proposições, as quais os participantes do estudo deveriam colocar em ordem, de acordo com o que achassem mais provável de ser verdadeiro em relação à Linda:

Linda é professora na escola primária;

Linda trabalha numa livraria e faz aula de *yoga*;

Linda é ativa no movimento feminista (F);

Linda faz trabalho social em psiquiatria;

Linda é membro da Liga das Eleitoras;

Linda é caixa num banco (C);

Linda é vendedora de seguros; ou

Linda é caixa num banco e ativa num movimento feminista (F&C);

Pode-se perceber que o perfil é construído para sugerir, subliminarmente, que Linda é uma feminista (F), mas que não é provável que não seja caixa de banco (C), Agora, antes de prosseguir, deve-se parar e pensar por um momento: é mais provável que ela seja caixa de banco (C), ou que seja caixa de banco e feminista (F&C) (ARAÚJO, 2009c).

Este tipo de dedução caracteriza exatamente o objeto de estudo de Tversky e Kahneman: a **heurística**, ou os atalhos que nosso cérebro toma para resolver questões em condições de incerteza. Como a mente funciona quando há uma quantidade limitada de informações e precisamos tomar decisões? Como podemos concluir sobre a ocupação de Linda com umas poucas frases? E essas conclusões? Estariam elas corretas?

Um dos preceitos da probabilidade diz que a chance de um evento ocorrer obedecendo a duas condições é menor do que obedecendo a apenas uma. Por exemplo, num baralho de 52 cartas, é mais provável tirar uma carta vermelha (são 26 chances em 52) ou uma carta par (24 chances se considerarmos a Dama como número par) do que tirar uma carta vermelha e par (12 chances em 52). Se nos perguntam se é mais provável tirarmos uma carta vermelha ou uma carta vermelha e par, certamente a primeira opção é mais razoável, certo? (ARAÚJO, 2009c)

Assim, é mais provável que respondam que Linda é feminista (F) do que feminista e caixa de banco (F&C). Nesse caso, foi o que o estudo comprovou, sem surpresas.

Mas a opção menos provável – que de acordo com o perfil de Linda é ser caixa de banco (C) – aparece mais votada quando é associada a ser feminista (F). Resultou, para surpresa dos pesquisadores, que feminista e caixa de banco (F&C) foi mais votado do que caixa de banco (C), configurando um contrasenso conforme o exemplo das cartas demonstrou.

Pode-se imaginar que um conhecimento básico de estatística e probabilidade seria suficiente para eliminar esse fenômeno, batizado de falácia da conjunção (*conjunction fallacy*). Mas, Tversky e Kahneman controlaram essa variável convidando três grupos distintos de voluntários: leigos, estudantes de graduação e estudantes de doutorado. Os resultados não demonstraram qualquer variação estatisticamente significativa em relação à

escolaridade. Ou seja, independentemente do nível de instrução, as pessoas cometem os mesmos erros em probabilidade (ARAÚJO, 2009c).

Um maquiavélico subgrupo desse estudo pedia aos participantes que escolhessem apenas entre duas alternativas: caixa de banco (C) e feminista e caixa de banco (F&C). Uma esmagadora maioria de 85% optou pela segunda hipótese que contraria, flagrantemente, os princípios da probabilidade.

Uma variação sobre o mesmo tema foi realizado na Universidade de Columbia, onde os estudantes recebiam um texto de 2.000 palavras e metade do grupo deveria estimar a quantidade de palavras terminadas em “...—ing” (no inglês são verbos no gerúndio); enquanto que a outra metade precisava avaliar quantas palavras tinham a letra “n” na penúltima posição (“...—n_”).

Para quem está vendo os dois casos é fácil notar que todas as palavras do primeiro caso encaixam-se também no segundo – pois todas as palavras terminadas em “..._ _ ing” têm a letra “n” na penúltima posição (*working*; *working*). O estudo apontou, no entanto, as seguintes médias: 13,4 palavras para o primeiro e 4,7 para o segundo. Por que isso?

Porque é mais fácil lembrar palavras terminadas em “ing” do que de um “n” perdido na penúltima posição – ainda que sejam a mesma coisa!

O que os autores concluem é que quando uma das hipóteses parece fazer mais sentido, for mais frequente ou mais representativa, tende-se a escolhê-la porque ela agrada mais. E essa rápida opção pela primeira alternativa ofusca nosso raciocínio matemático, relegando avaliações probabilísticas a um segundo plano (ARAÚJO, 2009c).

Então, se os detalhes dados encaixam-se em nossa representação mental de algo, quanto mais detalhes de algo tivermos, mais real parecerá o quadro e, portanto, mais provável. Acrescentar mais dados à historinha de Linda tem o ilusório efeito de torná-la mais real enquanto que, na verdade, quanto mais opções, mais difícil resulta acontecerem ao mesmo tempo. Este fenômeno é chamado de falácia da narrativa, pois tais estorinhas tornam uma situação mais palatável, aceitável, plausível.

3 DELINEAMENTO DA PESQUISA

3.1 DEFINIÇÃO DA UNIDADE DE ANÁLISE

Conforme já havia descrito antes, a escolha do local de pesquisa está vinculado ao tema, o que possibilita realizar a metodologia escolhida pela autora deste trabalho, principalmente pela facilidade de realizar uma observação participativa. Salienta-se que a agência escolhida para estudo traduzirá um resultado parcial no sentido de que em outro ambiente de trabalho as conclusões e a análise possam não ser as mesmas. Como já foi frisado, trata-se de um Banco, Instituição Financeira em que serão abordados temas relativos às subjetividades, envolvendo a proximidade da psicologia com as finanças, buscando também identificar o tipo de atendimento para que se possa, nesta análise, obter algumas respostas e questões que possam ser trabalhadas posteriormente.

3.2 TÉCNICAS DE COLETA DE DADOS

A análise do caso será realizada com base em dois questionários: Um aplicado aos clientes da agência Duque de Caxias do Banrisul, o segundo, aos atendentes da mesma agência. A data de aplicação foi maio de 2011. As questões foram elaboradas de forma que os entrevistados avaliassem afirmações dando sua nota de concordância a respeito da afirmação. O grau de concordância estipulado foi de zero a dez, que é um processo de atribuição de valor em que os indivíduos já estão familiarizados e comumente são chamados a dar este tipo de avaliação.

O questionário aplicado aos clientes foi organizado como segue:

Esta pesquisa tem como objetivo avaliar a satisfação ou insatisfação dos clientes externos e internos do Banrisul da Agência Duque de Caxias, que está sendo desenvolvida como requisito do trabalho de conclusão do curso MBA em Gestão Bancária.

As questões abaixo são afirmações solicitadas para que avaliassem e colocassem seu grau de concordância, atribuindo 0 (zero) a discordância plena e 10 (dez) a concordância total com a afirmação.

PORTO ALEGRE, JUNHO DE 2011

Prezados senhores, este questionário faz parte de um estudo de questões emocionais envolvidas em questões financeiras, num MBA de Gestão Bancária, realizado na UNISINOS, para trabalho de conclusão de Pós-Graduação. Convido-os a responder de livre e espontânea vontade sem a preocupação de estar certo ou errado. Simplesmente, concordando ou discordando das afirmações. Não precisam assinar. Somente:

Profissão:.....

Idade:.....

Sexo: Feminino () ou masculino ()

Grau de escolaridade:.....

Solteiro () Casado () Outros ()

	Concordância ou discordância
1. Estou plenamente satisfeito com o atendimento da Agência Duque de Caxias	
2. O atendimento é fundamental para tomada de decisão sobre investimentos	
3. A gestão de suas finanças pessoais está sob pleno controle	
4. A gestão de suas finanças pessoais poderia melhorar se tivesse orientação dos funcionários do Banrisul	
5. Suas decisões em relação ao dinheiro são racionais e não emocionais	
6. Qualifico como importantes as orientações dos funcionários do banrisul, no controle de finanças pessoais e empresariais	
7. Não possuo controle sobre minhas finanças	
8. Ajo por impulso nas compras que realizo	
9. Invisto parte de meu dinheiro a fim de obter uma melhor e maior qualidade de vida no futuro	
10. Invisto parte de meu dinheiro para realizar projetos na aposentadoria, antes de chegar o momento, realizando previsões	
11. Tenho questões sentimentais e/ou práticas, que não envolvam sentimento nas escolhas do Banco, para cuidar de minhas finanças, que interferem no refletir sobre o valor do dinheiro sendo cliente no Banrisul (seja interno ou externo), ex. taxas e o atendimento propriamente dito	
12. Opto por continuar a trabalhar com o Banrisul, já que é um Banco do nosso Estado do Rio Grande do Sul e o atendimento contribui para isso	
13. Sei que o trabalho do Banco não se resume ao horário das 10h às 16h.	
14. Sei que os atendimentos estão se aperfeiçoando cada vez mais, com a minha	

ajuda: cliente do Banco (interno e externo)	
15. Gostaria de saber mais sobre os investimentos disponíveis baseados em meu perfil de cliente	

3.2.1 Observação Participativa da Agência

Observa-se que, na agência, há um público exigente que possui como característica a política, pois está situada entre o Palácio Piratini e a Assembleia Legislativa. Alguns clientes não gostam do Banrisul e se utilizam do cargo e do dinheiro para desqualificar o atendimento dos empregados. Os empregados, por sua vez, sobrecarregados, não realizam um atendimento personalizado, passando o cliente de setor em setor sem acompanhá-lo e encaminhá-lo para o lugar certo. Muitas vezes, tem-se de ser categórico tanto com os colegas, situando-os, ou com clientes, a fim de que nem todos ajam de forma não profissional. Outra problemática observada é a questão do telefone, cujo público quer resolver seus problemas por telefone, o que nem sempre é possível, porém, falta, por parte dos integrantes da agência, realizar um esforço a mais para suprir a demanda do cliente, ou atendendo-o, o que nem sempre acontece, ou responsabilizando e se comprometendo em dar o devido retorno por solicitação do cliente, logo que se desocupe. Muitos clientes desligam o telefone, antes mesmo de receber o devido retorno, pela demora com que isso acontece. Percebe-se que quem está no lugar de atendimento não leva em consideração as questões subjetivas que estão em jogo. O cliente chega com uma demanda, às vezes sofrendo com suas perdas, buscando no mínimo uma atenção personalizada.

3.3 TÉCNICAS DE ANÁLISE DE DADOS

Cada questão será analisada individualmente, a princípio, para se poder ver o que cada resposta tem a dizer. Serão analisadas também em seu conjunto, realizando um levantamento das respostas no âmbito qualitativo e quantitativo. Em conjunto aos questionários, entrevistas e a observação participativa, procurar-se-á traçar, junto à teoria, evidências que apareçam com a situação problema e que auxílio poderá trazer para uma efetividade no trabalho como um todo.

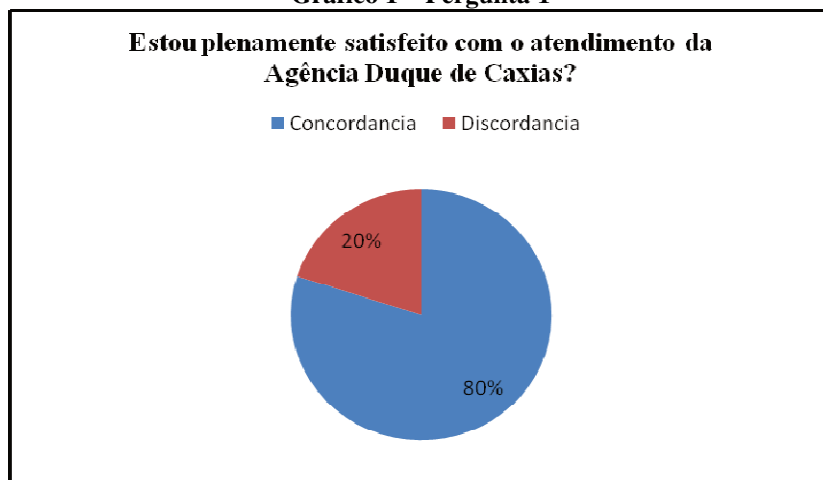
3.4 LIMITAÇÕES DO MÉTODO

Reforça-se que este estudo se refere unicamente a uma parte do todo de uma Instituição, mas nada se perderá, pois, de qualquer forma, poderá ser utilizada esta experiência, ou seja, para dar continuidade ou empregá-la em outro contexto ou circunstância. Por isso a possibilidade deste estudo, desta pesquisa, não para por aqui.

3.4.1 Métodos e procedimentos

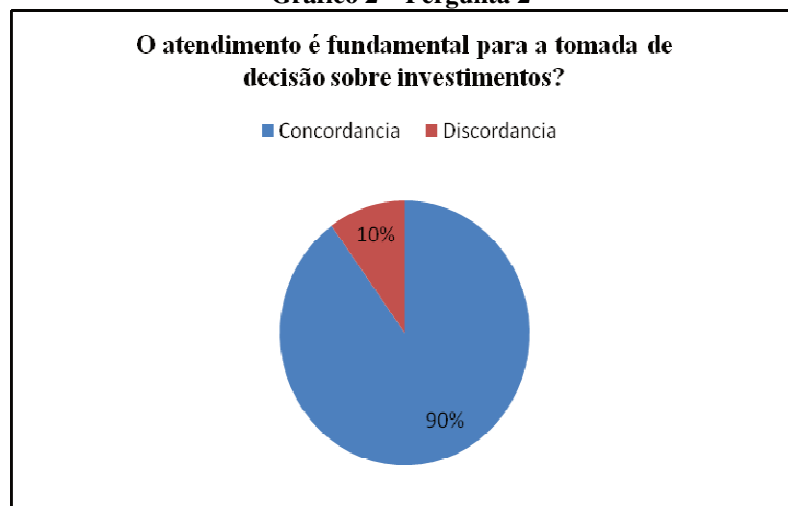
O método utilizado para o presente trabalho foi o de pesquisa aplicada e qualitativa, através da observação participativa de clientes internos e externos. As entrevistas realizadas resultaram na análise feita a seguir demonstrado em gráficos, a partir da análise de 20 pessoas entrevistadas.

Gráfico 1 – Pergunta 1

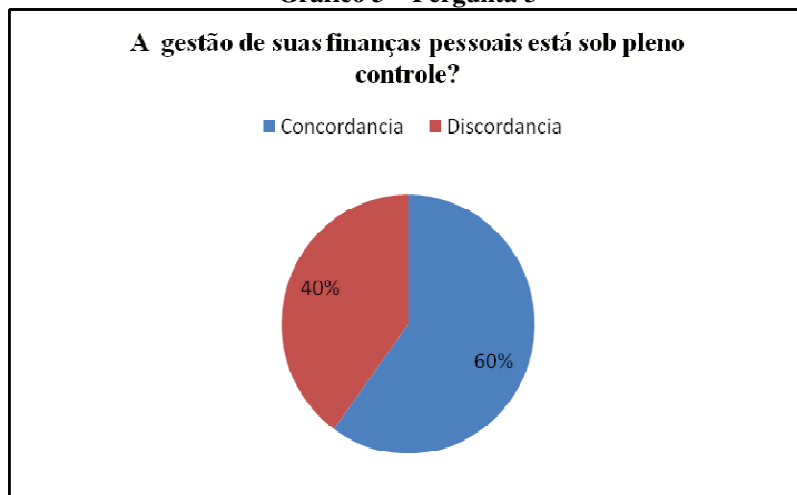


Fonte: Autoria própria

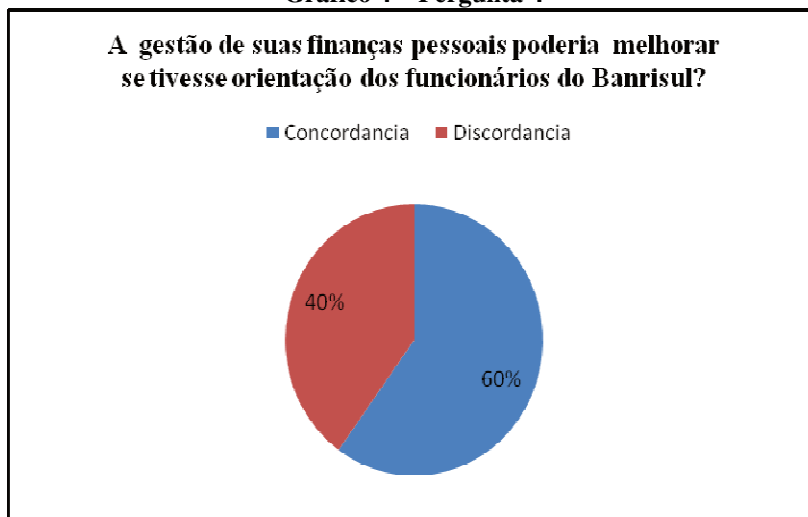
Gráfico 2 – Pergunta 2



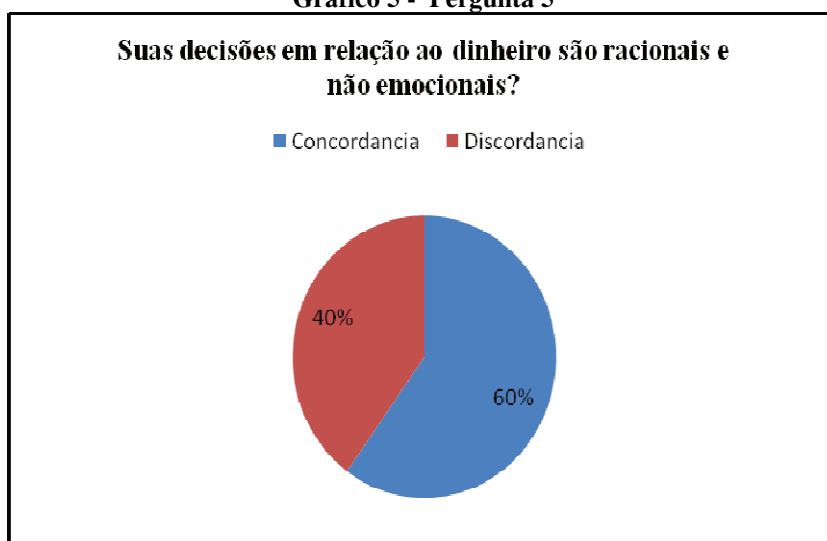
Fonte: Autoria própria

Gráfico 3 – Pergunta 3

Fonte: Autoria própria

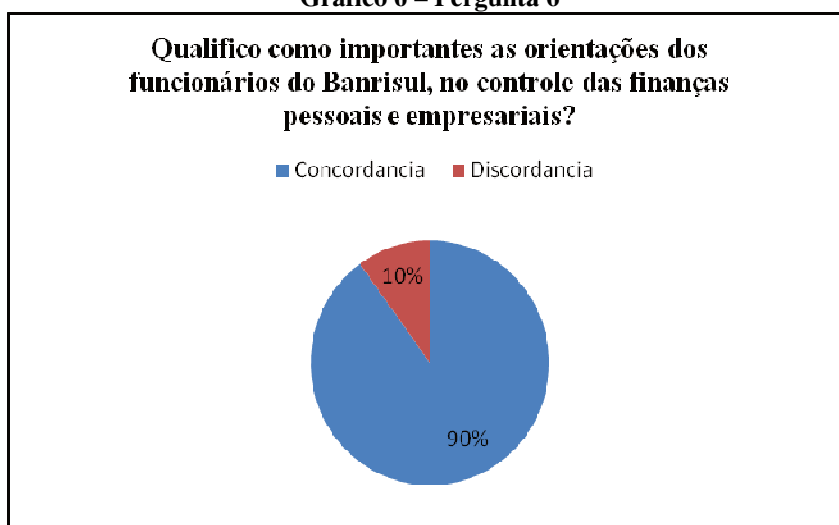
Gráfico 4 – Pergunta 4

Fonte: Autoria própria

Gráfico 5 - Pergunta 5

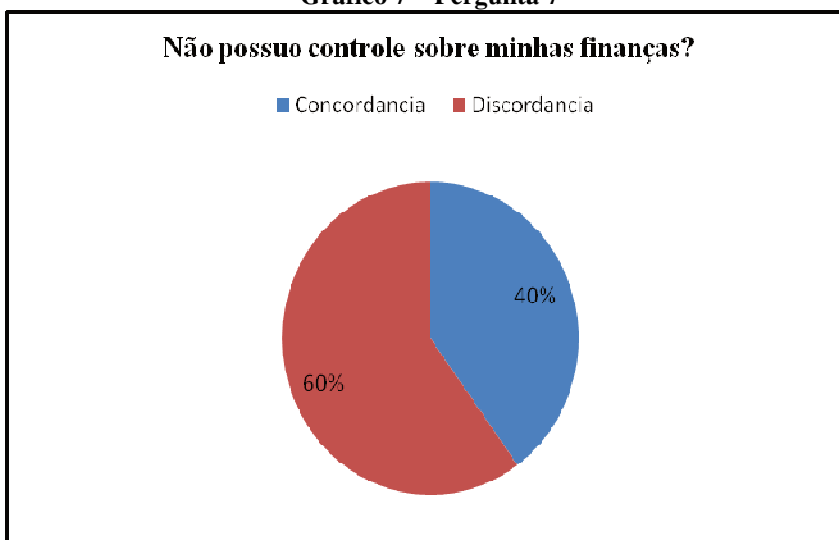
Fonte: Autoria própria

Gráfico 6 – Pergunta 6



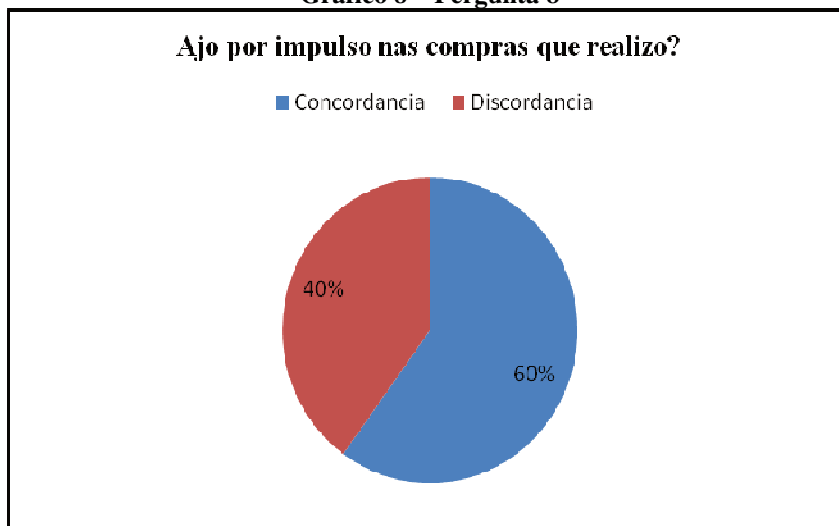
Fonte: Autoria própria

Gráfico 7 – Pergunta 7



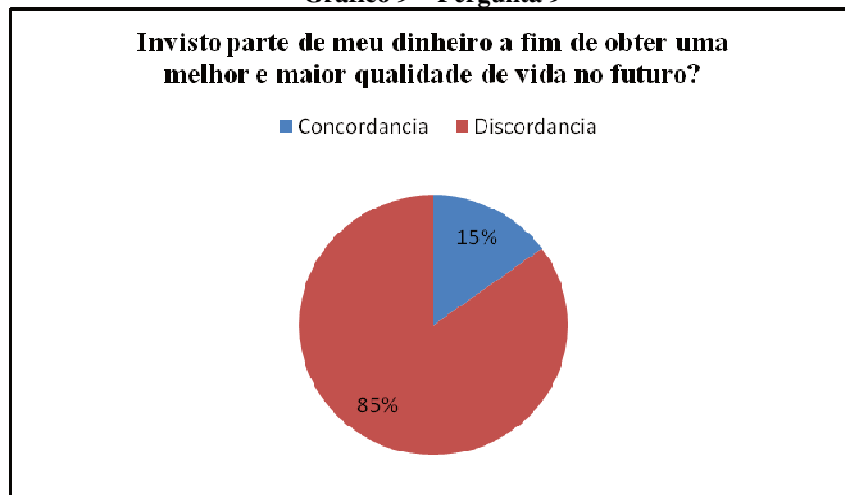
Fonte: Autoria própria

Gráfico 8 – Pergunta 8



Fonte: Autoria própria

Gráfico 9 – Pergunta 9



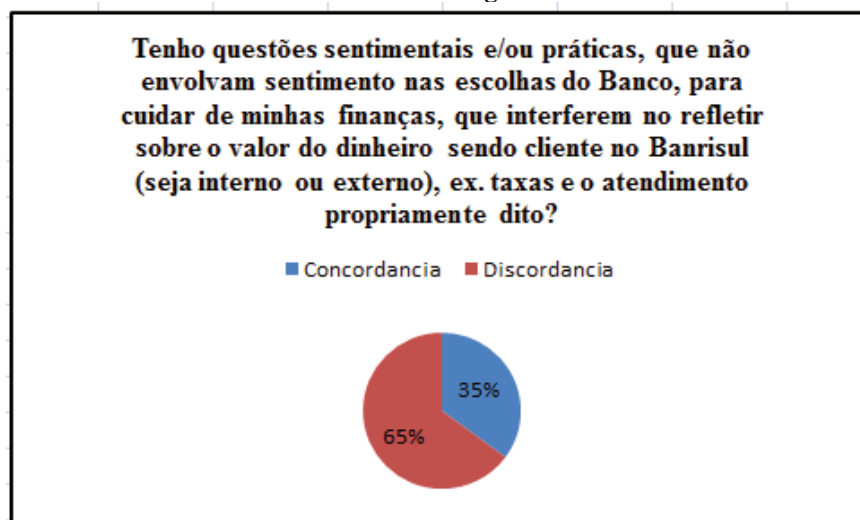
Fonte: Autoria própria

Gráfico 10 – Pergunta 10



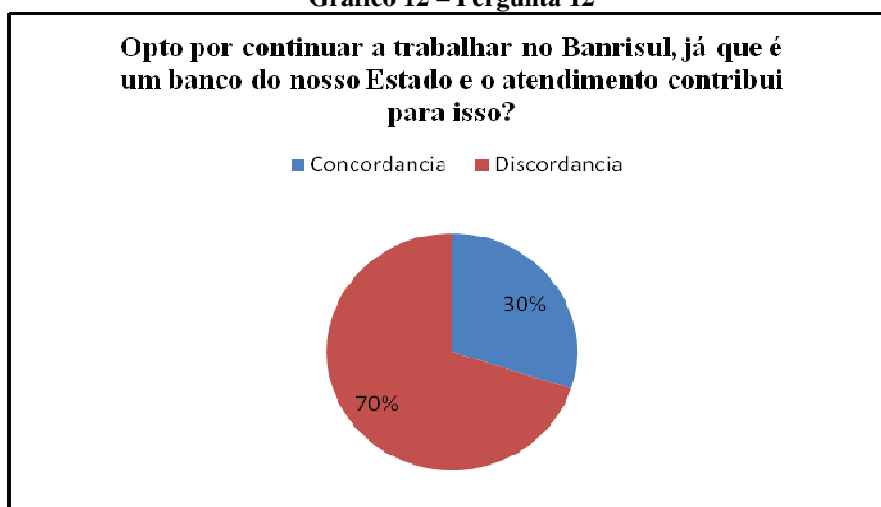
Fonte: Autoria própria

Gráfico 11 – Pergunta 11



Fonte: Autoria própria

Gráfico 12 – Pergunta 12



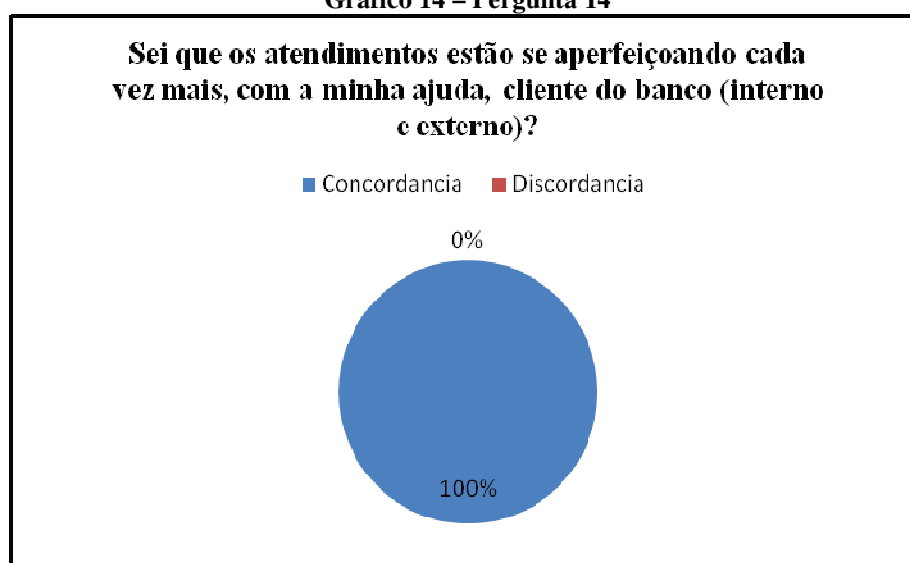
Fonte: Autoria própria

Gráfico 13 – Pergunta 13

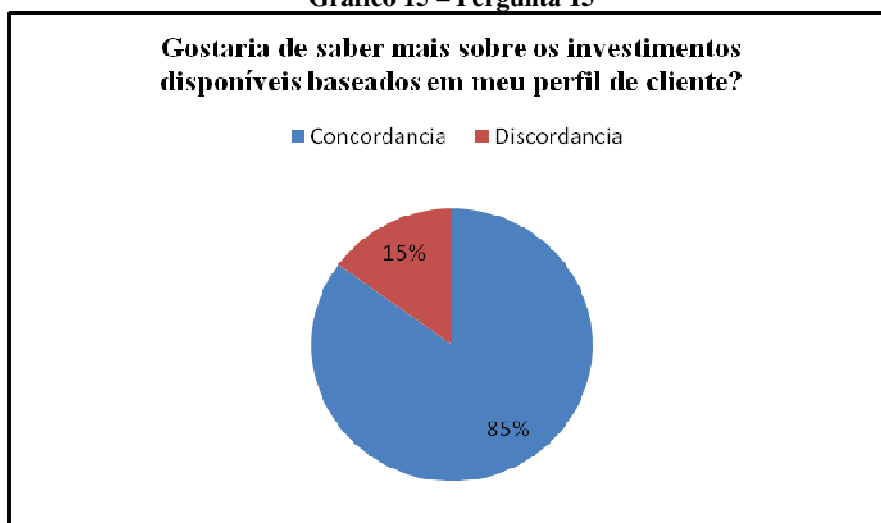


Fonte: Autoria própria

Gráfico 14 – Pergunta 14



Fonte: Autoria própria

Gráfico 15 – Pergunta 15

Fonte: Autoria própria

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho discorreu sobre os aspectos subjetivos causadores de interferências na forma de lidar com as questões financeiras. Considerou-se relevante, para este estudo, o atendimento a clientes em uma agência onde impera um público ímpar porque relacionado à classe política.

No que se refere às respostas aos questionários, ficou demonstrado que os clientes internos e também os externos, políticos, não apresentaram importante interesse em respondê-los, pois, apaixonados pelo partido, não lhes é interessante fazer a diferença.

E, também, pela observação direta e indireta, chegou-se à conclusão que eles denotam ser muito mais emocionais que racionais, evidenciando que eles têm o poder de compra, sem exceções de valores, ou melhor, sem agregação de valor ao exercerem os cargos representantes da sociedade. Sabe-se, inclusive, que a troca de favores a eles é imprescindível, ou seja, ou estão com todos, ou estão fora. Pela percepção, o atendente e o político não estão abertos à crítica e à autocrítica. Cada um em seu trabalho, separadamente, pensa e age instintivamente baseado em seu egoísmo, sem a preocupação de realizar um feito que faça a diferença, como foi dito anteriormente.

O político, por sua vez, considerando-se autoridade máxima, exige atendimento a qualquer hora e de seu jeito, buscando autoritariamente o desejo de suas necessidades. Por outro lado, os atendentes, estando em meio a eles, políticos, e ao Banco, negam, na maioria das vezes, atendimento, ficando o cliente a ligar, insistentemente, à procura de uma promessa de retorno, cuja resposta muito frequentemente não é dada, ou são transferidos de um atendente para outro. Por consequência, o que vigora é a frustração e o desagrado onipotente de não conseguirem ser atendidos na medida de seus desejos.

Pode-se deduzir, de todo o estudo, nesta situação específica, que há falta de sensibilização, tanto do lado do atendente quanto do lado do cliente externo, sobre a qual esta relação possa fazer a diferença, buscando satisfazer necessidades e desejos. Cabe, também, reconhecer o despreparo da sociedade sobre a importância das questões emocionais envolvidas nas questões financeiras, sendo o dinheiro que move nosso mundo. Identificado isso, que se possa humanizar uma sociedade carente de escuta. Aí se entra com a Psicologia, a Psicanálise e todas outras áreas afins.

5 REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Rodolfo. **Tversky & Kahneman: A razão da irracionalidade**. 16 set. 2010. Disponível em < <http://www.naopossoevitar.com.br/tversky-kahneman/>> acesso em 17.05.2011.

_____, Rodolfo. **O pequeno gigante ou o enorme anão?** 16 abr.2009. Disponível em <http://rodolfo.typepad.com/no_posso_evitar/2009/04/o-pequeno-gigante-ou-o-enorme-anao.html> acesso em 18.05.2011

_____, Rodolfo. **Heurística II - fazendo a pergunta correta**. 06 abr. 2009b . Disponível em <<http://www.naopossoevitar.com.br/2009/04/heuristica-ii-fazendo-a-pergunta-correta.html>> acesso em 18.05.2011

_____, Rodolfo. **Heurística I – chutando para fora**. 03 abr. 2009c. Disponível em <http://rodolfo.typepad.com/no_posso_evitar/2009/04/heuristica-i-chutando-para-fora.html> acesso em 19.05.2011

FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia Econômica , A contribuição da psicologia econômica trajetória e perspectivas de trabalho**. Gravação de entrevista concedida a Lucas Mendes pelo economista Robert Frank, professor da Universidade de Cornell no canal Globo News, em 03.10.2000. Disponível em <http://www.verarita.psc.br/portugues.php?id=art_psico2> acesso em 10.07.2011

FRANK, Robert H. **O Naturalista da Economia**. Ed. Best Bussiness, São Paulo, SP, 2009

LEA, Stephen. **Economic Psychology Research Group**. Disponível em <http://psychology.exeter.ac.uk/latestnews/researchnews/title_145657_en.html> acesso em 15.06.2011

NOFSINGER, John R. **A Lógica Do Mercado De Ações - Ed. 2 - Como Os Investidores Podem Ganhar Mais**. Ed. Fundamento, Rio de Janeiro, RJ, 2010.

RAAIJ, W. FRED VAN (trad. Vera Rita de Mello Ferreira). **Psicologia Econômica História Da Psicologia Econômica**. Extraído de: Peter Earl and Simon Kemp (Eds.). The Elgar Companion to Consumer Research and Economic Psychology. Edward Elgar, 1999. Disponível em <<http://www.verarita.psc.br/portugues.php?id=fredvanraaij>> acesso em 15.06.2011

SCHILLER, Robert J. **Exuberância Irracional**. Ed. Makron Books, São Paulo, SP, 2000

THALER, Richard. **Nudge: O Empurrão Para A Escolha Certa**. Ed. Campus/Elsevier. São Paulo, SP, 2008.

ZILHÃO, António. **Psicologia popular, teoria da decisão e comportamento humano comum**. Universidade de Lisboa, 2001. Disponível em < <http://disputatio.com/articles/010-2.pdf>> acesso em 15.06.2011