

CENTRO UNIVERSITÁRIO ATENAS

SAMUEL SOUSA LOPES

PSICOLOGIA ECONÔMICA: um olhar acerca dos hábitos e comportamentos que acarretam o endividamento pessoal

Paracatu

2020

SAMUEL SOUSA LOPES

PSICOLOGIA ECONÔMICA: um olhar acerca dos hábitos e comportamentos que acarretam o endividamento pessoal

Monografia apresentada ao Curso de Graduação do Centro Universitário Atenas, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Área de Concentração: Psicologia Econômica

Orientador: Prof. Msc. Romério Ribeiro da Silva.

PARACATU

2020

SAMUEL SOUSA LOPES

PSICOLOGIA ECONÔMICA: um olhar acerca dos hábitos e comportamentos que acarretam o endividamento pessoal

Monografia apresentada ao Curso de Graduação do Centro Universitário Atenas, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Psicologia.

Área de Concentração: Psicologia Econômica

Orientador: Prof. Msc. Romério Ribeiro da Silva.

Banca Examinadora:

Paracatu – MG, _____ de _____ de _____.

Prof. Msc. Romério Ribeiro da Silva
Centro Universitário Atenas

Prof. Msc. Ana Cecília Faria
Centro Universitário Atenas

Prof. Msc. Analice Aparecida dos Santos
Centro Universitário Atenas

Cartas a um jovem investidor:
enriquecer é uma questão de escolha.
Gustavo Cerbasi, 2008.

RESUMO

As finanças pessoais fazem parte do nosso cotidiano, apesar da maior parte da população não entender a sua importância e como esta funciona. A falta da educação financeira nas escolas corrobora para um país, com pessoas cada vez mais endividadas e inadimplentes aumentando a desigualdade social. Quando falamos em endividamento pessoal, entende-se que este não está diretamente ligado à renda do indivíduo, e sim à forma como ele administra as suas receitas e despesas, então é aqui que adentramos com a Psicologia Econômica pois existem padrões de pensamento e comportamentos adquiridos através da sociedade e/ou familiares que geram pessoas mais propensas ao endividamento, isso é fato já que vivemos em uma sociedade que dá mais ênfase à despesa e obtenção de passivos do que poupar e investir. Entre os principais tipos de dívidas familiares, encontramos o cartão de crédito, carnês e financiamento de carro, e o que todos estes tem em comum são as parcelas, ou seja, as pessoas se endividam, pois não possuem o controle de suas despesas, não tendo conhecimento de como e quando se deve parcelar algo.

Palavras-chave: Educação Financeira. Endividamento Pessoal. Psicologia Econômica.

ABSTRACT

Deal with personal finances is part of our daily lives, although most of the population do not understand its importance and how it works. The lack of Financial Education in schools corroborates for a country, with people increasingly indebted and delinquents increasing social inequality. When we talk about personal indebtedness, it is understood that it is not directly linked to the individual's income, but to the way we manage our income and expenses, so this is where we enter into Economic Psychology because there are patterns of thought and behaviors acquired through society and/or family members that generate people more prone to indebtedness, this is a fact since we live in a society that places more emphasis on spending and obtaining liabilities than saving and investing. Among the main types of family debts, we find the credit card, payment booklet and car financing, and what all these have in common are the installments, that is, people become indebted, because they do not have control of their expenses, not having knowledge of how and when to installment something.

Keywords: *Financial Education. Personal Indebtedness. Economic Psychology.*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
1.1	PROBLEMA	10
1.2	HIPÓTESES	10
1.3	OBJETIVOS	11
1.3.1	OBJETIVO GERAL	11
1.3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
1.4	JUSTIFICATIVA DO ESTUDO	11
1.5	METODOLOGIA DO ESTUDO	11
2	O SURGIMENTO DA PSICOLOGIA ECONÔMICA	13
2.1	ÁREAS FRONTEIRIÇAS E MODO DE ESTUDO DA PSICOLOGIA ECONÔMICA	15
3	OS PRINCIPAIS HÁBITOS QUE ACARRETAM O ENDIVIDAMENTO PESSOAL	17
3.1	O HÁBITO DE SE CONSUMIR MAIS DO QUE SE GANHA	17
3.1.1	ASPECTOS PSICOLÓGICOS INERENTES AO CONSUMO	18
3.2	A FALTA DE UMA RESERVA DE EMERGÊNCIA	19
3.3	OS PRAZERES DE SE ADQUIRIR CADA VEZ MAIS PASSIVOS FINANCEIROS	20
3.3.1	RAZÃO VERSUS EMOÇÃO: A NECESSIDADE E O DESEJO FRENTE OS AGENTES ECONÔMICOS	20
4	OS PRINCIPAIS FATORES QUE ACARRETAM O ENDIVIDAMENTO PESSOAL	22
4.1	CONSIDERAÇÕES DO ENDIVIDAMENTO SOBRE OS ASPECTOS PSÍQUICOS	23
5	A IMPORTANCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO CENÁRIO BRASILEIRO ATUAL	25
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
	REFERÊNCIAS	29

1 INTRODUÇÃO

É comum se deparar com pessoas que irão terceirizar a responsabilidade ou reclamar do fato de nunca sobrar dinheiro, poderão culpar o governo, o trabalho, talvez no chefe que nunca deu um aumento ou reconheceu o seu trabalho; contudo é possível que o indivíduo nunca tenha refletido que, o problema provavelmente seja cognitivo, pois quando falamos de um dinheiro que é de nossa propriedade, não se resume ao quanto se ganha, mas também ao quanto se consegue poupar e investir (FERREIRA, 2007, p. 243).

Muitas pessoas dizem que “apenas se vive uma vez” e que não poupam dinheiro porque “amanhã poderão não estar aqui”, porém há uma grande possibilidade de que elas estarão, pois no Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a expectativa de vida do Brasileiro, em média se encontra entre os 80 anos para as mulheres e 73 anos para os homens (CRELIER, 2019). Nesse sentido, é importante viver uma vida equilibrada, para que os gastos não sejam maiores que a receita líquida, ou seja, viver um “degrau” abaixo daquilo que se ganha e gastar de forma consciente.

A educação financeira deveria ser aplicada nas escolas, pois ela não fala apenas sobre economizar, mas sim sobre qualidade de vida, e inteligência financeira para lidar com o dinheiro tanto no presente, quanto no futuro. Acredita-se que se a educação financeira fosse implantada nas escolas a desigualdade social iria diminuir drasticamente (COSTA, 2019, p. 15).

Este estudo, enfim, tem um compromisso social, embasado na Psicologia econômica, expressão utilizada pela primeira vez por Gabriel Tarde na França no século XIX, pertencendo a uma linhagem entre a Economia Política e a Psicologia, estudando o comportamento econômico dos indivíduos e grupos. A Psicologia Econômica está relacionada com as seguintes abordagens da Psicologia: Experimental, Aplicada, Comportamental, Cognitiva, Social, Organizacional ou Industrial e do Consumidor fazendo fronteira com a Economia Comportamental e Economia Psicológica, Finanças Comportamentais, Sócio-Economia, Psicologia do Consumidor, Pesquisa sobre Julgamento e Tomada de Decisão, Economia Experimental, Neuroeconomia, Economia Antropológica ou Antropologia Econômica, Nova Economia Institucional e Economia Pós-Autista (FERREIRA, 2007, p.251) .

A Psicologia Econômica tem recorrido, predominantemente, a experimentos em laboratório, grandes levantamentos junto à população e observação direta dos fenômenos, com vista a conhecer e prever o comportamento dos indivíduos no que diz respeito a suas escolhas econômicas (FERREIRA, 2007).

Contudo, essa área se preocupa em estudar o âmbito da esfera econômica no cotidiano das pessoas, como trabalho, desemprego, processos e decisões quanto as compras, investimentos, endividamentos, poupança, impostos e repostas a publicidade e apostas.

Em primeiro momento iremos abordar sobre a Psicologia Econômica, e em seguida faremos uma breve passagem sobre os hábitos e comportamentos que levam o indivíduo ao endividamento.

1.1 PROBLEMA

O problema de pesquisa central é expresso na seguinte pergunta: Quais os principais hábitos e comportamentos que ocasionam o endividamento pessoal?

1.2 HIPÓTESES

Observa-se que, o principal problema em relação aos altos índices de inadimplência no Brasil (mais da metade da população brasileira), é devido ao consumo exagerado gastando mais do que se ganha, assim, adquirindo cada vez mais passivos financeiros do que ativos financeiros. Grande parcela do problema de adquirir cada vez mais passivos, também está na própria pressão exercida pela sociedade ao qual, ter um carro caro, casa própria, celular de última geração entre outros, transparecem status, e “mostram” um perfil de pessoa bem-sucedida, e pela contribuição da Psicologia no marketing, tornando a publicidade cada vez mais humanizada e chamativa aos olhos do consumidor.

Observa-se que a população não está preparada para uma possível emergência em sua vida, pois não dispõe de uma reserva de emergência. Com um fundo de emergência, as pessoas não precisariam se endividar e solucionariam o problema com menos estresse.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo deste trabalho é abordar as atitudes e comportamentos que levam os brasileiros a se endividarem.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Elucidar o surgimento da Psicologia Econômica;
- b) Abordar os hábitos e comportamentos que ocasionam o endividamento pessoal;
- c) Explanar a contribuição da Psicologia para a economia pessoal.

1.4 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

A presente pesquisa se justifica decorrente ao cenário atual econômico de dívida financeira em que vive a maior parte dos brasileiros, onde não sobra dinheiro no fim do mês. É de sua importância que as pessoas aprendam a lidar com o seu dinheiro, compreendendo os princípios da riqueza, da mente milionária, e principalmente se pautando na educação financeira.

De acordo com a Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (2013, apud SILVA, SOUZA, FAJAN 2015) o percentual de famílias endividadas com cheque pré-datado, cartão de crédito, cheque especial, carnê de loja, empréstimo pessoal, prestação de carro e seguro aumentou até março 2019, atingindo 62,4%, comparado aos 61,2% de março do ano anterior.

1.5 METODOLOGIA DO ESTUDO

O presente estudo é caracterizado através da pesquisa exploratória, sendo possível obter uma área maior de conhecimento para o problema proposto. De acordo com Gil (1996, p. 27) As “pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Para a construção da solução do problema e análise dos dados partimos também do método indutivo que de acordo com Gil (1996, p.10), é um método que

parte do particular e coloca a generalização como um produto posterior do trabalho de coleta de dados particulares. De acordo com o raciocínio indutivo, a generalização não deve ser buscada aprioristicamente, mas constatada a partir da observação de casos concretos suficientemente confirmadores dessa realidade.

Isso se faz necessário, uma vez que o seguinte trabalho busca abordar um problema que é pessoal, mas que a solução pode ser generalizada.

2 O SURGIMENTO DA PSICOLOGIA ECONÔMICA

Acredita-se que o termo Psicologia Econômica tenha sido usada pela primeira vez por Gabriel Tarde na França no século XIX em seu livro *La Psychologie Economique*, ao qual introduziu aspectos psicológicos em suas análises econômicas (AZEVEDO, 2009, p.27). Derivada da Psicologia Social, a emergência dessa área se dá na demanda identificada por psicólogos, economistas e pensadores sociais, observando que necessitariam dar um enfoque abrangente à Economia, ao qual não daria conta de explicar os fenômenos econômicos que são dirigidos pela participação humana. Assim, os psicólogos passam a questionar os economistas tradicionais, enquadrados na teoria neoclássica ao qual postulam somente a racionalidade nos agentes econômicos do indivíduo (FERREIRA, 2007).

A grande discrepância entre as duas abordagens dá-se em torno da teoria da racionalidade, que postula a tendência geral, inerente ao ser humano, a tomar sempre as melhores decisões econômicas, maximizando seus ganhos, dadas as condições de obter-se informações de maneira ótima. A Psicologia Econômica questiona essas suposições com base em dados coletados em simulações experimentais de situações da realidade e por intermédio de levantamentos e questionários, ou ainda por meio da própria observação direta dos fenômenos, cotejadas com concepções sobre operações psíquicas básicas (LEA, TARPY, WEBLEY, 1987, apud FERREIRA, 2006).

Contudo o ponto crucial que diferencia a teoria neoclássica e a psicologia econômica, é o fato de que, os neoclássicos são totalmente restringidos da ideia da maximização do ganho de forma racional, e a psicologia econômica fala da intensão de minimizar a perda, pois somos seres que temos aversão a perda, sendo constituídos de razão e emoção (AZEVEDO, 2009, p.29).

Em sua “pré-história” identificamos uma preocupação nos economistas que vão além do escopo tradicional da área, na Escola Psicológica Austríaca, comandada por Karl Menger, que por volta da metade do século XIX, pesquisava sobre as motivações psicológicas que davam base ao comportamento dos agentes econômicos, assim como Adam Smith como descreveu em sua *Teoria dos Sentimentos Morais* (FERREIRA, 2006).

Considerado o pai da psicanálise, Freud em sua época também observava a importância da participação da psicologia na análise das questões econômicas.

O fato inquestionável de que indivíduos, raças e nações diferentes se conduzem de forma diferente, sob as mesmas condições econômicas, por si só é bastante para mostrar que motivos econômicos não são os únicos fatores dominante. É completamente incompreensível como os fatores psicológicos podem ser desprezado, ali onde o que está em questão são as reações dos seres humanos vivos; pois não só essas reações concorreram para o estabelecimento de condições econômicas, mas até mesmo sob o domínio dessas condições é que os homens conseguem por em execução seus impulsos instituais – seu instinto de autopreservação, sua agressividade, sua necessidade de serem amados, sua tendência a obter prazer e evitar desprazer. (FREUD, 1933/1976, apud FERREIRA, 2007, p.108)

Sendo assim, a psicologia econômica já se consolidava na década de 1970, e em 1982 surge o International Association for Research in Economic Psychology – IAREP, propagando ainda mais a Psicologia Econômica, e a partir das pesquisas dois prêmios Nobel foram outorgados para os pesquisadores da área

[...] a Herbert Simon, por sua teoria da racionalidade limitada (1978), e mais recentemente, em 2002, a Daniel Kahneman, que havia desenvolvido, juntamente com Amos Tversky, já falecido, a teoria do prospecto (Kahneman e Tversky, 1979; Kahneman, 2002), tendo ambas as linhas de pesquisa contemplado análises sobre o processo decisório (FERREIRA, 2006).

Kahneman e Tversky em parceria, criaram a Teoria do Prospecto, ao qual centrou-se na “percepção de perdas e ganhos nas decisões dos agentes econômicos para o canário de risco e incertezas” (AZEVEDO, 2009, p.29), em outras palavras, observa-se que o ser humano por se um animal racional e emocional, não pensará somente em maximizar os ganhos, mas também irá se preocupar com a perda.

Sobre a Psicologia e a Economia, Katona (1975, apud ARTIFON, PIVA, 2013, p.5), diz ser inviável uma psicologia sem economia assim como o contrário, ressaltando o quão útil é a psicologia para analisar os aspectos mais comuns do comportamento humano, e nos que diz respeito a este, Ferreira (2007) acrescenta que o comportamento econômico reflete comportamentos psíquicos, que não precisam ser manifestos, porém são capazes de se movimentarem, já que pensamentos e cognição são ligados ao aspecto emocional.

Contudo, a Psicologia Econômica contribui para intervenções voltadas para o desenvolvimento econômico e social, sendo um campo emergente e urgente para o psicólogo em nossa atual sociedade.

2.1 ÁREAS FRONTEIRIÇAS E MODO DE ESTUDO DA PSICOLOGIA ECONÔMICA

A Psicologia Econômica possui disciplinas que são fronteiriças a sua atuação, sendo assim importante citar as principais, já que são áreas que dialogam entre si.

Em primeiro momento, temos a Economia Comportamental, considerada parte da Psicologia Econômica, reunindo em grande parte economistas que são interessados em ter um estudo amplo do tema, a partir da ajuda da Psicologia, Sociologia, Antropologia, História e Biologia; em segundo As Finanças Comportamentais que vem evoluindo desde 1990, é uma ramificação da Economia Comportamental, e com base em teorias da Economia Tradicional essa área estuda o comportamento do mercado; em terceiro temos a Socioeconomia, que conta com a atuação de cientistas e sociólogos, estudando os fenômenos econômicos sobre as óticas sociológicas e políticas; a quarta área fronteiriça é a Psicologia do Consumidor, que trata de questões inerentes ao consumidor por uma perspectiva psicológica; e por último a neuroeconomia, sendo uma nova área que busca ligações neurológicas para explicar as decisões econômicas. Essas possibilidades de integração das disciplinas são buscadas desde o século XIX, quando a Psicologia ainda lutava para ser reconhecida. Assim, os estudiosos da área recorriam ao senso comum para embasar as suas propostas (FERREIRA, 2006).

O intercâmbio entre todas as disciplinas citadas é não apenas possível como desejável, uma vez que o conhecimento compartilhado sobre o comportamento econômico de indivíduos e grupos enriquece cada uma delas. Ao mesmo tempo, vemos crescer também o interesse pela Psicologia Econômica (FERREIRA, 2006).

O crescimento da área Psicologia atrelada a Economia no Brasil é expressivo, principalmente quando falamos de Finanças Comportamentais. As bases teóricas mais usadas são a Psicologia Comportamental e a Cognitiva, apesar de a Psicanálise e a Psicologia Evolucionária raramente serem citadas. Quanto a metodologia os dados reunidos são em priori empíricos, através de experimentos em laboratório e levantamentos junto à população.

Mediante exporto a Psicologia Econômica tem muito a contribuir no Brasil, sendo o principal foco, não apenas o estudo em laboratório, mas tornar este conhecimento público.

No caso do Brasil, nossas necessidades de reflexão cuidadosa acerca dos rumos de nossa Economia parecem impor ainda maior urgência à interdisciplinaridade. Uma Psicologia Econômica brasileira, portanto, deveria contribuir para o avanço do nosso país em direção a melhores condições de vida e trabalho, com vistas a uma gestão mais transparente das decisões sobre questões socioeconômicas e psicológicas, tanto no âmbito público como no individual (FERREIRA, 2006).

A área também visa ser uma contribuição para as políticas públicas, em torno dos impactos que as tomadas de decisões econômicas podem desencadear. Assim, vemos uma necessidade de ter o enriquecimento da economia através das teorias psicológicas (FERREIRA, 2006).

3 OS PRINCIPAIS HÁBITOS QUE ACARRETAM O ENDIVIDAMENTO PESSOAL

Existem alguns hábitos que levam os indivíduos cada vez mais próximo ao caminho do endividamento. Sendo assim, nesse capítulo visamos explicar quais são os principais hábitos e os aspectos psicológicos que envolvem cada um desses.

3.1 O HÁBITO DE SE CONSUMIR MAIS DO QUE SE GANHA

Segundo dados levantados pela 58ª Pesquisa Salarial da Catho em 2019, a média salarial do brasileiro é de R\$ 2.340. Baseando-se nesta média, a divisão de gastos ideais da forma mais simples, visando um equilíbrio financeiro saudável, para pessoas que não possuem reserva de emergência deveria ser, 50% para gastos essenciais (R\$1.170,00), 40% para reserva de emergência (R\$936,00), 5% para outros objetivos (R\$117,00) e mais 5% para lazer (R\$117,00).

É comum observar que os indivíduos não possuem um planejamento de gastos mensais, gastando todo ou mais do seu salário, geralmente com produtos que as deixam cada vez mais endividadas como: roupas, idas ao shopping, comer fora de casa, baladas, festas entre outros. O problema, não estão nesses hábitos, mas sim no gasto não planejado e exagerado.

Quando se vive um degrau acima, as consequências ao longo do tempo aparecerão, e quando se vive fora de um planejamento adequado, gastando mais do que se ganha, é provável que em algum momento as pessoas recorram a empréstimos, cartão de crédito e cheque especial aos quais apresentam os juros mais altos no Brasil, dados esses que podemos obter no site do Banco Central. Com estes hábitos o que parecia ser apenas um lanche, ou uma blusa, acaba se tornando um ciclo de dívidas, ao qual os juros compostos começam a trabalhar contra o sujeito, até ao ponto de se tornar inadimplente.

Vale ressaltar que, não importa se a pessoa ganha R\$1.000,00 ou R\$10.000,00, ambas possuem a mesma probabilidade de se endividar, se viverem acima do que ganham ou gastando seu dinheiro de forma inconsciente.

3.1.1 ASPECTOS PSICOLÓGICOS INERENTES AO CONSUMO

Para falar sobre o consumo é necessário incluir a cultura que aqui designamos de uma a acumulação de significados, rituais, normas e tradições acumuladas e compartilhadas entre os membros de uma organização ou sociedade, já que é nela que o sujeito está inserido e é dela que surgem as influências mais significativas no comportamento de consumo dos indivíduos (AZEVEDO, 2009).

Em nenhum momento da história da humanidade o consumo caracterizou-se pelos seus aspectos puramente econômicos. Sua importância cultural e representacional sempre esteve presente. Com o incremento da produção de mercadorias, este processo foi ainda mais incentivado, tornando-se parte da cultura contemporânea (LYRA, 2001, p. 5, apud AZEVEDO, 2009).

O consumo é definido como “um uso imediato e final de bens e serviços para satisfazer às necessidades de seres humanos livres” (AZEVEDO, 2009). Piedras (2007, p. 63) fala sobre os aspectos de tomada de decisão e o comportamento do consumidor sobre a ótica de três autores: Desjeux (2005), Brée (2004) e Solomon (2002). Nele observamos que as variáveis relacionadas ao consumo, não são apenas racionais como a teoria neoclássica dizia. Fatores como a motivação, personalidade, desejos e percepções são levadas em consideração, isso pois os seres humanos não são dotados apenas de razão, mas também emoção.

O homem das Finanças Comportamentais não é totalmente racional; é um homem simplesmente normal. Essa normalidade implica um homem que age, frequentemente, de maneira irracional, que tem suas decisões influenciadas por emoções e por erros cognitivos (HALFEID, TORRES, 2001).

Por tudo isso, o ser humano adota dois tipos de comportamentos que é a aversão à perda e o medo do arrependimento, que são dois fatores que fazem os indivíduos gastarem mais do que ganham. Quando os indivíduos se deparam com uma promoção, eles são totalmente atraídos por esse tipo de mensagem, fazendo com que comprem até mesmo aquilo que não precisam, justamente pela aversão a perda e o medo do arrependimento se não levar determinado item que pode aparentar estar mais barato (HALFEID, TORRES, 2001).

3.2 A FALTA DE UMA RESERVA DE EMERGÊNCIA

Construir uma reserva de emergência deveria ser o primeiro ato a ser feito a partir do primeiro salário que uma pessoa recebe, porém dificilmente esta ação ocorre. A reserva é formada baseando-se no custo de vida mensal, ou seja, somam-se todos os gastos necessários, para que o indivíduo consiga se manter no mês. Através da somatória, esse valor “x” deve-se multiplicar por 6 meses (para quem trabalha por carteira assinada) ou por 12 meses (autônomos), e no final, teremos o valor “y” que o indivíduo deve ter poupado em sua conta, para que consiga tratar quaisquer emergências com maior tranquilidade (ARCURI, 2018).

Quando o indivíduo possui 6 ou 12 meses do seu custo de vida mensal, ao qual deve ser destinado somente para emergências, ele passa a ter maior qualidade de vida e estará sujeito a menos estresse no seu dia a dia, principalmente por variáveis que não podem ser controladas pelo próprio sujeito como: demissão, doenças, reparos em seus bens de consumo e possíveis crises econômicas (ARTIFON, PIVA, 2013, p.3). Um exemplo, é o cenário mundial atual, ao qual em 2020 uma pandemia nomeada de COVID-19, devastou a economia mundial, gerando uma crise. Como a população foi orientada a permanecer em casa em quarentena, negócios também foram obrigados por lei, fecharem as portas nesse período, o que ocasionou um abalo na receita desses comércios, que com o tempo se viram na situação de demitir seus colaboradores. É importante falarmos dessa situação específica pois, se os brasileiros em sua grande parte possuíssem uma reserva de emergência, poderiam passar por essa fase com maior tranquilidade, ou seja, menos estresse, mantendo sua sanidade mental.

No fim, com o que foi exposto acima, observamos que gastando tudo o que se ganha conseqüentemente não teremos uma reserva de emergência, assim, estaremos mais propensos ao endividamento, pois qualquer situação emergencial, poderia levar o indivíduo a procurar por empréstimos em bancos, com juros altíssimos.

3.3 OS PRAZERES DE SE ADQUIRIR CADA VEZ MAIS PASSIVOS FINANCEIROS

Quando falamos sobre educação financeira, é muito comum ouvirmos os termos ativos e passivos financeiros. De forma direta, ativos financeiros são todas as formas que nos gera renda, que fazem com que entre dinheiro em caixa como: investimentos, negócios, renda extra, entre outros correlatos, por outro lado existem os passivos financeiros, que são aquilo que necessitam do seu dinheiro para se manter, como: casa, automóveis e outros bens de consumo (ARCURI, 2018)..

Atualmente, consumimos muito mais do que as gerações passadas, já que conforme a tecnologia que é a responsável por facilitar a vida dos seres humanos, foi avançando, o próprio marketing acabou criando mais desejo no consumidor, dispendo de um marketing cada vez mais humanizado e imediatista, criados pelas contribuições e estudos da própria Psicologia, assim as pessoas acabam abrindo mão de suas economias para se apropriar de bens que trazem prazeres emocionais e status social. Hennigen (2010, apud ARTIFON, PIVA, 2013, p.7). O autor ainda acrescenta que a posse desses bens está diretamente vinculada a aspectos simbólicos, de status e poder, pois cada vez mais os produtos passam a ser concebidos de forma a proporcionar satisfação de necessidades e desejos, mas usando meios que os dão identidade, pertencimento e reconhecimento social, sendo assim, esses passivos financeiros, são considerados motores e matriz das relações sociais (HENNIGEN 2010, apud ARTIFON, PIVA, 2013, p.7).

De acordo com Bauman (2010 apud ARTIFON, PIVA, 2013, p.8), buscar o prazer na satisfação de necessidades imediatas e o desejo em consumir, gera o materialismo compulsivo, contribuindo assim para o endividamento não só individual, mas sim social. Nessa sociedade fluida, o consumo está ligado ao prazer instantâneo e imediato, deixando de ser apenas o suprimento das necessidades básicas. Contudo, o consumo abundante é uma prática associada ao sucesso.

3.3.1 RAZÃO VERSUS EMOÇÃO: A NECESSIDADE E O DESEJO FRENTE OS AGENTES ECONÔMICOS

Somos seres que possuímos necessidade básicas, assim como descreve Maslow em sua teoria (DANTAS, 2019). Porém, não apenas Maslow fala das necessidades básicas dos sujeitos, os neoclássicos na economia tradicional, alegam que os julgamentos econômicos são essencialmente pautados no âmbito da necessidade, por outra via, a psicologia econômica, faz considerações não só as necessidades, mas acrescenta os desejos "Avalia-se que necessidade é simplesmente um motivo biológico básico, enquanto desejo representa um modo que a sociedade nos mostrou, pelo qual a necessidade pode ser satisfeita" (PALLOTTA, 2008 apud AZEVEDO, 2009, p.33). De acordo com Magalhães (2006, apud AZEVEDO, 2009, p. 31), "a diferença mais objetiva entre o desejo e a necessidade é que o desejo pode ser postergado enquanto a necessidade não. Existe o livre arbítrio em relação aos desejos, mas não em relação às necessidades."

Acolhendo uma visão subjetiva a Psicologia Econômica, entende o desejo como uma inspiração para gerar o comportamento, pois os agentes econômicos, são cercados de sensações, desejos e emoções. Tal fato se torna verídico pois ao se dar conta que o indivíduo precisou se endividar para ter a satisfação do desejo, ele pode acabar se arrependendo de ter adquirido tal produto ou serviço. Contudo, vale ressaltar que existem agentes econômicos que maquiagem os desejos, os tornando uma necessidade refletindo no consumo excessivo (AZEVEDO, 2009, p. 31).

Enfim, na psicologia econômica os agentes econômicos comportam-se hora de forma racional e hora não, porém, ambas possuem motivos psicológicos e cognitivos para explicar a decisão.

4 OS PRINCIPAIS FATORES QUE ACARRETAM O ENDIVIDAMENTO PESSOAL

Como abordado em parágrafos acima, não estar preparado para possíveis emergências, gastar mais do que se ganha e adquirir muitos passivos financeiros, estão correlacionados aos hábitos que geram o endividamento pessoal. Nesse capítulo, vamos falar mais sobre os meios que as instituições financeiras criaram para facilitar cada vez mais o consumo dos sujeitos.

Antes de falarmos sobre os fatores, é importante diferenciarmos as expressões endividamento e inadimplência, para que não ocorra confusões. Segundo o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (2012), quando uma pessoa pega emprestado recursos financeiros para adquirir algum bem, ele está se endividando. O excesso de dívidas pode levar o consumidor à situação de inadimplência, que é quando não se consegue honrar com um compromisso financeiro até a data de seu vencimento.

Quando falamos de endividamento, de acordo com as pesquisas da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (2013, apud SOUSA&SILVA, 2015) em primeiro lugar temos o uso indevido do cartão de crédito totalizando 76,6%, e ao contrário do que muitos pensam, o cartão de crédito é uma dívida, pois o banco disponibiliza um crédito para o indivíduo, e que no vencimento de sua fatura o valor deve ser quitado, caso não ocorra, será acrescentado juros. Temos uma resposta mais clara quanto ao uso do cartão, quando o comparamos com o dinheiro em espécie, o seu limite é bem mais claro em comparação ao cartão de crédito, nos obrigando a repensarmos a compra do produto (FERREIRA, 2007).

Enfim, o cartão de crédito se torna uma forma simples de se endividar, pois além da facilidade de adquirir e utilizar, podemos parcelar as compras em pequenas parcelas que quando somadas podem levar o sujeito a inadimplência por não conseguir honrar com o pagamento.

Em segundo lugar, temos os carnês e cartões de lojas totalizando 20,5% (SOUSA, SILVA, FAJAN, 2015) da dívida das famílias brasileiras e funcionando quase que da mesma forma que o cartão de crédito. Os cartões de loja podem oferecer um desconto e sempre envolvem um contrato que os sujeitos assinam na pressa sem ler o que está escrito. O problema desses cartões são as mensalidades, e taxas que são cobradas ao utilizar. Como dito capítulos acima somos seres que possuem aversão a

perda, nesse caso do desconto, então os indivíduos acabam aceitando o cartão (HALFEID, TORRES, 2001). Enfim, os cartões e cartões de loja deveriam ser evitados a todo custo, pois permitem o parcelamento das compras em “x” vezes, além de possuir taxas para uso.

O terceiro maior fator que geram dívidas é o financiamento totalizando 12,1% das dívidas (SOUSA, SILVA, FAJAN, 2015). Como vimos acima, o brasileiro não tem o costume de planejar suas despesas, quanto menos possui uma reserva de emergência. O financiamento de acordo com o Banco Central do Brasil é um contrato de uma operação para comprar um bem ou adquirir um serviço específicos, como no caso de financiamento de um veículo ou uma moto. Geralmente o bem financiado serve como garantia do financiamento e, por isso, os juros, nessas situações, costumam ser menores. O que muitos não sabem é que, enquanto todas as parcelas do financiamento não sejam quitadas, o bem adquirido irá continuar no nome da financiadora, ou seja, se o indivíduo não pagar as parcelas, a instituição tem o total direito de pegar o bem de volta. Além disso, o financiamento envolve juros altíssimos, que no final, você conseguiria comprar 2 a 3 vezes aquele bem que você adquiriu (ARCURI, 2018).

Tanto o cartão de crédito, quanto os cartões de loja e financiamentos, além de serem formas de facilitar o consumo dos indivíduos, são uma forma de tornar imediato algo que ainda não está dentro do alcance real do sujeito, resultando em uma provável inadimplência. Todos esses itens se pensando de forma racional, não fariam sentido a sua aquisição, porém o sujeito a frente de um objeto de desejo, ele pode acabar se sucumbindo a essas formas de crédito, e como explanado capítulos acima, objetos que carregam um simbolismo que podem estar relacionados a status e poder (ARTIFON, PIVA, 2013, p.8).

4.1 CONSIDERAÇÕES DO ENDIVIDAMENTO SOBRE OS ASPECTOS PSÍQUICOS

Quando falamos da Psicologia e endividamento, não há como esquecer do marketing, e assim falamos da Psicologia do Consumidor. O meio corporativo, investiu em pesquisas visando conhecer o comportamento que leva o ato da compra, assim aperfeiçoando cada vez mais as estratégias de publicidade e propaganda (HENNINGEN, 2010). Portanto, observamos que o marketing se tornou mais humanizado, e a

sua influência na compra se tornou cada vez mais sutil e imperceptível para o consumidor.

De qualquer forma, a nossa saúde mental é diretamente ligada com nossas condições econômicas, uma vez que a miséria material caracterizada pelos pilares básicos da nossa vida como a fome, falta de habitação, desemprego e analfabetismo prejudica o desenvolvimento pleno do indivíduo, sendo motivo de desencadear quadros de depressão, ansiedade e abalos a autoestima (ARTIFON, PIVA, 2013, p.3).

A forma de usar o dinheiro, investir e senti-lo está relacionada com os significados inconscientes de cada indivíduo (TOLOTTI, 2007 apud ARTIFON, PIVA, 2013, p.9) e os aspectos psicológicos que são ligados a ele hoje, desempenham um papel que pertencia na época de Freud, a sexualidade, considerando que atualmente, existem mais doenças associadas ao dinheiro do que ao sexo do sujeito ou outro conteúdo mental (CAPRILES 2005, apud ARTIFON, PIVA, 2013, p.9).

Os impactos psíquicos e o equilíbrio mental são apenas algumas das consequências negativas do endividamento ao qual as pessoas se veem presas nele. O consumo exacerbado, principalmente o uso indevido do cartão de crédito tem abalado significativamente a estrutura familiar, gerando crises nos relacionamentos, isso porque, uma dívida principalmente que não consegue ser honrada é estar vulnerável a incidentes, variáveis que não podem ser controladas pelo próprio sujeito como separação, desemprego, problemas de saúde e outros (ARTIFON, PIVA, 2013).

A Psicologia deve ser incluída e estar cada vez por dentro do fator homem e economia pois todos os indivíduos se direcionam de forma diferente, sob as mesmas condições econômicas. Os motivos econômicos não são os únicos fatores que levam ao endividamento, mas os fatores psicológicos como a forma que as pessoas interagem e entendem o dinheiro, também exercem grande influência nessa variável.

5 A IMPORTANCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO CENÁRIO BRASILEIRO ATUAL

A educação financeira é uma disciplina que dissemina o conhecimento adquirido e acumulado pelos estudos nas áreas econômicas, principalmente por contribuições da Psicologia Econômica. É essencial que esse conhecimento seja passado nas escolas, já que devido a nossa sociedade do consumo, gerir nossas finanças é algo que não é ensinado e pouco conhecido, porém sabemos muito bem como adquirir e usar um cartão de crédito por exemplo. De acordo com COSTA (2019)

o conhecimento que se busca de educação e alfabetização financeira, entretanto, impõe a necessidade de compreensão do ser humano em sua identidade particular e complexa, simultaneamente ao que lhes é comum, demonstrando a solidariedade de efeitos sofridos por toda Terra, pois, todos estão sujeitos aos mesmos problemas; mais do que o capital o que se globalizou foi a complexidade da vida.

Falar de educação financeira, além de bem estar e qualidade de vida, significa quebrar os paradigmas que envolvem o dinheiro, pois apesar de ser um meio de troca global, este possui um significado singular para cada sujeito (ARTIFON, PIVA, 2013). O dinheiro, é o desencadeador das paixões violentas e mais intensas como, mal-entendidos, discursos entre amigos e família, conflitos conjugais, depressão, ansiedade, medo, ódio e sofrimentos intermináveis, que dependendo das interações, poderá marcar negativamente a vida do sujeito. O tormento de não ter dinheiro, o desejo de ter mais, o medo do futuro, da pobreza e do fracasso, são fantasias associadas ao dinheiro (ARTIFON, PIVA, 2013).

Contudo, a educação financeira tem seu papel pois, hoje é mais fácil falar de sexo do que de dinheiro. Isso se dá pois, quando falamos de dinheiro, estamos nos expondo sobre nossas competências privadas, e assim, as dificuldade de lidar com o dinheiro podem causar mais neuroses do que problemas sexuais, além disso, o jeito que administramos a vida financeira, revela muito sobre o nosso próprio inconsciente (ARTIFON, PIVA, 2013).

O acesso à educação financeira é algo diretamente ligado aos princípios da Constituição, como os princípios da dignidade da pessoa humana, cidadania e um sociedade livre, justa e solidária, com menos desigualdade social. Costa (2019) ainda

acrescenta que a educação financeira abrange “conceitos que vão desde conscientização e conhecimento financeiro, inclusive de produtos, instituições e conceitos técnicos; habilidades financeiras ou capacidade financeira mais geral, em termos de gestão e planejamento financeiro.

A educação financeira deve promover a transmissão de conhecimentos, garantindo sua perfeita cognição e contextualização, para que o educando obtenha efetivamente o desenvolvimento de habilidades que o tornem capaz de tomar decisões fundamentadas e seguras, para que possa gerir com êxito sua vida financeira (COSTA, 2019, p.71).

Esse conhecimento, contudo, protege o consumidor e lhe proporciona melhores condições de vida, produzindo um efeito didático no próprio mercado financeiro, que se questionado quanto às suas práticas, tornam as condutas dos agentes financeiros mais transparentes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O endividamento pessoal não está diretamente ligado à renda do indivíduo, e sim à forma como ele administra as suas receitas e despesas CERBASI (2003, apud SOUZA, SILVA, FAJAN, 2015) e como dificilmente, temos alguma referência saudável de como lidar com o dinheiro, temos cada vez mais adultos endividados e inadimplentes. A nossa sociedade enfatiza à despesa e obtenção de passivos do que poupar e investir, isso é fato já que sabemos como adquirir crédito e empréstimos facilmente, porém não sabemos administrar o nosso dinheiro de forma saudável.

No Brasil, podemos listar três tipos de dívidas das famílias brasileiras mais comuns, que são os cartões de créditos, carnês e cartões de lojas, e financiamentos. O que todos tem em comum, é a facilidade de se obter o crédito muitas vezes sem análise. O crédito pode ser uma mina de ouro para quem o concede, porém, pode se tornar um pesadelo para quem o utiliza, já que muitos comprometem quase a totalidade de sua renda, chegando a um nível de endividamento tão grave que pode pôr em risco a própria subsistência do sujeito.

Se for um lado, temos um Brasil com um alto índice de endividamento pessoal e social, por outro lado, temos a crescente área da Psicologia Econômica que estuda o comportamento dos agentes econômicos frente as atitudes de compra, venda, consumo, poupança e endividamento, tendo o objetivo de se integrar as políticas públicas evidenciados os fatores e impactos psicológicos que uma sociedade endividada pode sofrer completando a análise do comportamento dos agentes econômicos, considerando aspectos emocionais e cognitivos..

A educação financeira, que conta com estudos da Psicologia Econômica, deveria ser uma matéria essencial no currículo das escolas, pois através dessa, a desigualdade social e o endividamento diminuiriam drasticamente. Além de tudo, a educação financeira, vai muito além do que planejamento e cálculo de dinheiro, esse conhecimento visa a qualidade de vida e bem estar do sujeito, contribuindo para a redução de fobias, depressão, ansiedade e estresse, pois saúde financeira, é saúde mental.

Vale ressaltar que quando falamos de dívida não envolvemos apenas os aspectos financeiros, mas sim, a saúde mental do sujeito. Como exposto na pesquisa, a

economia hoje, desempenha o mesmo papel que a sexualidade na época de Freud, pois a maior parte das doenças mentais que encontramos atualmente, está diretamente ligada as questões financeiras do que qualquer outro conteúdo psíquico.

No fim temos o problema de pesquisa solucionado e se confirmam as hipóteses de os principais hábitos/comportamentos que geram o endividamento pessoal, é o consumo cada vez crescente de mais passivos financeiros, e principalmente, pela falta de planejamento financeiro, ao qual a maior parte da população brasileira, não dispõe de uma reserva de emergência.

REFERÊNCIAS

ARTIFON, Simone; PIVA, Maristela. **Endividamento nos dias atuais: Fatores psicológicos implicados neste processo.** Disponível em: <<https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0771.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2019.

AZEVEDO, Pilar Rocha. **Consumo Sustentável: Possibilidade de equilíbrio entre teoria neoclássica e Psicologia Econômica.** Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/3876/1/418272.pdf>>. Acesso em: 08 ago. 2020.

CRELIER, Cristiane. **Expectativa de vida dos brasileiros aumenta para 76,3 anos em 2018.** Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26103-expectativa-de-vida-dos-brasileiros-aumenta-para-76-3-anos-em-2018>> acesso em: 08 ago. 2020.

COSTA, José Carlos. **O direito ao acesso à educação financeira como forma de inclusão social: desafios no ambiente da financeirização da economia brasileira.** Disponível em: <<https://www.fdsu.edu.br/mestrado/arquivos/dissertacoes/2019/03.pdf>> acesso em: 01 abr. 2020.

DANTAS, I. **A Motivação e a Inversão da Pirâmide de Maslow.** Revista Gestão & Sustentabilidade, v. 1, n. 1, p. 173 - 186, 28 jun. 2019.

FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia Econômica: origens, modelos, propostas.** Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/17173/1/Vera%20Rita%20de%20Mello%20Ferreira.pdf>>. acesso em: 08 ago. 2020.

FERREIRA, Vera Rita de Mello. **Psicologia Econômica.** Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rae/v47n3/v47n3a08>> acesso em: 08 ago. 2020

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social** / Antonio Carlos Gil. - 6. ed. - São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2019.

HALFEID, Mauro; TORRES, Fábio de Freitas Leitão. **Finanças comportamentais: aplicações no contexto brasileiro.** Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/rae/v41n2/v41n2a07.pdf>> acesso em: 08 ago. 2020.

Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor. **Conheça as dicas do Idec para evitar o endividamento e a inadimplência.** Disponível em: <<https://idec.org.br/consultas/dicas-e-direitos/conheca-as-dicas-do-idec-para-evitar-o-endividamento-e-a-inadimplencia>> acesso em: 16 out. 2019.

PIEDRAS, Elisa Reinhardt Elisa. **Publicidade, imaginário e consumo: anúncios no cotidiano feminino.** Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/bitstream/tede/4636/1/397521.pdf>> acesso em: 08 ago. 2020.

SILVA, Juliana Tomaz de Lima; Souza, Dércia Antunes de; Fajan, Fernanda Deolinda. **Análise do endividamento e dos fatores que influenciam o comportamento de alunos universitários.** Disponível em: <<https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos15/13722130.pdf>> acesso em: 08 ago. 2020