



PODER JUDICIÁRIO
de Santa Catarina

JURISPRUDÊNCIA CATARINENSE

2023
146

Edição Eletrônica

A IMPORTÂNCIA DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL NOS NEGÓCIOS JURÍDICOS E O DIREITO DO CONSUMIDOR

THE IMPORTANCE OF BEHAVIORAL ECONOMICS IN LEGAL BUSINESS AND CONSUMER LAW

Yhon Tostes

RESUMO: Os vínculos jurídicos que geram direitos e deveres são precedidos de processos cognitivos que afetam o processo de escolha e a assimetria informacional que existe naturalmente num negócio realizado entre consumidores. Em razão do princípio da informação e demais normas consumeristas não conseguirem proteger integralmente o consumidor, a economia comportamental serve como um instrumento de melhor compreensão de como se dão essas escolhas e possibilita a melhoria do ambiente jurídico de forma mais concreta distante da retórica e visão de equidade judicial em prol da parte hipossuficiente.

PALAVRAS-CHAVE: Economia comportamental. Consumidor. Dívida bancária. Assimetria informacional.

ABSTRACT: The legal bonds that generate rights and duties are preceded by cognitive processes that affect the choice process and the informational asymmetry that naturally exists in a business carried out between consumers. Due to the principle of information and other norms of consumer law not being able to fully protect the consumer, behavioral economics serves as an instrument for a better understanding of how these choices are made and makes it possible to improve the legal environment in a more concrete way, far from rhetoric and vision of judicial equity in favor of the hyposufficient part.

KEYWORDS: *Behavioral economics. Consumer. Bank debt. Informational Asymmetry.*

INTRODUÇÃO

Os romanos há mais de dois mil anos certamente gostariam de economia comportamental, embora na época não tivessem nenhum referencial teórico claro sobre economia e nada sobre psicologia.

Entretanto, diante da magnitude comercial do império romano, foram eles que sistematizaram e tentaram compreender os vícios de consentimento na assunção de negócios e criaram a distinção jurídica entre “*dolus bonus*” e “*dolus malus*”.

Na vida prática, todo mundo percebe a utilidade dos conceitos nas relações de compra e venda, como por exemplo, ao entender como natural e juridicamente possível que um vendedor diga a um potencial comprador que uma camiseta verde limão com desenhos de triângulos roxos seja algo elegante e irá deixar o adquirente mais belo. Não há ilícito civil ou nulidade negocial, só algo natural da vida em sociedade onde atos de comércio existem. Ademais, foram os romanos que criaram o célebre brocardo: “*De gustibus non est disputandum*”

Não há diferença jurídica quando se comprava um cavalo de um centurião romano ou, atualmente, ao se entrar numa loja de carros ou num Banco. Neste último exemplo, é preciso lembrar que instituições financeiras não são casas de caridade ou templos das virtudes, mas sim um local de comércio cujo produto que está sendo apresentado e vendido é o crédito bancário e as operações lá ofertadas não são mais nada do que oferta de serviços especializados.

Para o direito, somente o “*dolo malus*”, ou seja, o dolo grave, vicia o consentimento, sendo os artifícios utilizados além de graves, causa eficiente da manifestação de vontade (MONTEIRO, 2005).

A doutrina civilista tenta equacionar o problema sem entrar no âmago decisório, apenas distinguindo a situações e a extensão de seus efeitos, como Tartuce:

O dolo pode ser conceituado como sendo o artifício arditoso empregado para enganar alguém, com intuito de benefício próprio. O dolo é a arma do estelionatário, como dizem os antigos civilistas. De acordo com o art. 145 do CC, o negócio praticado com dolo é anulável, no caso de ser este a sua causa. Esse dolo, causa do negócio jurídico, é conceituado como dolo essencial, substancial ou principal (dolus causam). Em casos como tais, uma das partes do negócio utiliza artifícios maliciosos, para levar a outra a praticar um ato que não praticaria normalmente, visando a obter vantagem, geralmente com vistas ao enriquecimento sem causa. (TARTUCE, 2014, p. 231).

Percebe-se que por muitas vezes o operador do direito sofre sem um ferramental teórico e diálogo com outras ciências para tentar entender como um consumidor pode ser seduzido ou levado a uma situação de erro e efetivamente quais os processos mentais que geraram um estado de ignorância sobre os riscos do negócio que está sendo apresentado, mantendo a ciência do direito, estranhamente, o consumidor como um agente dotado de racionalidade total que não recebe as influências estudadas pela psicologia e economia:

O dolo consiste em ‘manobras ou maquinações feitas com o propósito de obter uma declaração de vontade que não seria emitida se o declarante não fosse enganado’. A pessoa é levada ao erro por inexato conhecimento da situação de fato em razão de ação de um terceiro, no que aprofunda-se Emílio Betti: ‘O erro na motivação do querer – isto é, o inexato conhecimento da situação de fato com base na qual a base se determina à celebração de um negócio, que de outro modo não teria sido celebrado ou que teria sido em condições diferentes – pode ser, em vez de espontâneo, provocado por engano alheio (dolo). É erro intencionalmente provocado. Instigado pela intenção de enganar, o autor mune-se da vontade de induzir o outro ao erro, usando de artifícios não grosseiros ou perceptíveis a prima facie. Busca o prejuízo do induzido ou deceptus e o proveito próprio ou de terceiros. (RIZZARDO, 2006. p. 481).

A questão toda se resume a informação sobre o bem ou serviço que está sendo apresentado? Qual o real sentido do princípio da informação erigido pelo Código de Defesa do Consumidor perante a ausência de racionalidade explicada pela psicologia? O direito observa os vieses do processo de escolha como a economia comportamental ou percebe tudo como algo monolítico e racional? Ou resolve tudo na base da retórica de princípios consumeristas?

- **ECONOMIA COMPORTAMENTAL**

A economia neoclássica é uma ciência social que estuda o processo de decisão (escolha) dos indivíduos e da sociedade no emprego dos recursos produtivos e no consumo de bens e serviços capazes de satisfazer as necessidades humanas e que são limitados (escassos) na natureza.

Ora, esse ser econômico ao longo da história foi sendo mais bem escrutinado e visualizado por outras ciências para se adaptar à realidade.

E aí que entra a economia comportamental pois ela inverte o padrão investigatório científico, mais precisamente, ao contrário de desenvolver uma teoria e depois testá-la por meio de observação do comportamento humano (dedução), os behavioristas adotam o próprio comportamento humano como ponto de partida e de análise (indução) (GONÇALVES, 2021).

Isso tudo, embora não seja plenamente aceito, se inicia com a escola behaviorista de psicologia com Skinner, entretanto, a economia comportamental começa mesmo a partir da década de 1950, a partir da contribuição de Herbert Simon, seguindo com a enorme participação de Kahneman e Tversky (sobre erros de avaliação, os famosos vieses) e tem seu apogeu com a evolução da neurociência que proporciona avanços na chamada neuroeconomia.

Burrhus Frederic Skinner, Professor da Universidade de Harvard, desenvolveu a análise do comportamento que foi chamada de “Behaviorismo Radical” e considerava o livre arbítrio uma ilusão e que a ação humana dependia das consequências de ações anteriores, o que chamou de “princípio de reforço”:

Skinner at Harvard University formularized a series of experiments in conditioning, defining a reward as something to reinforce the cooperation of a stimulus and response, and something to increase the probability of causing the response. Psychologists call it a ‘reinforcer.’ Thus, the meaning of reward is almost the same as the meaning of ‘incentive’ in economic terms. (OGAKI; TANAKA, 2019)

Posteriormente, há uma investigação dos padrões comportamentais diante da suposta previsibilidade das condutas dos agentes (*homo oeconomicus*) que respondem racionalmente aos incentivos de preços nas situações de mercado e a incentivos legais nas situações de extramercado.

Ou seja, em tese, para a economia, a premissa seria que um consumidor escolhe, por exemplo, comprar um imóvel por otimização de seus interesses. No caso, a análise se dá dentro das expectativas racionais a partir de um orçamento limitado e um mercado equilibrado (competição livre e flutuação de preços gerando oferta igual à demanda).

Entretanto, tudo se trata de apodíctico, ou seja, a proposição não depende da modalidade do juízo que ela anuncia, mas da validade da sua demonstração.

Por conseguinte, os psicólogos cognitivos levaram a economia a estudar como indivíduos e instituições reagem a incentivos mesmo diante da ideia de que a escolha racional seja o principal guia para essas respostas (embora o comportamento altruísta seja comum) (BECKER; POSNER, 2009, p. 4).

Thaler (2019), ao iniciar uma de suas obras, lembra que vivemos num mundo de humanos e não de economistas (e certamente também não de juristas). Saliendo que somos movidos a paixões, como já bem alertava Adam Smith, em seu famoso escrito, “Teoria dos Sentimentos Morais”, algo pouco lembrado em livros de economia. Por isso, “Econs não têm paixões; são otimizadores de sangue-frio. Pense no Sr. Spock de Star Trek” (THALER, 2019, p. 21).

Ou seja, de uma forma ou de outra, ninguém duvida que o “homo oeconomicus” nunca existiu e aos poucos a economia foi construindo pontes com a psicologia visando melhorar a compreensão dos comportamentos e, segundo Tirole (2018, p. 128), é:

indispensável que os diversos campos disciplinares em ciências sociais e humanas se abram e se alimentem uns aos outros. O economista tem muito a aprender acerca das outras disciplinas e, inversamente, os seus trabalhos podem abrir novas perspectivas de investigação acerca dos comportamentos individuais e os fenômenos sociais.

Concordamos com Porto; Garoupa (2020, p. 131) quando dizem que a economia comportamental deve ser encarada como um novo instrumento sobre a tomada de decisões humanas,

capaz de sofisticar as previsões e análises da economia neoclássica, sem, contudo, desconsiderar a qualidade preditiva de seus modelos econômicos, sendo, portanto, duas ferramentas teóricas complementares e não excludentes ou incompatíveis entre si.

Na mesma linha seguem Ogaki; Tanaka (2019), ao se posicionarem pela coexistência da economia tradicional e seu modelo de agente racional e econômico e a economia comportamental que emprega teorias advindas da psicologia, sociologia, antropologia, neurologia e outras para realização de estudos empíricos e experimentais com vistas a demonstrar a inconsistência entre a suposição de um homem econômico e a tomada de decisão econômica real diante da existência de questões que não podem ser abarcadas dentro de uma estrutura da economia tradicional.

Segundo Corr; Plagnol (2019), a economia comportamental, tal como um alvo em movimento não é fácil de definir, nem de entender, porém, ela se esforça para apresentar uma explicação científica do comportamento econômico real ao desenvolver teorias, produzir hipóteses e realizar testes em relação ao mundo da tomada de decisões, sendo bem menos dependente que a economia tradicional em um pequeno número de axiomas.

Araujo (2021, p. 34), ao dizer que a *Behavioral Economics* preserva o realismo na referência às motivações sem perder o paradigma da racionalidade a conceitua como:

O estudo dos fenómenos de desvio sistemático em relação ao padrão clássico da escolha racional e egoísta – aventurando-se no diagnóstico de erros sistêmicos e intuitivos que derivam da ansiedade e da pressão do tempo, de distração com tarefas concorrentes, de cansaço, de desequilíbrio emocional, de menosprezo pelos valores em jogo ou pela amplitude das consequências, de simpatias ‘à primeira vista’, de ‘memória selectiva’.

Rachlinski (2011) resume os avanços da economia comportamental em quatro pilares, que podem ser assim resumidos:

- O livre mercado pode não ser eficiente devido aos erros de julgamento dos consumidores;
 - A regulação por agências especializadas pode ser melhor do que a tomada de decisão política, pois os eleitores podem confiar em estratégias simplistas de tomada de decisões;
 - A tomada de decisão por juízes ou júris pode ser imprecisa e as regras processuais são importantes para evitar erros sistemáticos de julgamento;
 - As pessoas são mais altruístas ou más do que os modelos racionais de comportamento sugerem, o que pode ter reflexos positivos ou negativos nas normas sociais que regulam o comportamento humano.
- **O DIÁLOGO DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL COM O DIREITO DO CONSUMIDOR**

Aqui vamos nos ater nas questões que afetam diretamente ao consumidor, ou seja, como a economia comportamental enxerga seu comportamento.

Destarte, na economia neoclássica o consumidor teria três características bastante questionáveis, mais precisamente: **racionalidade ilimitada, força de vontade ilimitada e egoísmo ilimitado.**

Dan Ariely (2020) apresenta vastos exemplos mostrando empiricamente como as decisões são tomadas de forma bem menos racionais do que supõe a teoria econômica tradicional, porém, apesar disto, nossos erros são sistemáticos e previsíveis em razão da nossa estrutura básica cerebral, o que acaba por gerar uma visão deprimente da economia comportamental que reconhece as falhas humanas e como estamos aquém dos nossos ideais.

Todavia, o citado autor, sustenta a importância da economia comportamental em razão de que os estudos de nossos erros:

também fornecem oportunidades de desenvolvimento. Se cometemos erros sistemáticos em nossas decisões, por que não desenvolver estratégias, ferramentas e métodos novos para nos ajudar a tomar melhores decisões e melhorar o nosso bem-estar geral? (ARIELY, 2020, p. 269).

Para auxiliar na arquitetura das escolhas, Thaler; Sunstein (2019) adotam a ideia chamada de “paternalismo libertário”, ou seja, um auxílio para que as pessoas realizem escolhas benéficas e conscientes com plena liberdade através de um “nudge” que vem a ser:

um estímulo, um empurrãozinho, um cutucão; é qualquer aspecto da arquitetura de escolhas capaz de mudar o comportamento das pessoas de forma previsível sem vetar qualquer opção e sem nenhuma mudança significativa em seus incentivos econômicos. Para ser considerada um nudge, a intervenção deve ser barata e fácil de evitar. Um nudge não é uma ordem (THALER; SUNSTEIN, 2019, p. 14).

A ideia central do citado “paternalismo” é criar uma arquitetura de escolhas que beneficie as pessoas sem impor restrições ou obstáculos às escolhas individuais. O objetivo é fornecer incentivos que guiem todos na direção de escolhas mais benéficas sem interferir na sua liberdade. É importante notar que, se houver uma indução explícita que afete a liberdade, isso não pode ser considerado um “nudge”.

Em Santa Catarina, viralizou e foi objeto de uma matéria num jornal (ND+, 2022) uma placa colocada na entrada de garagem de uma casa situada no município de Gaspar para tentar evitar o estacionamento indevido de carros com o alerta de proibição utilizando a ideia de um burro, porém, com o desenho de um simpático animal.

Embora não tenha sido identificado desta forma, a placa preenche os requisitos de um “nudge” pois tentou estimular uma conduta positiva de forma engraçada, suave e que despertasse a atenção sem gerar constrangimento e impedimento claro.

Pode-se afirmar que as pessoas conseguem realizar boas escolhas quando possuem experiência, informações precisas e feedback rápido, como escolher o sabor de um sorvete. Porém, longe desse cenário, para realizar boas escolhas as pessoas podem necessitar de ajuda externa, como quando realizam um contrato de financiamento e não tem formação na área para compreender os termos jurídicos e as consequências de tudo que está sendo apresentado.

E afinal de contas, o que tudo isso interessa realmente ao consumidor de crédito e ao Judiciário? A lei ou a atuação judicial conseguem corrigir todas as falhas de mercado e gerar escolhas sempre corretas para o consumidor transformando-o num verdadeiro “*homo juridicus*”?

Isso tudo afeta a economia de mercado e existe um “*Mundecono*” em que todos os consumidores são “*econos*” e sem dificuldades para tomar decisões complexas ou a realidade aponta para o “*Mundumano*” em que alguns são humanos com suas falhas e acertos e outros são “*econos*”? (THALER; SUNSTEIN, 2019).

Ora, neste dilema de análise de “modelos” de seres humanos, entra em cena um outro ganhador do nobel de economia, Daniel Kahneman, que mostrou como estamos expostos a influências que ofuscam nossa capacidade julgar e agir com clareza em razão do pensamento rápido intuitivo que gera ausência de reflexões (sistema 1) e o mais racional que raramente utilizamos pois consome mais energia, é mais lento e relacionado ao pensamento lógico (sistema 2) (KAHNEMAN, 2012). Isso interessa na análise dos litígios uma vez que se percebeu que as pessoas agem com uma série de vieses que são previsíveis e podem ser modelados, dentre os quais, o do “excesso de otimismo”.

Em razão de sua natureza mais consciente e voluntária, a maioria das pessoas tende a se identificar com o sistema 2, especialmente se cremos no mito do “homo economicus” e na teoria da escolha racional, em função disto que se pode dizer que “a crença de que nossas decisões são voluntárias, racionais e determinadas por preferências claras e consistentes é uma característica da cultura ocidental e das economias de mercado” (GONÇALVES, 2021, p. 102).

Por isso, como a grande maioria das pessoas não são “econos”, poucos sabem esclarecer os motivos que geram uma decisão como comprar um bem móvel (ou imóvel, não faz diferença).

E isso se dá pelo fato que os processos do sistema 1 são recheados de elementos emocionais ou instintivos que dificultam as narrativas que, por terem um enredo, são encadeamentos lógicos de causas e efeitos. O comportamento humano de criar essas narrativas racionais para explicar ou justificar posteriormente decisões irracionais já tomadas foram chamadas por Richard Thaler como “*contabilidade mental*” (GONÇALVES, 2021, p. 104).

Através da economia comportamental percebemos que as escolhas irracionais geram desvantagens aos consumidores que precisam conhecer melhor as causas e as estratégias de marketing utilizadas pelas empresas para atrair sua atenção e vender seus produtos.

A questão não é somente se temos as informações necessárias para assunção de um negócio (princípio do código de defesa do consumidor), mas compreender previamente nossos processos mentais menos conscientes e menos racionais e os gatilhos mentais que influenciam nosso comportamento de compra, como os *nudges*.

- **A ECONOMIA COMPORTAMENTAL E CONTRATOS DE CRÉDITO BANCÁRIO**

Thaler e Sunstein (2019) utilizam o exemplo das hipotecas para ilustrar a importância da arquitetura de escolhas nos mercados de crédito. Eles destacam que, em um primeiro momento, a escolha de um empréstimo hipotecário era baseada apenas na comparação das taxas de juros oferecidas pelos diferentes credores. No entanto, a introdução da “Lei da Verdade”, que exigia que as instituições financeiras divulgassem as taxas de juros de forma clara e padronizada, foi um bom exemplo de arquitetura de escolhas, pois facilitou a comparação entre os empréstimos. Isso demonstra como uma intervenção sutil pode melhorar a tomada de decisão dos consumidores e aumentar a eficiência do mercado de crédito.

Os referidos autores ainda ressaltam que, atualmente, a realização de um empréstimo hipotecário nos Estados Unidos da América é mais complicada do que no passado, devido à

grande variedade de opções disponíveis para os consumidores. São apresentadas várias opções de financiamento, com taxas de juros fixas ou variáveis, empréstimos com ou sem amortização do principal, e financiamentos com juros iniciais baixos que depois aumentam. Essa grande variedade de opções pode confundir os consumidores e tornar difícil a escolha da melhor opção de empréstimo.

Alguém pode pensar que no Brasil a situação é diferente por termos um Código de Defesa do Consumidor repleto de princípios protetivos, dentre eles, o da informação. E que nossos legisladores, mesmo com o exercício das conveniências e oportunidades políticas republicanas, regulam a vida em sociedade reduzindo a entropia (grau de desordem ou desinformação) através das leis voltadas para a eficiência.

Em verdade, realizar um empréstimo no Brasil é algo tão absurdamente complexo que nem o Superior Tribunal de Justiça conseguiu com facilidade delimitar o conceito e alcance da taxa conhecida como “comissão de permanência”, presente em inúmeras modalidades de empréstimo.

No Superior Tribunal de Justiça, a Ministra Nancy Andrighi no Recurso Especial n. 1.058.114-RS, com muita honestidade disse literalmente que:

Definir a comissão de permanência talvez seja uma das tarefas mais árduas do Direito Bancário. (...). Com efeito, há insegurança até quanto à sua definição, natureza jurídica e, principalmente, quanto aos componentes incorporados em seu cálculo. (BRASIL. Superior Tribunal de Justiça. REsp. n. 1058114 /RS, Relatora Ministra Nancy Andrighi, Segunda Seção, julgado em 12/08/2009, DJe 16/11/2010).

E o que dizer sobre os planos de amortização das prestações dos financiamentos que estipulam o modo pelo qual o financiado pactua os períodos de incidência da correção monetária da parcela mensal ou outra forma de atualização da prestação, sendo as mais comuns, segundo Efing (2012), as seguintes: Sistema Francês de Amortização (**Tabela Price**); Sistema de Amortização Constante (**SAC**); Sistema de Amortização Misto (**SAM**); Sistema Misto de Amortização com Prestações Reais Crescentes (**SIMC**).

Diante da existência de financiamentos predatórios, Thaler e Sunstein propõem o uso do paternalismo libertário e de nudges para ajudar na arquitetura de escolhas apresentando discordância com a ideia da Professora Lauren Willis de limitar o número de hipotecas para facilitar a comparação de financiamentos, argumentando que isso restringiria a liberdade de escolha dos consumidores. Em vez disso, propõem melhorar a informação e a arquitetura de escolhas para ajudar os consumidores a tomar decisões mais informadas e vantajosas.

De acordo com Thaler e Sunstein (2019), simplesmente melhorar a informação não é suficiente quando se trata de lidar com múltiplas tarifas, o que vai contra a sugestão da Professora de Direito Lauren Willis de limitar o número de hipotecas para facilitar a comparação. Eles argumentam que essa abordagem vai contra o princípio do paternalismo libertário, pois limita a liberdade de escolha dos consumidores em relação aos tipos de contrato disponíveis, como taxas variáveis que podem ser vantajosas em certos casos.

Em vez disso, Thaler e Sunstein propõem uma solução que envolve oferecer financiamento com tarifa zero para que os consumidores possam comparar as condições de financiamento. Além disso, as taxas de juros devem ser divulgadas para indicar o pagamento durante todo o empréstimo, incluindo as piores condições que o consumidor possa enfrentar se houver alguma alteração.

De igual forma, deveria ser disponibilizado um relatório “*Racap*” indicando todas as tarifas e taxas de juros, incluindo a taxa inicial, à qual estão atreladas as mudanças nas taxas flutuantes e o limite de alterações por ano etc. Tudo facilitaria a comparação dos empréstimos e até a obtenção de orientação por parte de terceiros. (THALER; SUNSTEIN, 2019).

No contexto brasileiro, existem diversas espécies de contratos de financiamento que contêm uma série de cláusulas e nomenclaturas complexas, o que torna difícil para um consumidor entender seu alcance e, mesmo que consiga identificar o significado inicial, ainda pode ter dificuldades para calcular o resultado final.

Nem mesmo a descrição do “Custo Efetivo Total” não resolve o problema da escolha racional ideal, uma vez que o conhecimento do total das despesas que integram a prestação mensal não torna mais fácil a comparação dos custos da operação com outras instituições financeiras.

O problema vai além da simples compreensão das taxas, incidindo sobre a compreensão técnica dos tipos de operações bancárias que influenciam diretamente os contratos e seu design.

A dificuldade não é achar ou comparar taxas de juros. A informação é acessível na internet no site do Banco Central do Brasil. Ela existe, é extensa e clara. Só que para um *expert* no assunto, não para um consumidor normal. E, para piorar, não atende a todas as operações de crédito existentes no mercado financeiro.

Navegar nas inúmeras tabelas existentes no site do Banco Central exige uma experiência que poucos possuem e a ausência de uma padronização dos contratos nas Casas Bancárias só aumenta o problema.

Não há nada que obrigue minimamente que se indique a natureza e conceito da operação de acordo com as tabelas do BACEN; a demonstração que as taxas adotadas estão dentro da taxa média informada naquele período pelo BACEN (e se não estão qual o motivo real que autoriza sua superação), e, ao final, isso tudo combinado com a apresentação clara do famigerado CET (custo efetivo total).

A dificuldade é tão grande que para se apurar a taxa média de juros de um financiamento de crédito pessoal com garantia de imóvel (chamado de *Home Equity*), não existe uma tabela própria, como se observa a resposta do BACEN a uma consulta judicial e apresentada nos autos de uma ação judicial:

Em atenção à sua solicitação, esclarecemos que Banco Central consolida e divulga periodicamente taxas de juros médias mensais praticadas nas operações de crédito contratadas pelo Sistema Financeiro Nacional

(SFN). Essas taxas representam o custo efetivo médio das operações de crédito para os clientes, composto pelas taxas de juros efetivamente praticadas pelas instituições financeiras em suas operações de crédito, acrescida dos encargos fiscais e operacionais incidentes sobre as operações. As taxas médias divulgadas pelo Banco Central são apuradas a partir de dados fornecidos a esta autarquia pelas instituições financeiras, em atendimento ao disposto na Circular 3.567/2011. Tal normativo determina às instituições financeiras o fornecimento de dados relativos às principais modalidades de crédito do sistema financeiro. As taxas médias de juros das operações contratadas pelo sistema financeiro podem ser consultadas nas Notas Econômico-Financeiras para a Imprensa de Política Monetária e Operações de Crédito do SFN, disponível em <http://www.bcb.gov.br/pt-br/#!/n/ecoimprensa> ou por meio do Sistema Gerenciador de Séries Temporais (SGST) no sítio <http://www.bcb.gov.br/pt-br/#!/n/seriestemporais>. Ao acessar o sistema, buscar as informações em 'pesquisa por tema', no seguinte caminho: Indicadores de Crédito >> Taxas de juros. **Sobre as operações de crédito pessoal com garantia de imóvel ('Home Equity'), informamos que o Banco Central não consolida taxas médias de juros específicas para esse tipo de operação.** Esses financiamentos são reportados conjuntamente com outras operações de crédito direto ao consumidor (CDC) no âmbito da modalidade 'crédito pessoal não consignado' (série temporal de código nº 20742). No que tange às 'taxa de juros de referência' em substituição às taxas de juros para operações de 'home equity', informamos que o Banco Central não emite juízo de valor sobre informações não produzidas por esta autarquia. (BRASIL. Tribunal de Justiça de Santa Catarina. Unidade Estadual de Direito Bancário. 14ª. BAN. Procedimento Comum Cível n. 5007379-77.2022.8.24.0005/SC. Autores: Márcio Luís dos Santos e Adriana Aparecida Dutra da Silva. Réu: Cooperativa de crédito do leste de Santa Catarina e do Paraná Ltda – UNICRED UNIÃO).

Embora o sistema regulatório brasileiro dê a impressão de seguir o modelo “*Racap*” proposto por Thaler; Sunstein (2019), em verdade, as complexidades na formulação dos contratos e as dificuldades de compreensão das fórmulas e índices adotados para atualização dos financiamentos impossibilitam os consumidores de crédito no Brasil realizar comparações seguras e simples entre as instituições financeiras e ter certeza de quem oferta o produto mais barato.

O direito brasileiro por vezes parece desconhecer as motivações inconscientes na tomada de decisão de um negócio e, para piorar, diante desta arquitetura legal, a regulação do mercado de crédito simula um sistema que supostamente apresentaria todos os dados que interessam ao adquirente do crédito e que isso atingiria as finalidades pretendidas pelo Código de Defesa do Consumidor, em especial, o princípio da informação, resultando num otimismo exagerado em cenários de incerteza e imprecisões como o de tomada de financiamento.

Essa falha de mercado de crédito gera problemas tanto para o consumidor como para todo o restante da sociedade. Apesar de existir um viés oportunista na oferta de crédito com as confusas fórmulas de atualização do financiamento, o Judiciário acaba se perdendo no meio de uma litigiosidade muitas vezes frívola e distante de vícios que pudessem macular o negócio conflituoso e não resolve adequadamente a situação pois não tem condições e nem é sua missão regular o sistema financeiro.

• CONSIDERAÇÕES FINAIS

Saraiva (2014) ressalta que a economia comportamental oferece dados que auxiliam na mudança da balança do poder através das normas e instituições que determinam soluções para as

necessidades individuais e coletivas, não pretendendo substituir teorias e caminhos da economia do desenvolvimento, mas alargar as perspectivas e ganhar em compreensão, distanciando-se de algumas abordagens mais idealistas ao não pretender substituir más instituições por boas, mas aprender a trabalhar com qualquer tipo de instituição e destinatário não podendo ser um ramo da economia desprezado:

visto que recorda que as nações pobres ou ricas são feitas de pessoas que falham, assim como as políticas e programas de desenvolvimento. Neste último caso, aliás, sugere-se que para além de auxiliar microeconómico, a abordagem comportamental assuma, com a devida parcimónia, relevância na esfera macro. Neste plano, as organizações não governamentais, pela sua flexibilidade, constituem agentes de mudança privilegiados. Por outras palavras, espera-se que o alerta comportamental, mais do que uma moda, traga conhecimento e sabedoria. (SARAIVA, 2014, p. 3176).

A relevância de compreensão do processo de escolha humana afeta a economia como um todo, pois:

To understand the human condition it is essential to focus on the intentionality of the players. Economists have the correct insight that economics is a theory of choice. But to improve the human prospect we must understand the sources of human decision making. That is a necessary condition for human survival (NORTH, 2015, p. 170)

Por isso considerando a importância de saber como lidar com o dinheiro e com os impulsos consumistas, acreditamos na importância de uma melhor visão do processo de escolha amparado pela economia comportamental, distante das soluções salvadoras produzidas por legisladores populistas ou juizes com espírito de Robin Hood, seguindo a ideia de Ariely; Kreisler (2019, p. 253-254) que:

Poderíamos continuar deixando que os responsáveis pela fixação dos preços, os vendedores e os interesses comerciais tirem proveito das nossas idiossincrasias psicológicas, do nosso comportamento, das nossas tendências e da nossa insensatez. Poderíamos aguardar por ações sociais ou governamentais que criem planos para nos proteger das maluquices que fazemos quando o assunto é dinheiro. Ou poderíamos nos conscientizar mais sobre nossas limitações, projetar sistemas pessoais para nos corrigirmos e então assumir o controle das nossas decisões financeiras para que nossa vida preciosa, finita e imensuravelmente valiosa possa se enriquecer a cada dia

O diálogo interdisciplinar entre a economia comportamental e o direito do consumidor será o grande desafio do século XXI, que não pode se deixar levar por soluções simplistas como a da lei do superendividamento que transfere para o Judiciário a solução miraculosa do endividamento do consumidor brasileiro. Educação financeira e regulação do mercado de crédito é missão constitucional do Poder Judiciário?

Precisamos da psicologia comportamental para aumentar a compreensão das armadilhas de marketing, de sedução e captura dos consumidores e com base nesse ramo da ciência evoluir na melhor regulação do sistema de oferta de crédito e melhoria da proteção efetiva e eficiente de todos os consumidores. Agora, nossa missão constitucional é corrigir erros contratuais não falhas de sistema.

A missão não é simples, mas está bem apresentada pela Economia comportamental.