



É DIFÍCIL ABRIR MÃO DE BENS MATERIAIS

Por um ponto de vista completamente objetivo e racional, se eu compro um disco de vinil por R\$ 50 e alguém me oferece R\$ 60 por ele, não faria sentido recusar a proposta, correto? Agora, imagine levar essa suposição para um colecionador que tem um álbum raro de sua banda favorita. Você acha mesmo que ele estaria disposto a abrir mão de sua preciosidade por apenas R\$ 10 a mais do que pagou? De repente, alguém até aceitaria pagar cinco, seis vezes mais, mas o colecionador continuaria irredutível.

Quem tem ou já teve coleções ou possui algo de imenso valor pessoal em casa não vai estranhar essa relutância. Do ponto de vista econômico, no entanto, durante muito tempo esse fenômeno permaneceu como uma intrigante incógnita. Isso porque não se encaixa na economia racional. Não há lei que consiga explicar por que os mecanismos de mercado não funcionam nesses casos.

Em contrapartida, a economia comportamental analisa essa mudança de percepção de preço para compra e venda por meio de um conceito chamado efeito dotação. O primeiro a usar o termo foi o economista Richard Thaler, ainda na década de 1970. Ao observar um professor que colecionava vinhos, Thaler achou intrigante que o acadêmico não dava lances maiores do que US\$ 35 pelas garrafas nos leilões, mas não admitia vendê-las por menos de US\$ 100.

Essa discrepância entre o valor máximo de compra e o valor mínimo de venda dá-se porque as pessoas têm aversão a perdas. Ou seja, a dor de abrir mão de um vinho da coleção é mais intensa do que o prazer de obter uma garrafa nova. Isso justifica a diferença entre os preços de aquisição e comercialização.

Vernon Smith, vencedor do Nobel de Economia em 2002, fez um experimento separando dois grupos de pessoas. Uma parte ficava com dinheiro e a outra com fichas. Em seguida, os participantes negociavam livremente a compra e venda das fichas. Nessa situação, o resultado foi equilibrado. A “mágica” de mercado funcionou.

Baseado nessa pesquisa, Daniel Kahneman, que dividiu o Nobel com Smith, substituiu as fichas – as quais não tinham nenhum valor que não fosse servir

como instrumento de troca – por belas canecas. Ao contrário do que aconteceu na experiência com fichas, o preço de venda médio foi praticamente o dobro do de compra. Assim, o número de negociações realizadas foi menor do que a metade do previsto.

A grande diferença entre os dois experimentos é que no primeiro caso dinheiro e fichas circularam apenas como instrumentos de troca. Por isso a lei de mercado funcionou tão bem. Em contrapartida, na pesquisa de Kahneman, as canecas tinham valor de uso, ou seja, seus detentores experimentavam o sentimento de insatisfação ao ter de abrir mão delas.

O mercado explora essa diferença que o nosso cérebro faz a partir do momento em que consideramos algo com valor de uso. Algumas lojas, por exemplo, oferecem um período de experiência com determinado produto antes da compra. É o caso de concessionárias, que disponibilizam *test drive* aos potenciais clientes. Tudo isso serve para que comecemos a criar um senso de pertencimento em relação ao produto.

Os economistas descobriram também que exercitar a prática da negociação ajuda a diminuir o efeito dotação. Quanto mais você criar o hábito de negociar, menos propenso estará a se apegar a bens materiais.

AS PESSOAS TÊM
AVERSÃO A PERDER O
QUE POSSUEM. PARA
EVITAR O EXCESSO
DE APEGO, UMA BOA
SAÍDA É CRIAR O
HÁBITO DE NEGOCIAR.