

A Economia Comportamental e o Setor Elétrico

CASTRO, Nivalde de; ROSENAL, Rubens; SALES, Gustavo M. A.; OLIVEIRA, Carlos. "A Economia Comportamental e o Setor Elétrico". Agência CanalEnergia. Rio de Janeiro, 12 de novembro de 2018.

Nos cursos de economia, o pensamento mainstream caracteriza o *homo economicus* como um agente maximizador dotado de racionalidade absoluta, sendo capaz de pensar e realizar escolhas mais eficientes. No entanto, nas últimas décadas, alguns pesquisadores aproximaram a ciência econômica de outras áreas do conhecimento, como a psicologia, a sociologia e as neurociências, para mostrar que o ser humano está longe do conceito apresentado do *homo economicus*.

Dois expoentes desta nova vertente, a chamada "economia comportamental", são ganhadores do prêmio Nobel de economia: Daniel Kahneman (2002) e Richard Thaler (2017). Estes economistas defendem, através de experimentos controlados, que os seres humanos não são dotados de racionalidade absoluta e que suas decisões, previsões e julgamentos são falhos e viesados. No livro "O Empurrão Para a Escolha Certa" (2008), Thaler apresenta exemplos de vieses que interferem no processo de tomada de decisão dos seres humanos.

Um dos vieses exemplificados pode ser caracterizado pela noção de inércia. Ela revela que as pessoas apresentam forte preferência por manter seu estado atual, mesmo que uma alteração pudesse aumentar seu bem-estar. Em outras palavras, as pessoas têm preferência pelo comportamento padrão, o qual as estimula a permanecer no nível de referência atual, tomando suas decisões com base em hábitos, regras simplificadas e preferências fluidas.

Desta forma, diferentemente da teoria econômica clássica em que a decisão do *homo economicus* é influenciada apenas por incentivos econômicos, a economia comportamental acredita que outros incentivos e valores podem levar os indivíduos a melhores escolhas. Neste contexto, o Governo e as empresas podem agir como *choice architect* (arquitetos de escolhas), ou seja, terem a responsabilidade de organizar e sistematizar os ambientes no qual as pessoas farão suas escolhas.

Assim, a economia comportamental traz a ideia de Paternalismo Libertário (*Libertarian Paternalism*), no qual libertário se refere ao fato do indivíduo ser livre para fazer suas escolhas, podendo optar, inclusive, por escolhas indesejáveis, caso seja a sua vontade. Por outro lado, a palavra paternalismo apresenta o sentido de que é legítimo que os arquitetos de escolhas influenciem a vida das pessoas para que estas façam as escolhas que tornem suas vidas mais saudáveis, longínquas e melhores, preservando a liberdade individual.

Seguindo esta linha de raciocínio, é legítimo o estabelecimento de certos incentivos com o objetivo de direcionar o indivíduo para as melhores escolhas. Estes incentivos poderiam alterar o comportamento dos agentes de forma fácil e sem custos econômicos elevados, ao mesmo tempo em que não restringem as opções nem alteram de forma drástica os incentivos econômicos.

Ao nível do Setor Elétrico, no âmbito conceitual da economia comportamental, é possível assinalar que há um campo potencialmente vasto para implementar tais incentivos, cujos benefícios poderiam se estender a consumidores, distribuidoras e ao Governo, com o objetivo, por exemplo, de reduzir o consumo de eletricidade, a inadimplência e o furto de energia elétrica.

Em relação à redução do consumo de eletricidade, um exemplo de economia comportamental seria o de melhor desenvolver a questão das bandeiras tarifárias, implementadas em 2015, com o intuito de melhor sinalizar aos consumidores as condições econômicas e custos da geração no sistema interligado. No entanto, a complexidade do próprio mecanismo e a dificuldade na comunicação com os consumidores dificultam o seu entendimento e, conseqüentemente, influenciam as decisões de consumo.

Desta forma, alguns incentivos poderiam ser estabelecidos, como, por exemplo, para ampliar o conhecimento dos consumidores em relação às bandeiras tarifárias. Esta tarefa pode ser realizada de diversas maneiras, entre as quais destacam-se:

- i. As distribuidoras darem maior destaque às informações referentes às bandeiras contidas nas contas de luz; e
- ii. A realização mais sistemática de campanhas educativas pela ANEEL de distribuidoras, no sentido de estimular o consumidor a mudar o seu padrão de consumo, evidenciando o ganho econômico de sua redução.

Em relação à redução da inadimplência e do furto de energia, a pressão social poderia ser um instrumento para direcionar as escolhas dos consumidores. Em experimentos realizados na Califórnia, os consumidores reduziram o consumo de eletricidade ao receberem cartas ou notificações em suas contas de luz informando que o seu consumo de energia era superior à média da vizinhança.

No Brasil, uma possibilidade para enfrentar o furto de energia usando os fundamentos da economia comportamental seria informar ao consumidor que sua fatura é x% maior para poder pagar o furto de energia de outros consumidores.

Em suma, a economia comportamental mostra que pequenos detalhes aparentemente insignificantes podem ter grandes impactos no comportamento das pessoas, com baixo custo de implementação. No contexto de mudanças e transformações disruptivas que estão e vão impactar ainda mais o Setor Elétrico Brasileiro, o uso dos conceitos e instrumentos da economia comportamental pode criar oportunidades para se ampliar o espectro de incentivos para que os consumidores busquem maiores benefícios nas suas escolhas, notadamente no novo paradigma do empoderamento do consumidores.

Nivalde de Castro é Professor do Instituto de Economia da UFRJ e coordenador do GESEL- Grupo de Estudos do Setor Elétrico. Gustavo Manguiera de Andrade Sales é Superintendente Adjunto da Superintendência de Mediação Administrativa, Ouvidoria Setorial e Participação Pública. Rubens Rosental é Professor e pesquisador sênior do GESEL-UFRJ. Carlos Oliveira Mestrando é Professor do Instituto de Economia da UFRJ e coordenador do GESEL- Grupo de Estudos do Setor Elétrico