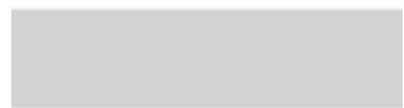
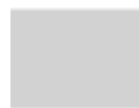


UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

THAIS ANDRESSA REIKDAL

NUDGES E POLÍTICAS PÚBLICAS: UMA REVISÃO DA TEORIA DO
CONSUMIDOR NEOCLÁSSICA PELA ECONOMIA COMPORTAMENTAL



CURITIBA

2023

THAIS ANDRESSA REIKDAL

NUDGES E POLÍTICAS PÚBLICAS: UMA REVISÃO DA TEORIA DO
CONSUMIDOR NEOCLÁSSICA PELA ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Monografia apresentada ao curso de Graduação de
Economia, Setor de Ciências Sociais e Aplicadas,
Universidade Federal do Paraná, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel em
Economia.

Orientadora: Profa. Dra. Angela Welters

CURITIBA

2023

TERMO DE APROVAÇÃO

THAIS ANDRESSA REIKDAL

NUDGES E POLÍTICAS PÚBLICAS: UMA REVISÃO DA TEORIA DO
CONSUMIDOR NEOCLÁSSICA PELA ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Monografia apresentada ao curso de Graduação em Ciências Econômicas,
Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, como requisito
parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Econômicas.

Prof(a). Dr(a) Angela Welters
Orientadora – Departamento de Economia UFPR

Prof(a). Dr(a). Victor Nunes Leal Cruz da Silva
Departamento de Economia UFPR

Prof(a). Dr(a) Adriana Sbicca Fernandes
Departamento de Economia UFPR

Curitiba, 27 de fevereiro de 2023.

Dedico esse trabalho aos meus pais Luiz e Neiva e ao meu irmão e melhor amigo Thiago, sem o amor e compreensão de vocês nada disso seria possível.

AGRADECIMENTOS

Eu gostaria de expressar minha profunda gratidão a todas as pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho e em primeiro lugar, gostaria de agradecer aos meus amados pais e todos os meus irmãos, em especial o Thiago e Luiza pela paciência e amorosidade durante meu período de estudo. Sem o amor de vocês nada disso seria possível.

Também gostaria de agradecer imensamente a professora orientadora Angela Welters, por sua enorme dedicação, cuidado e apoio ao longo de todo o processo, e que mesmo diante de tantas dificuldades, sempre buscou me motivar e acreditar no meu potencial.

Agradeço a todos os professores que fizeram parte da minha carreira acadêmica, por compartilharem de forma impecável tanto conhecimento, e em especial a professora coorientadora Adriana Sbicca, que mesmo dentro de todas as limitações me ajudou grandemente para o desenvolvimento desse trabalho.

Gostaria de agradecer aos meus amigos que se fizeram presente durante minha trajetória na UFPR, em especial minha amiga e colega de profissão Diana Ribeiro por tudo, sua ajuda foi indispensável para que meu sonho fosse possível.

Agradeço a Universidade Federal do Paraná, que me forneceu todos os recursos necessários para minha pesquisa, e principalmente pela oportunidade construir minha profissão.

Por fim agradeço a Deus pela vida.

"A central goal of public policy should be to facilitate the development of institutions that bring out the best in humans."

Elinor Ostrom

RESUMO

A teoria neoclássica do consumidor assume que o indivíduo toma decisões de forma racional e baseada em suas preferências previamente estabelecidas, buscando a maximização de sua utilidade, sem que fatores cognitivo e/ou emocional sejam relevantes para o estudo das decisões. Contudo, uma teoria do consumir alternativa tem se fortalecido ao longo do século XX com o surgimento da economia comportamental, que busca entender a mente do consumidor e como os estímulos cognitivos, emoções e sentimentos influenciam suas decisões. Estudos sobre a racionalidade limitada, a teoria das heurísticas e vieses, a teoria dos prospectos e *nudges* enfatizam conceitos relevantes da economia comportamental para o entendimento do comportamento do consumidor. Políticas públicas baseadas em *nudges* podem contribuir para o bem-estar geral, já que a tomada de decisão e escolhas individuais tendem a ser viesadas. O objetivo deste trabalho é entender como conceitos da economia comportamental contribuem para uma teoria do consumidor e, principalmente, como os *nudges* através da ciência comportamental podem ser aplicados na formulação de boas políticas públicas.

Palavras-chave: Economia Comportamental. Comportamento do Consumidor. Nudge. Políticas Públicas. Racionalidade Limitada

ABSTRACT

The neoclassical theory of consumer behavior assumes that individuals make rational decisions based on their previously established preferences, seeking to maximize their utility, without cognitive and/or emotional factors being relevant to the study of decisions. However, an alternative theory of consumption has gained strength throughout the twentieth century with the emergence of behavioral economics, which seeks to understand the consumer's mind and how cognitive stimuli, emotions, and feelings influence their decisions. Studies on bounded rationality, the theory of heuristics and biases, prospect theory, and nudges emphasize relevant concepts of behavioral economics for understanding consumer behavior. Public policies based on nudges can contribute to general well-being, as decision-making and individual choices tend to be biased. The objective of this work is to understand how concepts from behavioral economics contribute to a theory of consumer behavior and, mainly, how nudges through behavioral science can be applied in formulating good public policies.

Keywords: Behavioral Theory. Consumer Behavior. Nudge. Public Policies. Bounded Rationality.

LISTA DE QUADROS E FIGURAS

Figura 1. COMPARAÇÃO DOS SISTEMAS AUTOMÁTICO E REFLEXIVO	26
Figura 2. CICLO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS.....	35

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Relação entre perdas e ganhos.....	30
--	----

LISTA DE ABREVIATURAS OU SIGLAS

FUNPRESP - A Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal

IDB - Inter-American Development Bank

INSS - Instituto Nacional do Seguro Social

RGPS - Regime Geral da Previdência Social

RPC - Regime de Previdência Complementar

TUE – Teoria da Utilidade Esperada

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 TEORIA DO CONSUMIDOR PELA VISÃO NEOCLÁSSICA	18
2.1 O INDIVÍDUO NEOCLÁSSICO E O PRESSUPOSTO DA RACIONALIDADE	18
2.2 A UTILIDADE COMO MEDIDA DE SATISFAÇÃO	20
2.3 DECISÃO SOB RISCO E INCERTEZA E TEORIA DA UTILIDADE ESPERADA 21	
3 INTRODUÇÃO A ECONOMIA COMPORTAMENTAL E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR	24
3.1 A TEORIA DA RACIONALIDADE LIMITADA PROPOSTA POR SIMON	24
3.2 HEURÍSTICAS E VIESES E A BASE TEÓRICA PARA OS <i>NUDGES</i>	26
3.3 <i>NUDGES</i> E A ARQUITETURA DE ESCOLHAS	31
4 POLÍTICAS PÚBLICAS & ECONOMIA COMPORTAMENTAL	34
4.1 CICLO DE FORMAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS	34
4.2 <i>NUDGES</i> COMO FERRAMENTAS DE AUXÍLIO PARA FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
REFERÊNCIAS.....	43

1 INTRODUÇÃO

A teoria do consumidor analisada pela ótica neoclássica parte do pressuposto de que o indivíduo age de forma completamente racional, tomando suas decisões essencialmente por conta própria, optando pelas melhores mercadorias as quais pode pagar e com preferências previamente estabelecidas (CARRERA-FERNANDEZ, 2009).

É possível afirmar que o conceito maximizador teve início na revolução utilitarista a partir dos anos 1870 e, para Augusto (2010), a ideia parte inicialmente do pressuposto hedônico na tentativa de mensurar a utilidade através de prazer e sofrimento. Contudo, conforme a dificuldade de mensurabilidade foi surgindo, novas teorias assumiram a centralidade do estudo, como foi o caso da utilidade com base na ordenação de preferências reveladas. Acerca da decisão sob incerteza, segundo Cusinato (2005), a Teoria da Utilidade Esperada, propõe a possibilidade de comparar os riscos por meio de funções probabilísticas.

Contudo, ao longo do século XX, sobretudo na segunda metade do século, começaram a surgir estudos que deram início a uma nova corrente de pensamento econômico, que pode acrescentar ainda mais a teoria do consumidor já proposta pela economia tradicional. Tais proposições e pesquisas, como as propostas por Simon (1980), buscaram aprofundar diversos fatores que traziam o estudo do comportamento do consumidor para outra ótica, considerando diversos novos fatores importantes na tomada de decisão.

Manifestando como prioridade de estudo da decisão do consumidor através da junção entre a ciência econômica e a psicologia, surge a construção da economia comportamental. Através de ensaios propostos por escritores como Hebert Simon, Amos Tversky, Daniel Kahneman, Cass Sunstein e Richard Thaler, uma nova visão do entendimento da tomada de decisões é concebida, onde as proposições da teoria do consumidor se colocam ainda mais próxima da realidade humana. (ÁVILA E BIANCHI, 2015)

Essas teses trouxeram inúmeros questionamentos sobre a tão importante tomada de decisão, pois a teoria neoclássica acaba não contemplando todas as nuances do real comportamento do consumidor (MONROY, 2017). Como resultado nasce a necessidade de explorar a mente com o intuito de entender como estímulos cognitivos, assim como os sentimentos e emoções podem influenciar a decisão. Esse

presente trabalho irá demonstrar os conceitos - Racionalidade Limitada proposta por Simon (1980), Teoria das Heurísticas e Vieses e Teoria dos Prospectos de Daniel Kahneman e Amos Tversky (1974,1979) e *Nudges* de Thaler e Sunstein (2019) - considerados os mais relevantes para o entendimento do comportamento do consumidor.

Sendo assim, são propostas teorias que levam em consideração a trajetória comportamental individual permitindo a construção de um raciocínio acerca de fenômenos agregados. Por fim, com base na noção de racionalidade limitada e na inclusão de conceitos da psicologia, Thaler e Sunstein propuseram uma abordagem para influenciar decisões por meio de pequenas intervenções, chamadas de "cutucadas" ou *nudges*, como passaram a ser denominada. (THALER; SUNSTEIN, 2019)

O objetivo geral desse trabalho é buscar entender - através do comportamento do consumidor - de que maneira a economia comportamental contribui para uma teoria do consumidor com maior capacidade de explicar e influenciar comportamentos observados. Também apontar como a arquitetura de escolhas pode contribuir para a formulação de boas políticas públicas baseadas em *nudges*.

Para que seja possível tal análise, os objetivos específicos foram estruturados da seguinte forma: no capítulo dois será apresentada uma parte da teoria do consumidor neoclássica – alguns conceitos considerados mais relevantes para esse trabalho – e em seguida, no capítulo três serão apresentadas algumas premissas comportamentais do indivíduo e suas implicações nas escolhas e tomada de decisão. Essas duas visões serão brevemente explicadas servindo de base para o objetivo principal discorrido no capítulo quatro de discorrer sobre uma teoria do consumidor que pode ser usada como base para políticas públicas buscando demonstrar que uma arquitetura de escolha bem realizada pode acarretar o bem-estar geral junto do crescimento econômico do país. Tal análise será feita acerca de artigos e estudos que estudaram a implementação da ciência comportamental no âmbito das políticas públicas.

2 TEORIA DO CONSUMIDOR PELA VISÃO NEOCLÁSSICA

A teoria do consumidor pela visão neoclássica teve início de seu desenvolvimento no século XIX e trouxe um novo foco para o desenvolvimento dos seus estudos: ao estudo do consumo com base em ações individuais. Inicialmente, houve a tentativa de mensuração de alguns autores relacionada a prazer e sofrimento. Contudo, por conta da dificuldade de mensuração do objeto de estudo – prazer e sofrimento – novas teorias surgiram com o intuito de direcionar a economia aos padrões científicos. (IZEPÃO et al., 2020)

Dessa forma, foram selecionados alguns dos muitos estudos acerca da teoria neoclássica para serem apresentados no presente trabalho, como forma de apresentar sucintamente a base teórica que é dominante na economia até hoje acerca do comportamento do consumidor.

Primeiramente será proposta uma análise do indivíduo junto da teoria da racionalidade plena e suas implicações, em seguida, será vista a teoria da utilidade e de que maneira é demonstrada até os dias de hoje, e por fim, a aversão ao risco proposta por Bernouli e a Teoria da Utilidade Esperada refinando ainda mais o estudo da tomada de decisões.

2.1 O INDIVÍDUO NEOCLÁSSICO E O PRESSUPOSTO DA RACIONALIDADE

Mesmo que não seja objetivo deste presente trabalho fazer uma reflexão histórica, bem como desvendar a origem teórica acerca dos fatos da teoria do consumidor pela escola neoclássica, será proposta uma breve análise de alguns pontos principais junto de alguns autores como forma de entender os pressupostos estudados sobre a tão conceituada teoria, que é utilizada como base da microeconomia até os dias atuais.

Em seus estudos, Adam Smith e John S. Mill já pressupunham, de certa forma, a racionalidade e individualidade do ser humano, mesmo que não sendo seus objetivos principais, uma vez que, o foco principal dos autores era investigar os mecanismos que explicavam como o excedente econômico era distribuído entre as diversas classes (ALVES, 2022).

Segundo Andrade (2009), para Smith – considerado como autor precursor da individualidade comportamental que resulta no bem-estar social geral - a motivação

principal do indivíduo partiria do auto interesse, sendo assim, o comportamento regido pelo interesse próprio acarretaria o alcance do seu propósito, dessa forma “se todos os membros de uma sociedade forem motivados por seus interesses, a sociedade em sua totalidade será beneficiada.” (ANDRADE, 2009 p.16)

No entanto, com o passar do tempo e junto do progresso da teoria utilitarista, a racionalidade maximizadora foi sendo assumida pela maioria dos escritores neoclássicos, onde se dá a hipótese central de que os indivíduos agem de maneira racional em suas escolhas, buscando aumentar sua riqueza e satisfação e, por outro lado, desejando reduzir seu trabalho e desprazer. Para Prado (1996), a teoria neoclássica geralmente utiliza da teoria da racionalidade cognitiva e instrumental com o objetivo de satisfazer os propósitos individuais em circunstâncias predeterminadas e empregando os meios já existentes.

Dessa forma, a partir da segunda metade do século XIX, é iniciada uma nova discussão acerca da teoria do valor. Anteriormente associada pela economia clássica a quantidade de trabalho necessária na produção de uma mercadoria, surge uma nova concepção que propunha relacionar o conceito de valor relacionado à utilidade de um bem. Partindo dessa nova corrente de estudos surge a teoria utilitarista, que propõe como enfoque a capacidade de escolha do indivíduo perante diversas alternativas partindo do conceito de utilidade como orientação da escolha, que para Andrade (2009), mostrava a tendência de tratar do tema com formalidade e uma visão mais analítica, de forma mais direta e sistemática.

Para Izepão et al. (2020), nessa nova interpretação, apesar de ser considerada continuação da escola clássica, há grandes diferenças nos fundamentos acerca do consumidor para os neoclássicos:

i) a substituição da teoria do valor do trabalho, pela teoria do valor utilidade, que revela o abandono do foco na produção como determinante do valor, para o foco nas condições de demanda; ii) abandono das classes sociais como elementos de análise, substituídas por indivíduos racionais e egoístas, que visavam unicamente maximizar o prazer e minimizar a dor; iii) em vez de centrar-se na produção, a análise econômica passou a preocupar-se com o consumo. (IZEPÃO et al., 2020, p. 57)

Sendo assim, para Hoffman e Pelaez (2010), tendo como base ações individuais é possível entender certa ordem social que é fundamentada no pretexto egoísta do indivíduo, onde “É partindo de postulados assumidos como válidos, a

exemplo da racionalidade, que se promove a redução psicológica axiomática do homem econômico.” (HOFMANN; PELAEZ, 2010)

A economia neoclássica constrói então, um indivíduo padrão e propõe a possibilidade um estudo mais prático do comportamento do consumidor, em que o indivíduo, para fins teóricos, apresentaria apenas sua face racional juntamente com sua constante busca por maximização.

Nos tópicos a seguir, foram selecionados alguns conceitos específicos considerados de grande relevância para o entendimento da presente análise, que se fundaram a partir da teoria neoclássica do consumidor baseada na racionalidade e seus axiomas.

2.2 A UTILIDADE COMO MEDIDA DE SATISFAÇÃO

Num aspecto mais específico e com a intenção de auxiliar no entendimento da teoria do consumidor apresentada pelos economistas neoclássicos é desenvolvido o conceito de utilidade e sua maximização, que pode ser desenvolvido de duas diferentes formas: a visão hedonista e através da ordenação de preferências.

A visão hedonista, para Augusto (2010), é fundamentada na tentativa de mensuração o prazer e sofrimento, e apesar de aparecer de forma minoritária na teoria neoclássica, foram desenvolvidos importantes conceitos, sendo um deles um dos mais importantes na teoria: a utilidade e sua maximização. Apesar de sofrer com a dificuldade de mensuração, pois seus cálculos – em sua maioria - permeavam em torno de sentimentos, alguns escritores tiveram destaque em seus trabalhos, como por exemplo: Bentham, Jevons, Edgworth e Wicksteed.

Na sequência, por volta do fim do século XIX, a busca pelo aprimoramento da teoria resultou em estudos que trazem uma nova visão acerca da utilidade. Tendo como base a ordenação das preferências, tais conceitos foram de extrema importância para o desenvolvimento da economia como ciência e suas teorias trouxeram a possibilidade de mensuração mais palpável para utilidade. Os autores destacam essa nova fase da teoria da utilidade que extinguiu o prazer como fundamento principal de mensuração são Walras, Menger, Hicks, Allen e Samuelson (AUGUSTO, 2010, p.226)

Nos conceitos mais atuais, segundo Carrera-Fernandes (2009) não há mais a necessidade de medir matematicamente a utilidade, sendo assim, a necessidade em

questão é a de que o consumidor sabe ordenar suas preferências reveladas podendo ter a capacidade de elencar a prioridade de suas cestas de bens. Dessa forma, serão brevemente apresentados os axiomas considerados de suma importância para tal feito: a completude e a transitividade. Enquanto o axioma da completude afirma que o consumidor é capaz de ordenar todas as cestas de bens ou serviços em uma escala de preferência completa e consistente - entre quaisquer cestas que se mostrem disponíveis -, a transitividade mostra que: se $x > y$ e $y > z$, então $x > z$ e proporciona ao indivíduo a possibilidade de comparação entre diversas cestas simultaneamente.

Sendo assim, a teoria do consumidor propõe que o indivíduo analisa informações completas e perfeitas sobre as mercadorias disponíveis e conhece seus preços previamente à sua tomada de decisão, optando pelas melhores cestas de bens dentro de sua curva de indiferença que mais satisfazem suas necessidades, de acordo com sua renda disponível para o dispêndio. Dessa forma, sua satisfação é mensurada através da quantidade de bens que residem nas cestas escolhidas, sempre respeitando tais pressupostos. (CARRERA-FERNANDES, 2009)

No próximo tópico serão abordados assuntos mais atuais acerca da teoria neoclássica, que foram desenvolvidos a partir das teorias já expostas no presente trabalho, buscando entender como o consumidor tende a tomar sua decisão diante dos riscos e incertezas.

2.3 DECISÃO SOB RISCO E INCERTEZA E TEORIA DA UTILIDADE ESPERADA

A introdução do risco e incerteza se deu início na economia com trabalhos matemáticos que apontavam, através de teorias probabilísticas, as chances de um evento vir a ocorrer, mas ainda sem a especificação direta com a economia. No entanto, a distinção dos conceitos de risco e incerteza foi introduzida de fato pelo economista americano Frank Knight (1921). Knight argumentava que o risco é uma situação em que é possível calcular a probabilidade de um evento ocorrer, enquanto a incerteza é uma situação em que não é possível calcular essa probabilidade. (ANDRADE, 2011)

Inicialmente proposta por Bernoulli no século XVIII, a Teoria da Utilidade Esperada (TUE) tem como fundamentação auxiliar a tomada de decisão entre várias possibilidades diante de risco e incerteza. Sendo assim, sua principal característica é

comparar os riscos através de uma função matemática baseada em teorias probabilísticas de acontecimentos e seus valores e após os resultados os agentes decidem pela opção que contempla a maior utilidade (CUSINATO, 2005).

Apesar da ideia inicial partir de estudos feitos por Bernoulli, a Teoria da Utilidade Esperada (TUE) foi lembrada quase dois séculos depois por Von Neumann e Morgenstern (1944), que iluminaram as premissas e complementando a obra com a desconsideração dos fatores emocionais e cognitivos e impondo a racionalidade completa do consumidor em cenários de incerteza.

Para gerar instrumentos de análise das escolhas dos indivíduos, é necessário impor algum tipo de consistência sobre as suas preferências, de forma que possibilite o tratamento matemático. Von Neumann e Morgenstern impuseram uma consistência através da suposição da racionalidade ou ordenabilidade das preferências. (CUSINATO, 2003. p. 42).

Segundo Cusinato (2005) o teorema da utilidade esperada pressupõe que as preferências são racionais, ou seja, o indivíduo prefere a alternativa a qual maximiza sua utilidade esperada. As escolhas devem ser contínuas e satisfazer o axioma da independência. O axioma da continuidade estabelece que as preferências de uma pessoa devem variar de maneira contínua e suave à medida que as probabilidades mudam. Já o axioma da independência estabelece que as preferências de uma pessoa entre duas alternativas não devem ser influenciadas pela presença ou ausência de outras alternativas irrelevantes. Sendo assim, a TUE pode ser proposta em termos matemáticos através da fórmula da utilidade esperada da seguinte forma:

$$\text{Max } E(U) = \sum_{i=1}^n p_i u_i$$

Onde $E(U)$ é a utilidade esperada do resultado, p_i é a probabilidade do resultado i ocorrer, e u_i é a utilidade do resultado de acontecimento do evento i (onde $i = 1$ até n , sendo n o último item da cesta ou a última característica do bem a ser analisado para a escolha).

Sendo assim, a partir do escopo dado de forma resumida sobre a teoria do consumidor pela visão neoclássica vimos a importância do conceito de utilidade como medida de satisfação, sendo essa inicialmente abordada de forma ordinal,

como a ordenação das preferências já reveladas pelo consumidor. Em seguida, a teoria da utilidade esperada e sua maximização foram apresentadas para entender o comportamento diante de riscos e incertezas. São inúmeros os conteúdos que podem ser abordados pela visão neoclássica, contudo, no presente trabalho foram utilizados apenas alguns considerados mais importantes para que, enfim, sejam apresentados os avanços teóricos propostos pela ciência comportamental.

3 INTRODUÇÃO A ECONOMIA COMPORTAMENTAL E SUA CONTRIBUIÇÃO PARA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

Segundo a definição do dicionário da palavra *comportamento*: 1. maneira de proceder de uma pessoa em relação a outra(s), esp. com referência às regras de boas maneiras; 2. ato ou efeito de comportar-se; 3. procedimento de alguém face a estímulos sociais ou a sentimentos e necessidades íntimos ou uma combinação de ambos (COMPORTAMENTO, 2023).

Os primeiros conceitos mais solidificados da denominada economia comportamental começaram a aparecer por volta dos anos de 1950, propostos por estudos e análises econômicas que buscaram investigar aspectos comportamentais do consumidor e, conseqüentemente, dos agentes. Levando em consideração fatores cognitivos, emocionais e sociais, essa abordagem busca entender qual a influência de tais fatores no comportamento econômico, e suas suposições vem sendo adotadas tanto na esfera privada quando nas políticas públicas (ÁVILA; BIANCHI, 2015).

Nos tópicos a seguir, será desenvolvida uma breve análise acerca das principais teorias da economia comportamental. Inicialmente será visto o conceito de racionalidade limitada proposta por Simon, que passa a considerar limitação da capacidade cognitiva como influência na tomada de decisão. Em seguida, após abordar rapidamente os conceitos do sistema dual, será feita a identificação das heurísticas e vieses e suas implicações junto da teoria do prospecto e a aversão ao risco, que refuta a Teoria da Utilidade Esperada proposta anteriormente. E, por fim, será abordado o conceito de *nudges* como ferramentas de auxílio para que os indivíduos possam ter ajuda na tomada de decisão evitando erros sistemáticos com apoio da arquitetura de escolhas.

3.1 A TEORIA DA RACIONALIDADE LIMITADA PROPOSTA POR SIMON

Considerada o cerne do desenvolvimento da economia comportamental, a racionalidade limitada foi inicialmente desenvolvida e estudada por Simon (1947-1980), promovendo o aprimoramento da análise comportamental do consumidor pré-estipulada na microeconomia tradicional. Segundo Ávila e Bianchi (2015) essa teoria apresenta estudos que indicam que nem todas as decisões são ótimas, assim como

há a restrição ao processamento de informações através do cérebro humano, ou seja, a tomada de decisão pela visão da racionalidade limitada pressupõe que os indivíduos nem sempre utilizam todas as informações disponíveis. Como resultado, as pessoas podem ter uma visão parcial e subjetiva do mundo, baseada em suas interpretações e percepções individuais por conta de sua capacidade cognitiva limitada.

No início dos anos 50 Simon (1980) propôs reflexões sobre o modelo tradicional neoclássico, acerca do comportamento racional e buscou então na psicologia as respostas dos seus questionamentos propondo a diminuição da distância entre essa área e a economia. Alguns anos depois, Simon retoma o estudo da racionalidade limitada afim de complementá-lo como uma ferramenta projetada para lidar com as limitações da compreensão e do cálculo humano, especialmente diante de situações complexas e incerta trazendo o reconhecimento da incapacidade do ser humano no momento de entender todas as características das situações que ocorrem nas instituições.

Resumidamente, a racionalidade limitada é um resultado das restrições da capacidade cognitiva do ser humano, assim como a interferência de emoções na tomada de decisão, junto da influência do ambiente e seu contexto social. Esse conceito proposto por Simon (1980) contesta a forma que a teoria neoclássica expõe sobre o comportamento completamente racional do ser humano, a qual afirma que o indivíduo sempre manifesta sua decisão buscando maximizar sua utilidade com informações completas e plena capacidade de raciocínio.

Sendo assim, Simon ao longo de seus trabalhos manteve sua crítica a maximização da utilidade, uma vez que, em sua proposição o ser humano toma suas decisões buscando satisfação (*satisficing*) e não maximização. Adiante, mais um conceito surge com base na teoria da racionalidade limitada: as heurísticas. Segundo Sbicca (2014) essa abordagem tratava dos atalhos mentais, tais atalhos propunham facilitar os processos decisórios mais complexos dos indivíduos.

Nos tópicos a seguir, serão abordadas certas teorias, experimentos e estudos, onde o objetivo é entender de que forma o ser humano se comporta perante a racionalidade e capacidade cognitiva limitadas, assim como as informações limitadas e a aversão ao risco.

3.2 HEURÍSTICAS E VIESES E A BASE TEÓRICA PARA OS *NUDGES*

Antes de iniciar o estudo sobre a teoria das heurísticas e vieses proposta por Amos Tversky e Daniel Kahneman (1974), é necessário entender um pouco mais sobre os sistemas cerebrais: o sistema 1 e sistema 2. Tais sistemas são responsáveis por processar a tomada de decisão serão compreendidos de maneira breve através de estudos desenvolvidos por Kahneman (2012).

No livro, o autor busca esclarecer que o sistema 1 está por detrás de ações rápidas e automáticas, aquelas que demandam pouco tempo para a resolução, sendo mais impulsivo e menos controlado por pensamentos deliberados, o qual norteia nossas ações automáticas do dia a dia. Já o sistema 2 é o sistema lógico e mais demorado, baseado em regras e premissas passíveis de reflexões profundas e necessidade de resoluções mais elaboradas e racionais. (KAHNEMAN, 2012)

O quadro extraído de Thaler e Sunstein (2019) apresenta a contraposição das características dos sistemas denominados pelo autor como automático (1) e reflexivo (2) e ajuda a sintetizar alguns dos conceitos abordados anteriormente.

Figura 1. COMPARAÇÃO DOS SISTEMAS AUTOMÁTICO E REFLEXIVO

<i>Sistema automático</i>	<i>Sistema reflexivo</i>
Descontrolado	Controlado
Fácil	Complicado
Associativo	Dedutivo
Rápido	Lento
Inconsciente	Autoconsciente
Prático	Obedece a regras

FONTE: THALER; SUNSTEIN, 2019, p.32

Relacionado ao conceito de sistema dual, Thaler e Sunstein (2019), comentam sobre a interação do sistema reflexivo e automático, onde mais recentemente psicólogos propuseram que a teoria das heurísticas e vieses surge com base na interação dos dois sistemas citados.

No artigo “*Judgment under uncertainty: heuristics and biases*”, desenvolvido pelos autores Tversky e Kahneman (1974) o conceito das heurísticas – o qual já tinha sido inicialmente proposto por Simon - discorre sobre os atalhos mentais ou conjunto

de regras práticas utilizadas para simplificar a tomada de decisões. Trata-se basicamente do ato de converter uma questão difícil por outra mais fácil e conseqüentemente ajudar na tomada de decisões que envolvem incerteza com intuito de diminuir o tempo e esforço gasto no processo decisório e reduzir a complexidade das tarefas de escolha. Porém, esses atalhos podem acarretar vieses sistemáticos, que são, resumidamente, erros sistemáticos de pensamento que resultam em comportamentos que se desviam daqueles que atingem os objetivos do decisor. É possível identificar a possibilidade de tendências repetitivas e até mesmo previsíveis em algumas situações, sendo assim, esses erros não são causados por ignorância, pois os vieses independem dos nossos aprendizados.

As decisões tomadas de forma automática através das heurísticas acabam possibilitando certa facilidade e praticidade, o que induz o indivíduo a desconsiderar a necessidade de uma reflexão mais complexa no momento decisório. Sendo assim, ainda no mesmo artigo Tversky e Kahneman (1974), segmentam as heurísticas de três formas: heurística da representatividade, heurística de disponibilidade e heurística de ancoragem.

A heurística da representatividade trata das questões probabilísticas de um evento estar interligado a outro. Os supracitados autores apresentam que, quando diante da existência de um questionamento acerca da possibilidade de um evento originar-se, pertencer, assemelhar-se ou produzir outro evento, é usada a heurística de representatividade como auxílio decisório. Para melhor entender, imagine que uma pessoa vê um homem vestindo roupas desleixadas e sujas, é bem provável que essa pessoa o julgue como desempregado ou sem-teto, mesmo que ele possa estar vestido dessa forma por outras razões. Este exemplo identifica que as vestimentas e a aparência são heurísticas de representatividade, contudo esse tipo de julgamento é um exemplo de como a heurística de representatividade pode levar a um viés cognitivo. Essa tendência pode levar a julgamentos injustos e discriminação, pois as pessoas podem ser avaliadas com base em características superficiais. (TVERSKY; KAHNEMAN, 1974)

Segundo Tversky e Kahneman (1974) algumas decisões baseadas nessa heurística podem vir a ter outras características viesadas, como, por exemplo, o viés das concepções errôneas (*Misconceptions of chance*). Esse conceito busca avaliar que, dada uma sequência de acontecimentos aleatórios que findaram num mesmo resultado, o indivíduo tende a escolher baseado nos resultados passados que, no

entanto, foram ao acaso. Um exemplo proveniente do artigo ilustra um acontecimento gerado pelo viés da concepção errônea: imagine que diante de um jogo de roleta russa no cassino, a cor vermelha se dá como resultado consecutivo mais de uma vez, quando os indivíduos vão escolher sua próxima aposta há a tendência de apostarem no preto, pois, uma série de resultados repetidos faz com que as pessoas acreditem que haverá maior possibilidade de um resultado diferente, mesmo que probabilisticamente, a chance resulte em 50% para cada cor.

Sobre a heurística de disponibilidade, é referida uma explicação sobre eventos que são mais prováveis de serem lembrados por terem ocorrido há pouco tempo, ou seja, é provável que seja tomada a decisão com base em eventos passados que ainda se fazem presente na memória recente. Segundo Sbicca (2014) o emprego dessa heurística pode esclarecer a tendência de tomada de decisões exageradas baseadas em eventos ocorridos há muito pouco tempo, como por exemplo o medo de viajar de avião após receber a informação de um acidente aéreo recente. Para Tabak e Amaral (2018), os indivíduos tendem a conceber pesos indevidos à probabilidade do acontecimento de certos eventos por conta da memória recente atrelada ao mesmo, levando a decisões baseadas em lembranças mais vívidas e significativas em sua mente.

Já na heurística de ajuste e ancoragem, é possível explicar que várias ações decisórias têm um ponto de partida, ou seja, é dado um valor inicial ajustado com o intuito de produzir uma resposta final com base no mesmo: "... diferentes pontos de partida produzem diferentes estimativas, que são viesadas na direção dos valores iniciais. Chamamos isso de fenômeno da ancoragem." (KAHNEMAN, 2012, p. 454).

Num exemplo apresentado por Tversky e Kahneman (1974), alguns participantes entrevistados foram divididos em dois grupos para aferir, em porcentagem, qual quantidade de países africanos eles acreditavam fazer parte das Nações Unidas e em seguida, um número entre 0% e 100% foi pré-determinado (sem qualquer relação com a resposta) para cada grupo como âncora. Para o grupo que recebeu o ponto de partida de 10%, houve uma resposta média de que 25% dos países africanos fazendo parte das Nações Unidas. Já os que receberam 65% de ancoragem inicial, a média passou para 45% na resposta para a mesma pergunta. Basicamente, dado um número inicial como ponto de partida, o mesmo tende a influenciar nas respostas finais, porém, caso o ajuste oferecido como ancoragem seja

insuficiente, os indivíduos podem ser induzidos a decisões que, provavelmente estarão mais distantes da realidade, como foi visto no exemplo anterior.

Para Tversky e Kahneman (1974), em geral, as heurísticas são ferramentas úteis, no entanto, ocasionalmente, elas podem resultar em erros sistemáticos e graves., erros esses que não estão restritos apenas aos leigos. Segundo os autores, pesquisadores experientes e pessoas comuns estão propensos aos mesmos vieses.

A seguir será vista a teoria do prospecto, que foi desenvolvida pelos mesmos autores estudados por essa seção. Segundo Sbicca (2014), as heurísticas e vieses serviram de arcabouço teórico para desenvolvimento do próximo estudo acerca dos riscos e incertezas e sua crítica a ao papel descritivo da teoria da utilidade esperada.

Na teoria do prospecto, Kahneman e Tversky (1979) propuseram, de certa forma, desenvolver uma crítica à teoria da utilidade esperada como forma de tomada de decisão. Segundo o autor, o foco do estudo encontra-se na falta de comportamento maximizador do indivíduo e nas escolhas diferenciadas diante de do risco de perdas ou ganhos. (SANTOS, 2018)

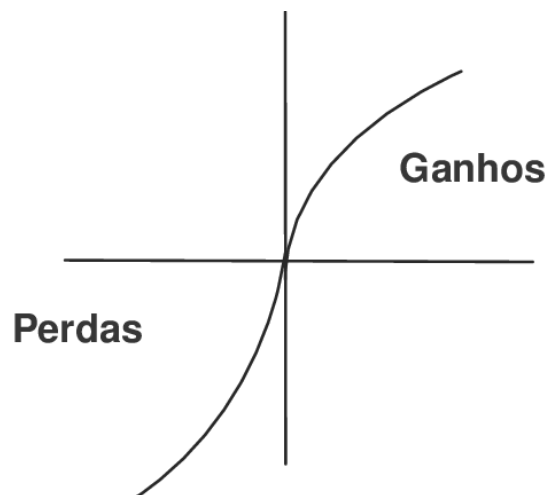
Kahneman e Tversky (1979) mostram que, através de um ponto de referência individual e pessoal, a atribuição a ganhos ou perdas não necessariamente foca no resultado final e seu valor objetivo. Os autores consideram a inevitabilidade de comparar a teoria dos prospectos e a utilidade esperada como maneira de medir a satisfação em cada resposta obtida, pois a decisão do consumidor pode tender a escolhas não maximizadoras quando propenso ao risco e/ou incerteza, como será explicado no desenvolver desse tópico.

Segundo os autores, são 3 efeitos existentes na teoria do prospecto que podem demonstrar efeitos cognitivos e emocionais influenciando a tomada de decisão. O primeiro a ser explicado é o efeito certeza, onde os indivíduos escolhem os eventos com ganhos que aconteceriam com certeza ou com probabilidade próxima a 100% e não alternativas cuja esperança matemática mostre que há maior benefícios. No artigo Kahneman e Tversky (1979) demonstram vários exemplos onde a maioria dos indivíduos escolhem a alternativa que traz a certeza de ganhar algo mesmo quando as probabilidades de perda sejam mínimas. É como se, de certa forma, o sentimento da certeza de ganhar algo se sobrepusesse à esperança da utilidade esperada.

No efeito reflexão, segundo Kahneman e Tversky (1979), os testes realizados no estudo discorriam sobre os indivíduos que deveriam tomar sua decisão de escolha perante perdas e ganhos. O mesmo resultado foi proposto em dois diferentes

cenários, mudando apenas a maneira descritiva das chances. Sendo assim, a mudança nos sinais dos valores propostos alterou por completo a ordem das preferências das pessoas. Segundo a observação, em geral, as pessoas experimentam uma sensação de perda mais intensa do que a satisfação que sentem com um ganho equivalente. Além disso, quando se trata de situações de ganho, as pessoas tendem a evitar o risco, sendo que em situações de perda, elas são mais propensas a correr riscos. Essa constatação vai contra os pressupostos da Teoria da Utilidade Esperada que sugere que os indivíduos avaliam o risco de um investimento com base na mudança que ele pode causar em sua riqueza. É como se fosse um espelho, e, por esse motivo é denominado efeito reflexão. Para melhor compreensão, suponha que um indivíduo ganhou \$100 em uma aposta, mas perdeu os mesmos \$100 em outra aposta, nesse cenário, por mais que o valor do ganho e da perda sejam o mesmo, o sujeito sente-se mais impactado pela perda que pelo ganho, como mostra o gráfico abaixo relacionando perdas e ganhos:

Gráfico 1 - RELAÇÃO ENTRE PERDAS E GANHOS



FONTE: KAHNEMAN E TVERSKY, 1979, p.279

Já no efeito isolamento, é analisado o motivo dos indivíduos terem a propensão a focar apenas em parte do evento sem analisar a situação por inteiro, fazendo com que não seja dada atenção devida para a totalidade do evento, sendo possível tornar as escolhas, de certa forma, inconscientes. Para os supracitados autores, é como se essa abordagem produzisse a possibilidade de preferências

inconsistentes, muitas perspectivas poderiam vir a serem analisadas, em diferentes visões, por diferentes ângulos, levando a diferentes preferências da mesma proposta.

Conforme o estudo apresentado, é perceptível a refutação dos autores à Teoria da Utilidade Esperada, sendo assim, para Kahneman (2012):

Diversos desses fatos estavam em direta contradição com a teoria da utilidade esperada. Alguns haviam sido observados antes, outros eram novos. Então elaboramos uma teoria que modificou a teoria da utilidade esperada apenas o suficiente para explicar nossa compilação de observações. Essa era a teoria da perspectiva (*prospect theory*). (KAHNEMAN, 2012 p. 289)

As teorias desenvolvidas no presente capítulo são de suma importância para o próximo tópico. É a partir do entendimento do uso das heurísticas e os vieses, assim como a aversão ao risco e a preferência por ganhos - teoria dos prospectos - abordados anteriormente é possível entender de que forma os *nudges* podem auxiliar no momento decisório. Diante das limitações processuais do cérebro humano, escolhas sob incerteza, fatores emocionais e cognitivos, Thaler e Sunstein (2019) buscaram formular maneiras de induzir o ser humano às decisões consideradas corretas.

3.3 NUDGES E A ARQUITETURA DE ESCOLHAS

Nudge foi o termo utilizado por Thaler e Sunstein (2019), que define como os “arquitetos de escolha” procuram orientar as decisões através de “pequenos empurrões”, contudo, sempre preservando a autonomia do indivíduo sem nenhum tipo de proibição e grande alteração de seus incentivos econômicos. A teoria é desenvolvida com base no paternalismo libertário. Segundo os autores, o “paternalismo” representa que os arquitetos de escolha, como os pais, agem para o bem do decisor e, assim, há legitimidade para influenciar o comportamento das pessoas. Já o caráter “libertário” salienta que os indivíduos têm a liberdade de escolha.

Ao implantar adequadamente tanto os incentivos quanto os *nudges*, aumentamos nossa capacidade de melhorar a vida das pessoas e ajudamos a resolver muitos dos problemas da sociedade. E tudo isso sem impedir a liberdade de escolha de cada indivíduo. (THALER; SUNSTEIN, 2019, p. 17).

Levando em conta a dificuldade dos agentes realizarem boas escolhas, é importante reconsiderar os sistemas 1 e 2 já discutidos anteriormente, pois, a maioria dos indivíduos toma decisões através de heurísticas e tendem a usar o sistema automático (1) com maior frequência no momento decisório. Mesmo em ocasiões em que a intenção seja refletir e elaborar melhor as decisões, a complexidade e até mesmo a falta de tempo em muitas situações acabam por complicar o acerto das escolhas idealizadas corretas pelo decisor.

Sendo assim, com base na possibilidade de vieses causados por conta do automatismo do sistema 1, surge o estudo dos *nudges*. Basicamente focado em auxiliar o indivíduo a tomar decisões que resultem no esperado pelo mesmo.

A seguir, serão elencados alguns tipos de *nudges* que foram propostos por Thaler e Sunstein¹ (2009, apud MARTIN; SBICCA, 2021, p.215):

- a) *Nudge* padrão (*default*): se dá por uma estratégia que utiliza a tendência das pessoas em manter as configurações padrão, escolhendo uma opção pré-selecionada para uma ação ou decisão. É uma forma sutil de influenciar as escolhas das pessoas, incentivando comportamentos desejados.
- b) Enquadramento (*framing*): baseia-se na ideia de que a forma como um problema ou escolha é apresentado pode influenciar a decisão que a pessoa tomará. O enquadramento pode destacar diferentes aspectos do problema, mudar a forma como as escolhas são apresentadas ou realçar as consequências positivas ou negativas de cada opção.
- c) Normas Sociais: utiliza o comportamento das pessoas para promover uma mudança de comportamento. Ele é baseado na ideia de que as pessoas tendem a seguir o comportamento da maioria (comportamento de manada) e então, ao destacar o comportamento desejado e dizer que a maioria das pessoas já o adotou, é possível encorajar outras pessoas a fazerem o mesmo
- d) Saliência: refere-se a alterações na forma como as opções são apresentadas para torná-las mais salientes ou perceptíveis aos tomadores

¹ THALER, R; SUNSTEIN, C. **Nudge: o empurrão para a escolha certa**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

de decisão. A ideia é que, ao tornar as opções mais visíveis, os indivíduos tendem a prestar mais atenção a elas e, portanto, são mais propensas a selecioná-las.

Além disso, Thaler e Sunstein (2019) retomam o conceito acerca das heurísticas e vieses e contribuem com novas concepções acerca do tema. O primeiro complemento dos autores foi o viés do otimismo e excesso de confiança baseado na premissa de que os indivíduos tendem a superestimar sua habilidade individual, sendo assim, evitam decisões sensatas e acabam possibilitando o prejuízo. Já no viés do status quo, os autores apontam a inércia perante algumas situações unindo a aversão a perda com decisões negligentes. Esse conceito trata basicamente da indisposição dos agentes de se mudar comportamentos e decisões recorrentes.

Após a discussão acerca de erros sistemáticos causados pelas heurísticas, Thaler e Sunstein buscam apontar de que maneira é possível que os *nudges* e a arquitetura de escolhas se tornem mecanismos passíveis de superar os prováveis resultados negativos provenientes de más escolhas viesadas. (RAMIRO; FERNANDES, 2017, p.7)

Thaler e Sunstein (2019) fundamentam a importância dos *nudges* em oposição ao *homo economicus* (econs), refutando a ideia de racionalidade plena e informações ilimitadas, as quais foram expostas e explicadas anteriormente. As críticas são feitas, pois na visão dos autores, o paternalismo libertário - quando bem desenvolvido - visa o bem-estar da população e tende a ajudar no correto direcionamento das escolhas e decisões, contudo, é importante frisar que nunca deve interferir na liberdade de escolhas. Partindo da concepção sobre a arquitetura de escolhas, é possível visualizar inúmeras possibilidades de influências sob o comportamento do consumidor, e mesmo que de forma sutil, a possibilidade de agentes públicos e privados em auxiliar e melhorar o bem-estar social geral.

Diante do reconhecimento de que a maioria da população tende a fazer escolhas não racionais, devido à falta de informações completas, à limitação da racionalidade e ao pouco tempo disponível para questões complexas, bem como aos vieses cognitivos e emocionais que podem influenciar suas decisões, torna-se importante incluir a ciência comportamental como ferramenta em políticas públicas. O próximo capítulo enfatizará a identificação dos *nudges* em políticas públicas já existentes, sua relevância de maneira geral e o baixo custo atrelado.

4 POLÍTICAS PÚBLICAS & ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Os *nudges* são frequentemente utilizados em políticas públicas como uma forma de incentivar comportamentos mais desejáveis, partindo da ideia de que pequenas mudanças no ambiente ou nas informações disponíveis podem ter um grande impacto no comportamento das pessoas. São considerados uma forma de intervenção mais suave e menos invasiva do que outras políticas públicas, como leis ou regulamentações, sendo assim os arquitetos de escolhas devem reconhecer a importância da escolha individual e incentivam as pessoas a tomar decisões melhores para si mesmas e para a sociedade como um todo. (THALER; SUNSTEIN, 2019)

Os próximos tópicos desse presente trabalho buscam explorar brevemente o conceito de políticas públicas e - através da teoria já proposta - indicar alguns exemplos ao redor do mundo, seguido da demonstração de políticas públicas internacionais brasileiras relacionadas ao uso de *nudges*.

4.1 CICLO DE FORMAÇÃO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS

Como visto nos capítulos anteriores, a economia comportamental é, resumidamente, uma abordagem interdisciplinar que combina a economia com a psicologia para entender como as pessoas tomam decisões em determinadas situações econômicas. Tal abordagem comportamental tem ganhado cada vez mais destaque nas políticas públicas, pois, para Ávila e Bianchi (2015) a teoria fornece inúmeros insights valiosos sobre o comportamento humano e pode ajudar a desenvolver políticas públicas mais eficazes e de baixo custo. A seguir, será realizada uma breve análise acerca da estrutura da elaboração de políticas públicas.

Resumidamente, o conceito de políticas públicas se dá pela seguinte definição de Souza (2006):

Pode-se, então, resumir política pública como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, "colocar o governo em ação" e/ou analisar essa ação (variável independente) e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações (variável dependente). A formulação de políticas públicas constitui-se no estágio em que os governos democráticos traduzem seus propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que produzirão resultados ou mudanças no mundo real. (Souza, 2006, p.26)

Segundo Ávila e Bianchi (2015), o processo de políticas públicas é baseado em uma série de etapas interconectadas. Tais etapas incluem a formulação, implementação e avaliação das políticas públicas conforme ilustrado no diagrama a seguir:

Figura 2. CICLO DAS POLÍTICAS PÚBLICAS



FONTE: ÁVILA, BIANCHI, 2015, p.212

Sendo assim, o ciclo de políticas públicas começa com a identificação de uma demanda da sociedade, que se torna um problema a ser resolvido pelo governo. Depois de selecionar uma alternativa de resolução, o governo inicia a implementação das políticas públicas, monitorando os resultados e fazendo ajustes se necessário ao longo da execução. Contudo, segundo Ávila e Bianchi (2015), os indivíduos muitas vezes agem de forma automática e podem acabar tendo escolhas que vão contra seu próprio bem-estar, nisso, é vista a oportunidade para o governo atuar e implementar políticas públicas baseadas na Economia Comportamental através de *nudges* e arquiteturas de escolhas.

Segundo Galvão (2019), o primeiro país a incorporar a ciência comportamental a políticas públicas foi o Reino Unido através da criação do *Behaviorial Insights Team* (BIT) em 2010, sendo a primeira instituição governamental a aplicar a economia comportamental nas políticas públicas. Em 2015 após Barack Obama decretar que os órgãos públicos utilizassem da economia comportamental para base de formulação de políticas públicas, foi criado o *Social and Behavioral Sciences Team* (SBCT) ligado ao governo dos EUA. Ainda em 2015, segundo o autor O Banco Mundial criou *The Global Insights Initiative* com o mesmo intuito de agregar

a ciência comportamental às políticas públicas com intuito de melhora da vida geral dos indivíduos.

Seguindo a tendência global, vários países estão no processo de criação das suas unidades de ciência comportamental, pois segundo Galvão (2019), políticas públicas que tem base no insight comportamental são muito menos invasivas e sua execução é muito mais em conta, com soluções muito mais eficientes.

A seguir, serão selecionados alguns exemplos mais conhecidos da participação da economia comportamental através de arquitetura de escolhas que são ou foram implementadas em políticas públicas num contexto mundial e os resultados obtidos.

4.2 NUDGES COMO FERRAMENTAS DE AUXÍLIO PARA FORMULAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

Conforme foi exposto no capítulo anterior, muitas vezes o indivíduo pode acabar tomando decisões irracionalmente. Tais escolhas podem ser influenciadas por diversos fatores cognitivos, emocionais e sociais, sendo assim, governos do mundo todo tem buscado entender e resolver tais vieses por meio de implementação de políticas públicas com insights apresentados pela economia comportamental.

Monroy (2017) considera a economia neoclássica a corrente dominante na economia, embora seu individualismo metodológico apresente várias anomalias não contempladas no estudo do consumidor. A economia comportamental, por sua vez, busca preencher essas lacunas cognitivas e comportamentais, propondo teorias que levem em conta a previsão da trajetória comportamental individual permitindo a construção de um raciocínio acerca de fenômenos agregados e mais próximos a realidade. Apesar das críticas à aplicação generalizada da economia comportamental, o autor sugere que anomalias isoladas podem ser selecionadas e aplicadas em contextos específicos para contribuir para o desenvolvimento de políticas públicas efetivas.

Segundo Ávila e Bianchi (2015), tais intervenções baseadas, por exemplo, na mudança de exposição de certa informação, tendem a ter pequenos custos e grandes impactos no comportamento dos indivíduos e conseqüentemente aumento no bem-estar social geral. Sendo assim, agora serão analisados exemplos internacionais de formulação de políticas públicas através da economia comportamental.

O primeiro artigo analisado é o “*Domestic uptake of green energy promoted by opt-out tariffs*” escrito por Ebeling e Lotz (2015).

O estudo foi feito em colaboração com uma empresa fornecedora de energia alemã, onde objetivo do projeto era testar como alterar o padrão de escolha de um formulário de inscrição para adesão de energia poderia afetar a decisão dos consumidores visando escolha da fonte de energia sustentável. Sendo assim, potenciais clientes acessaram o site da companhia por um período de 4,5 semanas no ano de 2012, onde foram disponibilizadas duas opções de contratos de energia. Esses contratos diferiam na maneira como a escolha de adquirir energia verde - 100% mais caro que a convencional - era apresentada. Uma versão exigia que o cliente ativamente optasse por essa opção, marcando uma caixa; enquanto a outra versão apresentava essa opção como padrão, exigindo que o cliente desmarcasse a caixa caso não quisesse adquirir.

O resultado dos dados mostrados por Ebeling e Lotz (2015) foi o seguinte: seguindo avaliação aleatória, foi constatado que a mudança de opção padrão de *opt-in* para *opt-out* aumentou as vendas de contratos de energia verde por visita à página inicial de 0,62% para 5,58% das residências. Já entre os que adquiriram um novo contrato, a adesão de energia renovável aumentou quase dez vezes, de 7,2% para 69,1%, quando a opção de *opt-out* foi usada como padrão. Os autores do trabalho destacam que uma simples intervenção comportamental pode ser uma maneira simples e de baixo custo que incentiva comportamentos sustentáveis entre os consumidores.

O segundo caso é baseado no artigo “*Nudging Parents to Improve Preschool Attendance in Uruguay*” de Mateo Díaz, et al. (2020) e trata de uma intervenção comportamental realizada em parceria entre o *Inter-American Development Bank* (IDB) e o governo uruguaio. O intuito do programa é melhorar a frequência escolar de crianças de 3 a 5 anos na pré-escola, a política pública que foi formulada e aplicada consistiu em enviar lembretes personalizados de frequência escolar aos pais das crianças que apresentavam baixa frequência escolar.

Foram formulados quatro tipos de mensagens da seguinte forma:

- a) Feedback: a cada três semanas, era enviado o número de faltas dos filhos no celular dos pais, e se a criança não tivesse nenhuma falta na semana, a mensagem terminaria com um elogio;

- b) Estímulo de planejamento: os pais receberam lembrete de planejamento, ajudando a associar o plano com a ação;
- c) Identidade parental positiva: enviava mensagem com afirmações positivas sobre a capacidade dos pais de garantir a frequência escolar dos filhos;
- d) Ganhos no curto e longo prazo: Buscou destacar os potenciais ganhos e perdas em termos de habilidades socioemocionais e cognitivas (com abordagem negativa e positiva)

As mensagens eram enviadas de 3 a 4 vezes por semana entre as 17 e as 20h.

Para Mateo Díaz et al. (2020), os *nudges* implementados através de mensagens de texto puderam aumentar a frequência de estudantes que estavam perto da média nas faltas. Uma possível explicação é que, para esse grupo, as barreiras comportamentais afetam mais a frequência, o que significa que mudanças comportamentais são bem mais efetivas. Em resumo, foi observado um aumento na frequência de 0,31 a 0,67 dias frequentados em apenas 13 semanas.

A região nordeste do Uruguai caracterizada por ser menos povoada e com menor desempenho nos indicadores - infraestrutura, saúde, educação atividade econômica e pobreza – teve destaque no aumento da frequência, com seu indicador sendo de 1,48% de aumento. Acima da média geral. Por fim, é possível afirmar que os resultados destacam o potencial das ferramentas *nudge* através de mensagens para reduzir a desigualdade no acesso e na aprendizagem desde os primeiros anos de vida (MATEO DÍAZ et al., 2020).

Segundo Silva et al. (2018) as políticas públicas no Brasil se concentram em impor penalidades ou punições a indivíduos ou organizações que violam leis ou regulamentos e, embora essas medidas sejam importantes e tenham mérito, as políticas públicas brasileiras tendem a sustentar excessivamente nesse âmbito. Contudo, os autores defendem que a implementação de políticas baseadas em *nudge*, pode ser mais eficaz do que abordagens punitivas.

Dessa forma, serão abordados dois exemplos de políticas públicas brasileiras com insights da economia comportamental trazendo seus benefícios e impactos.

A primeira análise é sobre o ato do Funpresp, órgão de previdência complementar para os servidores públicos que buscou regulamentar seu serviço de previdência social complementar através da inscrição automática e regulamentada pela Lei nº 13.183, de 2015. Desde novembro de 2015 seus servidores públicos

federais com remuneração superior ao teto proposto pelo INSS são inscritos, automaticamente em planos de previdência complementar administrados pela Funpresp. Essa medida foi adotada devido à instituição definitiva do Regime de Previdência Complementar (RPC) em 2013, que limitou a aposentadoria dos servidores ao teto do RGPS, sendo assim, a inscrição automática acontece e busca garantir que no momento de aposentadoria o servidor público tenha o valor da aposentadoria baseado nos últimos salários e não no limite regulamentado pelo RGPS. Contudo, é importante frisar que, o servidor que escolher por não participar do programa tem todo o direito de não adesão. (FUNPRESP, 2020).

Tal feito ajudou a aumentar significativamente a adesão aos planos de previdência complementar, pois desde que a medida foi implementada, a porcentagem de servidores que aderiram à Funpresp aumentou significativamente, passando de 9% para 88%. Essa taxa tem sido mantida desde então (FUNPRESP, 2020).

O *nudge* padrão, segundo Thaler e Sunstein (2019) é uma forma de aproveitar o viés cognitivo da inércia ou da preguiça, tornando uma determinada opção ou comportamento a escolha mais fácil ou natural. No entanto, é importante que a opção padrão seja ética e não coercitiva, e que os indivíduos tenham a opção de escolher outra opção se assim desejarem.

Sendo assim, segundo Pena (2014) a adoção da adesão automática nos planos fechados de previdência complementar é considerada uma medida positiva para incentivar os servidores a pouparem para seu próprio futuro.

Outra medida de insights comportamentais utilizados em políticas públicas no Brasil é o projeto denominado “NUDGE Travessia + Legal”, que foi realizado pela parceria do Grupo Transversal de Trabalho em conjunto com a prefeitura do Rio de Janeiro. Formulado em 2018, o projeto foi realizado junto da Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro, com intuito de aumentar a segurança dos pedestres nas vias. Foram feitas intervenções como a sinalização de novas travessias de pedestres com fundos vermelhos e novas placas de sinalização vertical, as quais buscaram melhorar o destaque visual da sinalização e dessa forma ter mais aderência dos pedestres.

O desenvolvimento se deu através de urbanismo tático com baixo custo e alto impacto com intuito de aumentar a segurança do pedestre, incluindo sinalização de faixas de pedestres destacadas e ampliação das calçadas. A hipótese era de que essas ações propostas tornariam o pedestre mais visível para os motoristas e reduziria

riscos. A seguir, serão identificadas as ferramentas comportamentais usadas na implementação dessa política pública de trânsito (NUDGERIO, 2018).

A partir da identificação de vieses dos indivíduos, o estudo procurou aplicar estratégias comportamentais para ajuste e indução do comportamento correto afim de preservar a vida dos pedestres. A partir dessa constatação, o experimento foi baseado em técnicas de *nudges* que utilizam a simplificação, a facilidade e a conveniência, bem como a advertência gráfica e, em especial, o uso do *nudge* saliência para alcançar os objetivos propostos (NUDGERIO, 2018).

Houve redução de até 30% de movimentos indesejados – como travessias fora da faixa - em horários de maior fluxo de pedestres, tal resultado foi baseado na junção dos experimentos da faixa de pedestre com fundo vermelho e sinalização vertical com um bom destaque visual. Segundo os idealizadores do projeto, com investimento financeiro baixo e foco no direcionamento comportamental, foi possível chegar em resultados positivos (NUDGERIO, 2018).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A teoria do consumidor é um dos principais campos de estudo da economia, com foco na análise do comportamento do consumidor na tomada de decisões de consumo, pois é através do indivíduo que acessamos a sociedade como um todo.

A teoria neoclássica do consumidor baseia-se na ideia de que os consumidores são racionais e buscam maximizar sua utilidade, sujeitos a restrições orçamentárias. Esse modelo assume que as preferências do consumidor são estáveis e que as decisões de consumo são tomadas de forma racional, levando em conta informações completas e disponíveis.

No entanto, a partir da década de 1950, a teoria comportamental buscou reconhecer que os indivíduos muitas vezes não agem de forma maximizar suas utilidades e que suas preferências são influenciadas por fatores emocionais, sociais e cognitivos.

Essa evolução da teoria do consumidor tem implicações importantes para o ramo das políticas públicas, pois é visto que cada vez mais os gestores públicos buscam utilizar ferramentas comportamentais em inúmeras áreas.

Além disso, a teoria comportamental destaca a importância da arquitetura de escolha, que referencia de que maneira as escolhas são apresentadas aos consumidores. Essa ferramenta vem sendo usada e aplicada por diversas organizações e empresas privadas, buscando benefícios próprios utilizando tendências da psicologia humana e tendo fim no comportamento individual. Sendo assim, é visto que a arquitetura de escolhas pode e deve ser usada também para incentivar comportamentos positivos, como escolhas mais saudáveis ou ambientalmente sustentáveis com auxílio do Estado, pois como já visto, são ferramentas de baixo custo e alto impacto.

Aprender mais sobre a teoria do consumidor, incluindo as abordagens neoclássicas e comportamentais é importante para os formuladores de políticas públicas. A compreensão dessas teorias pode ajudar a identificar possíveis falhas sociais, de mercado, ambientais – entre outros aspectos - e justificar intervenções governamentais baseadas na liberdade de escolha e decisão. Os exemplos utilizados no presente trabalho puderam demonstrar tal feito. Contudo, é importante frisar que houve grande dificuldade quando foi analisado o cenário brasileiro, não foi possível encontrar exemplos que de fato tivessem sido elaborados com insights

comportamentais, ainda assim, muitos estudos mostram certa participação da economia comportamental em formulação de políticas públicas, nem sempre conscientemente.

Finalmente, a ciência comportamental tem um papel fundamental na evolução da sociedade. A compreensão de como as pessoas tomam decisões pode ser usada para formular políticas públicas em diversas áreas, como saúde pública, segurança no trânsito, proteção ambiental, entre outras. A incorporação de insights comportamentais em políticas públicas pode levar a melhores resultados para a sociedade como um todo, e como sugestão, deixo em aberto a possibilidade de fortalecer a criação de organizações que busquem regulamentar e aplicar a ciência comportamental no âmbito de políticas públicas brasileiras em parceria com organizações internacionais já existentes e bem estruturadas. Dessa forma, o Estado pode auxiliar no bem-estar com baixo custo e benefícios a longo prazo afim de construir uma sociedade mais consciente e correta.

REFERÊNCIAS

ALVES, Patrick Allan Ferreira. **Amartya Sen e a questão da racionalidade na teoria econômica**. 2022. 83 f. Dissertação (Pós-Graduação) - Curso de Economia, Programa de Pós-Graduação em Economia, UFMG, Belo Horizonte, 2022.
Disponível em: <<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/46408>> Acesso em 19 fev 2023

ANDRADE, Fábio Pereira de. **Um ensaio sobre a racionalidade em economia: considerações acerca de concepções neoclássicas e Herbert Simon**. 2009. 157 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Ciências e Letras de Araraquara, 2009. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/99147>>.
Acesso em: 12 jan 2023

ANDRADE, Rogerio P. de. **A construção do conceito de incerteza: uma comparação das contribuições de Knight, Keynes, Shackle e Davidson**. Nova Economia, Departamento de Economia, Universidade Federal de Minas Gerais, v. 21, p. 171-195, 2011.

AUGUSTO, André G. **Teoria da Ação na Escola Neoclássica: Uma Resenha Crítica**. Pesquisa & Debate. São Paulo, v. 21, n. 2, p.225-246, fev. 2010

ÁVILA, Flávia; BIANCHI, Ana Maria. **Guia de Economia Comportamental e Experimental**. Tradução de Laura Teixeira Motta. 1ª ed. São Paulo: EconomiaComportamental.org, 2015.

CARRERA-FERNANDEZ, José. **Curso básico de microeconomia**. Salvador: EDUFBA, 2001,2006, 2009. Disponível em:
<<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ufba/189/1/Curso%20basico%20de%20microeconomia.pdf>>. Acesso em 10 fev 2023

COMPORTAMENTO. *In*: Oxford Languages, Dicionário Online de Português. 2023
Disponível em:
<https://www.google.com/search?q=comportamento&rlz=1C1FCXM_pt-

[PTBR995BR995&oq=comportamemnto&aqs=chrome.1.69i57j0i13i131i433i512i4j0i13i512j0i13i131i433i512j0i13i512i3.8809j1j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>](https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/1961)

Acesso em: 12 fev 2023

CUSINATO, Rafael Tiecher. **Teoria da decisão sob incerteza e a hipótese da utilidade esperada: conceitos analíticos e paradoxos**. 2003. Disponível em: [<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/1961>](https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/1961) Acesso em: 10 fev 2023

CUSINATO, Rafael Tiecher; JÚNIOR, Sabino Porto. **A teoria da decisão sob incerteza e a hipótese da utilidade esperada**. Santa Cruz do Sul-RS: Estudos do CEPE, v. 22, p. 7-38, 2005.

EBELING, Felix; LOTZ, Sebastian. Domestic uptake of green energy promoted by opt-out tariffs. *Nature Climate Change*, v. 5, n. 9, p. 868-871, 2015. Doi: [<https://doi.org/10.1038/nclimate2681>](https://doi.org/10.1038/nclimate2681)

FUNPRESP, 2020. **Adesão automática na funpresp: uma ação decisiva na previdência**. 2020, Site FUNPRESP. Disponível em: [<https://www.funpresp.com.br/fique-por-dentro/noticias/2020/adesao-automatica-na-funpresp-uma-acao-decisiva-em-favor-da-previdencia/>](https://www.funpresp.com.br/fique-por-dentro/noticias/2020/adesao-automatica-na-funpresp-uma-acao-decisiva-em-favor-da-previdencia/). Acesso em: 22 fev. 2023.

GALVÃO, Eduardo, 2019. **Nudge: economia comportamental em políticas públicas**. Site congresso em foco. 2019 Disponível em: [<https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/economia/nudge-economia-comportamental-em-politicas-publicas/ f>](https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/economia/nudge-economia-comportamental-em-politicas-publicas/). Acesso em: 22 fev. 2023.

HOFMANN, Ruth Margareth; PELAEZ, Victor. **A TENDÊNCIA AXIOMÁTICA DA RACIONALIDADE ECONÔMICA NO CONTEXTO DA OPOSIÇÃO ENTRE INDIVIDUALISMO METODOLÓGICO E ESTRUTURALISMO**. *Análise Econômica*, v. 28, n. 53, 2010. [<https://www.science.org/doi/abs/10.1126/science.185.4157.1124>](https://www.science.org/doi/abs/10.1126/science.185.4157.1124)

Acesso em: 10 dez 2022

IZEPÃO, Rosalina Lima; BRITO, Elohá Cabreira; BERGOCE, Janaína. **O indivíduo na economia neoclássica, comportamental e institucional: da passividade à ação**. Leituras de Economia Política, v. 31, p. 55-74, 2020. Disponível em:

<https://www.economia.unicamp.br/images/arquivos/artigos/LEP/L31/LEP_31_Vers%C3%A3o_Integral.pdf#page=62> Acesso em: 19 fev 2023

KAHNEMAN, Daniel. **Rápido e devagar: duas formas de pensar**. Objetiva, 2012.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. **Prospect theory: An analysis of decision under risk**. Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I. 1979. p. 99-127. Dói: <<https://doi.org/10.2307/1914185>>

KNIGHT, Frank H., **Risk, uncertainty and profit**. (1921), University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 1921. Disponível em:

<<https://ssrn.com/abstract=1496192>> Acesso em: 12 jan 2023

MARTIN, Karina Agatha SBICCA, Adriana Fernandes. **Decisões financeiras e o uso de aplicativos: um estudo à luz da economia comportamental**. RGO.

Revista de Gestão Organizacional (UNOCHAPECÓ. Impresso), v. 14, p. 207-228, 2021. Doi: <<https://doi.org/10.22277/rgo.v14i2.5443>>

MATEO DÍAZ, Mercedes et al. **Nudging parents to increase preschool attendance in Uruguay**. IDB Working Paper Series, 2020. Doi:

<<http://hdl.handle.net/10419/237441>>

MONROY, DANIEL A. (2017). **Nudges y decisiones inconscientes: sesgo de statu quo y políticas públicas en Colombia**. Desafíos, 29(1), 211-247. Doi:

<<http://10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.4725>>.

NUDGERIO, 2018. **Projeto “Travessia + Legal”**, 2020, Site da Prefeitura do Rio de Janeiro. Disponível em:

<<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/9430379/4234102/PAPERTRAVESSIALEGAL.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2023.

PENA, Ricardo. **Funpresp: alicerce para o futuro da previdência complementar**. Coletânea ABRAPP, São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://www.funpresp.com.br/wp-content/uploads/2020/07/Funpresp-alicerce-para-o-futuro-da-previd%C3%Aancia-complementar.-Autor-Ricardo-Pena.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2023.

PRADO, Eleuterio FS. **O caráter monológico da racionalidade neoclássica**. Estudos Econômicos (São Paulo), v. 26, n. 4, p. 7-34, 1996.

RAMIRO, Thomas; FERNANDEZ, Ramon Garcia. **O nudge na prática: algumas aplicações do paternalismo libertário às políticas públicas**. Textos de economia, v. 20, n. 1, p. 01-18, 2017.

SANTOS, Marco Aurélio dos. **Hipótese de mercados adaptativos e fatores econômico-institucionais: uma abordagem multinível**. 2018. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Doi: <10.11606/T.12.2018.tde-10072018-170405>

SBICCA, Adriana. **Heurísticas no estudo das decisões econômicas: contribuições de Herbert Simon, Daniel Kahneman e Amos Tversky**. Estudos Econômicos (São Paulo), v. 44, p. 579-603, 2014. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ee/a/KLdVTnmf6jmwKm7JRJqdFbz/abstract/?lang=pt>> Acesso em: 04 fev 2023

SILVA, Amanda Carolina Souza; RODRIGUES; Débhora Renata Nunes; TIBALDI, Saul Duarte. **Nudges e políticas públicas: um mecanismo de combate ao trabalho em condição análoga à de escravo**. Revista Brasileira De Políticas Públicas, 8(2), (2018). Doi: <<https://doi.org/10.5102/RBPP.V8I2.5317>>

SIMON, Herbert A. **A racionalidade do processo decisório em empresas**. Edições Multiplic, v. 1, n. 1, p. 25-60, 1980. Disponível em: <<https://www.ecoeureka.net/wp-content/uploads/2018/02/Simon-1980.pdf>>. Acesso em: 5 jan 2023

Simon, Herbert A. (1947). **Administrative behavior. A study of decision-making processes in administrative organization**. 1 a ed. New York: The Macmillan Company, 1947.

SOUZA, Celina. **Políticas públicas: uma revisão da literatura**. Sociologias, p. 20-45, 2006. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/soc/a/6YsWyBWZSdFgfSqDVQhc4jm/?format=html>>.

Acesso em: 12 jan 2023

TABAK, Benjamin Miranda; AMARAL, Pedro Henrique Rincon. **Vieses cognitivos e desenho de políticas públicas**. Revista Brasileira de Políticas Públicas, v. 8, n. 2, p. 472-491, 2018. Disponível em:

<<https://www.publicacoes.uniceub.br/RBPP/article/view/5278/0>> Acesso em: 23 dez 2022

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade**. Objetiva, 2019.

TVERSKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. **Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty**. science, v. 185, n. 4157, p. 1124-1131, 1974. Disponível em:

<<http://links.jstor.org/sici?sici=0036-8075%2819740927%293%3A185%3A4157%3C1124%3AJJUHAB%3E2.0.CO%3B2-M>>, Acesso em: 8 fev 2023

VON NEUMANN, John; MORGENSTERN, Oskar. **Theory of games and economic behavior. In: Theory of games and economic behavior**. Princeton university press, 1944. Disponível em: < <https://jmvidal.cse.sc.edu/library/neumann44a.pdf>>, Acesso em: 10 dez 2022