

Nudges: Nem Tudo que Reluz é Ouro.

Nudges: All that glitters is not gold.

Leticia Wienskosi¹

Resumo: O presente trabalho, visa, através da realização de revisão da literatura internacional, completar a lacuna existente na doutrina brasileira de um questionamento crítico acerca da premissa de que o *nudge* é uma estratégia regulatória amplamente efetiva, simples e de baixo ou zero custo de implementação, tal qual desenhado por seus ideólogos Richard Thaler e Cass Sustein. O recorte crítico utilizado será o (i) das condições-limite de implementação desta estratégia regulatória; e (ii) do processo necessário para implementação dos nudges como políticas públicas, bem como dos custos sociais inerentes a uma arquitetura da escolha mal planejada.

Palavras-Chave: Nudge – Nudgeability – Estratégias Regulatórias – Eficácia do Nudge – Condições de Eficácia – Preferências Individuais.

Summary: The present work aims, through a review of international literature, to fill the existing gap in the Brazilian doctrine of a critical questioning about the premise that nudge is a broadly effective, simple and low or zero implementation cost regulatory strategy, as designed by its ideologues Richard Thaler and Cass Sustein. The critical section used will be (i) the limit conditions for implementing this regulatory strategy; and (ii) the process necessary to implement nudges as public policies, as well as the social costs inherent to a poorly planned choice architecture.

Keywords: Nudge - Nudgeability - Regulatory Strategies - Nudge Effectiveness - Effectiveness Conditions - Individual Preferences.

Introdução

Na década de 1970, Gary S. Becker² formulou a “Teoria da Escolha Racional”, cujo referencial tem como premissa que os indivíduos agem de forma coerente visando maximizar sua função de utilidade e minimizar custos. Este modelo do homem racional econômico, o *homo economicus* ou “econs”, teria acesso a todas as informações, capacidade de processá-las, força de vontade ilimitada para perseguir seus objetivos e sempre agir em interesse próprio³.

Ocorre que a premissa de que os indivíduos se comportam de maneira consistentemente racional, egoísta e maximizadora de benefícios, é contrastante com a realidade onde os

¹ Bacharel em Direito pela UFRJ, pós-graduada em Direito Empresarial pela PUC Rio e mestranda em Direito da Regulação na FGV Rio. Advogada. leticiawkk@gmail.com

² BECKER, Gary S. *The Economic Approach to Human Behavior*. University of Chicago Press; Chicago, 1976. P.8.

³ THALER, Richard H. SUNSTEIN, Cass R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Michigan: Caravan. 2008. P.15.

indivíduos muitas vezes são incapazes de tomar decisões racionais para buscar seus próprios interesses por estarem sujeitos a erros sistemáticos no processamento de informações.⁴

Portanto, partindo deste pressuposto de que os indivíduos têm limitações cognitivas, ou seja, não conseguem processar racionalmente toda sorte de informações, e que, por muitas vezes, decidem suas ações sistematicamente com base na heurística - um conjunto de estratégias autoproduzidas que diminuem o tempo de tomada de decisão -, a Economia Comportamental pesquisa e analisa seus comportamentos para realizar previsões de como os indivíduos irão agir em situações diversas. Com base nos resultados, busca-se criar mecanismos que sejam capazes de direcionar a ação para uma conduta socialmente desejável.

Neste contexto foi desenvolvida a ideia do “*nudge*” como estratégia regulatória que a partir da estrutura da arquitetura de escolhas dos indivíduos viabiliza seus comportamentos de maneira previsível, melhorando as suas decisões e promovendo resultados socialmente desejáveis através de um “empurrãozinho”, sem, contudo, restringir suas opções e liberdades⁵.

A ideia da arquitetura da escolha se disseminou de tal maneira que após a publicação do livro “*Nudge*” em 2008, diversas entidades internacionais como a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico⁶ (OCDE) e o Banco Mundial⁷ passaram a demonstrar interesse nos *nudges* como alternativa de persuasão para orientar os cidadãos em assuntos de interesse público⁸. Não é de se admirar, portanto, que essa estratégia regulatória venha sendo amplamente utilizadas nos mais diversos domínios - notadamente naqueles relacionados à saúde, alimentação, meio ambiente, investimentos, consumo e educação.⁹

O grande sucesso desta estratégia regulatória tem como fundamento que os *nudges* são empurrões supostamente irrelevantes e que maximizam o bem-estar sem proibir

⁴ SCHÄFER, Hans-Bernd. OTT, Claus. “The economic analysis of civil law”. Edward Elgar Publishing Inc: Massachusetts, 2022. P.4.

⁵ THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. (2008) op. cit. p.14.

⁶ OECD (2017), Behavioral Insights and Public Policy. Lessons from Around the World, Paris: OECD Publishing

⁷ WORLD BANK (2015), Mind, Society and Behavior, Washington: World Bank Group.

⁸ RIDDER, D., FEITSMA, D., VAN DEN HOVEN, J., KROESE, M., SCHILLEMANS, F., T., VERWEIJ, M., VENEMA, T., VUGTS, A., & VET, E. D. Simple nudges that are not so easy. Behavioural Public Policy, Cambridge University Press: Cambridge, 2020. 1-19. P.2.

⁹ MERTENS, S., HERBERZ, M., HAHNEL, U. J. J., & BROSCHE, T. The Effectiveness of Nudging: A Meta-Analysis of Choice Architecture Interventions Across Behavioral Domains. Proceedings of the National Academy of Sciences, Vol. 119, No. 1. January 5, 2022. P. 8.

comportamentos ou alterar significativamente os incentivos econômicos - baixos custos para implementar e baixos custos para serem evitados.¹⁰

Em um estudo publicado em 2021 por Mertens et al foi apontado que poucas medidas de intervenção comportamental têm recebido tanta atenção de estudiosos e governos como as intervenções relacionadas à arquitetura da escolha. Integrando os resultados divulgados de mais de 440 intervenções comportamentais, a meta-análise concluiu que o *nudge* é uma ferramenta amplamente aplicada, facilita escolhas pessoais e socialmente desejáveis em diversos domínios comportamentais, localizações geográficas e populações¹¹.

Adicionalmente, ao observamos as críticas ao *nudge*, segundo Baldwin e Cave¹², há dois enfoques costumeiros: as preocupações com relação paternalismo¹³ inerente a este tipo de intervenção e sua baixa transparência¹⁴, havendo, portanto, uma troca de falhas de mercado por falhas de governo.¹⁵ Contudo, essas críticas vêm sendo fortemente rebatidas a partir de argumentos consubstanciados no paternalismo promovido ser libertário,¹⁶ bem como em recentes pesquisas que demonstram que a falta de transparência na aplicação de *nudges* não muda sua eficácia.¹⁷

¹⁰ “Para ser considerada um *nudge*, a intervenção deve ser barata e fácil de evitar. Um *nudge* não é uma ordem. Colocar frutas em posição visível é um exemplo de *nudge*. Simplesmente proibir junk food, não”. THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. (2008) op. cit. p.14.

¹¹ MERTENS, S., et al. (2022). Op. cit. P.8.

¹² BALDWIN, Robert; CAVE, Martin; LODGE, Martin. Introduction & Fundamentals. In: Understanding Regulation. Theory, Strategy, and Practice. 2a ed. Oxford: Oxford University Press, 2012. P.130.

¹³ Paternalismo é um tipo de intervenção na liberdade do indivíduo sob a justificativa do aumento do seu bem-estar, tendo como premissa a presunção de que quem intervém possui o conhecimento necessário para tal. DWORKIN, G. Paternalism: Some second thoughts. In: SARTORIUS, R. (Ed.). Paternalism. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1983. 105-112. P.106.

¹⁴ “Observe que ao usar o termo “transparência” nos referimos a tentativas que conscientizam os indivíduos da presença e do propósito de um *nudge* para que possam reconhecer como e por que esta intervenção afetaria sua escolha.” RIDDER, D., KROESE, F., & VAN GESTEL, L. (2022). Nudgeability: Mapping Conditions of Susceptibility to Nudge Influence. Perspectives on Psychological Science, 17(2), 346-359. P.348

¹⁵ “A ideia de falha de governo está associada ao argumento de que, mesmo quando o mercado não atender às condições de concorrência perfeita, necessárias para garantir o ótimo social, a intervenção estatal pode gerar resultados ainda piores, em termos de eficiência, ao invés de melhores”. PORTO, Antonio Maristrello. Princípios de análise do direito e da economia. In: PINHEIRO, Armando Castellar; PORTO, Antonio Maristrello; SAMPAIO, Patrícia R. Pinheiro. Direito e Economia: diálogos. Rio de Janeiro: FGV, 2019. P.30.

¹⁶ “Nosso objetivo aqui tem sido defender o paternalismo libertário, uma abordagem que preserva a liberdade de escolha, mas que autoriza instituições públicas e privadas a orientar os indivíduos em direções que irão promover seu bem-estar, a menos que as pessoas escolham afirmativamente o contrário”. THALER, Richard, H., SUNSTEIN, Cass R. Libertarian Paternalism. American Economic Review, 93, 2003, (2): 175-179. P. 179.

¹⁷ “Vários estudos demonstraram que a divulgação da presença de um *nudge*, a sua finalidade, ou a forma como funciona não reduz significativamente o seu impacto em comparação com uma condição em que a divulgação estava ausente, independentemente de a divulgação foi administrado antes ou depois da exposição ao estímulo.” RIDDER et al (2022). Op. cit., p. 349.

Mas seria o *nudge* uma estratégia regulatória de fato tão eficiente, simples e de baixo custo de implementação?

Com intuito de responder esta questão, o presente trabalho, visa, através da realização de revisão da literatura internacional, completar a lacuna existente na doutrina brasileira de um questionamento crítico acerca da premissa de que o *nudge* é uma estratégia regulatória amplamente efetiva, simples e de baixo ou zero custo de implementação¹⁸, tal qual desenhado por Thaler e Sustain. O recorte crítico utilizado será o (i) das condições-limite de implementação desta estratégia regulatória; e (ii) do processo necessário para implementação dos *nudges* como políticas públicas, bem como dos custos sociais inerentes a uma arquitetura da escolha mal planejada.

A hipótese testada é de que os ideólogos do *nudge* falham na demonstração de que este tipo de estratégia regulatória seja “simples e barata” e que a arquitetura da escolha não está imune à condições-limite tanto de eficácia quanto de custos de implementação¹⁹.

Para tanto será realizada uma breve apresentação do *nudge* à luz dos ideais de Thaler e Sustain, em seguida será aprofundado o conceito de *nudgeability* e os fatores de moderação da eficácia da arquitetura da escolha, após uma revisão sobre os processos de implementação dos *nudges* e por fim serão apresentados os custos (“*hidden costs*”) suportados pela aplicação randomizada dessa ferramenta do ponto de vista social e da elaboração de políticas públicas.

1. Os *Nudges* de Thaler e Sustain: “easy, cheap and not mandatory”²⁰.

O conceito de *nudge* foi criado em 2008 por Richard Thaler e Cass Sustain e definido como “qualquer gênero de arquitetura de escolha que altere o comportamento das pessoas de uma forma previsível, sem proibir quaisquer opções ou alterar significativamente os seus incentivos econômicos. A sua implementação tem que ser fácil, barata e não obrigatória”²¹.

Para os autores, o objetivo geral dos *nudges* é simplificar e tornar mais fácil a vida dos indivíduos para que eles possam tomar decisões de forma otimizada, garantindo que os indivíduos não tenham que se esforçar para se relacionar com governo ou para alcançar seus

¹⁸ Neste artigo, vamos nos referir à “simples implementação” como a possibilidade de implementação irrestrita.

¹⁹ Neste trabalho “custos de implementação” serão entendidos como os processos inerentes a elaboração, implementação e monitoração da estratégia.

²⁰ Tradução livre: “fácil, barato e não obrigatório”. THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. (2008) Op.cit., p. 6.

²¹ THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. (2008) Op.cit., p. 6.

objetivos. As políticas que assumem o formato de *nudges* devem orientar os cidadãos em direções determinadas, mas ao mesmo tempo facultar que optem por outro caminho.

Segundo Thaler e Sustein, o GPS seria um exemplo de *nudge* do dia a dia, guiando os indivíduos pelos melhores caminhos, mas os deixando livres para tomar outras direções. Na esfera da regulação e de políticas públicas, essa bússola comportamental assumiria a forma de regras padrão, avisos, lembretes, invocações de normas sociais e outras formas de arquitetura de escolha.²²

A referida ideia foi altamente aceita pela comunidade científica e nos últimos anos, as instituições públicas e privadas demonstraram crescente interesse no uso de *nudges*, notadamente pela sua promessa de baixo custo econômico e alto potencial para atingir objetivos econômico-sociais. Neste sentido, vale transcrever o motivo do sucesso dos *nudges*, segundo seus ideólogos:

O grande sucesso dos *nudges* decorre do fato de que eles geralmente impõem baixos (ou nenhum) custos; porque, por vezes, proporcionam resultados rápidos (incluindo poupanças econômicas significativas), por manterem a liberdade e porque podem ser altamente eficazes. Em alguns casos, os *nudges* têm um impacto maior do que as ferramentas mais caras e mais coercitivas. Por exemplo, as regras-padrão, a simplificação e o uso de normas sociais têm, por vezes, sido descobertos para produzir impactos ainda maiores do que significativos incentivos econômicos. No contexto do planejamento da aposentadoria, a inscrição automática tem se mostrado extremamente eficaz na promoção e no aumento da poupança.²³

Não é de se admirar, portanto, que em 2010, tenha sido criado o The Behavioral Insights Team (“BIT”)²⁴ no Reino Unido inicialmente ligada ao Gabinete do Reino Unido, cujo objetivo era desenvolver “*nudges*” para implementação em políticas públicas. Já em 2017, Richard Thaler ganhou o Prêmio Nobel, em economia, por sua contribuição como desenvolvedor do *nudge* para mudança de comportamento. Neste mesmo ano, OCDE publicou relatório incentivando a utilização de insights comportamentais no projeto e avaliação para

²² SUSTEIN, Cass R. Nudges that fail. *Behavioural Public Policy*, Volume 1, Issue 1, May 2017, 4-25. Publicado online pela Cambridge University Press. P.4-5.

²³ SUSTEIN, Cass. Nudging: A Very Short Guide. *Journal of Institutional Studies*, Vol.3, 2, 2017, 1023-1034. P. 1033-1034

²⁴ Segundo o próprio site do BIT, hoje ele desenvolve “projetos em mais de 15 países, com escritórios em Nova York, Sidney, Singapura, além de Londres e Manchester. Os destaques dos seus resultados, segundo eles, incluem a promoção de pensões verdes, que têm o potencial de proporcionar £252 milhões adicionais em investimentos verdes, a reformulação dos serviços de entrega de alimentos para incentivar escolhas mais saudáveis, reduzindo mais de 40 milhões de calorias por ano dos hábitos alimentares do Reino Unido, reduziu a vulnerabilidade das pessoas a fraudes online pela metade, ajudando milhares de pessoas a evitar os danos do jogo, criando inúmeros empregos mais flexíveis todos os anos e muito mais”. <https://www.bi.team/>

implementação de políticas, notadamente na seara ambiental²⁵. A mesma organização publicou também em 2018 outro relatório incentivando a ciência comportamental como premissa de políticas contra a corrupção.²⁶

Seguido esta mesma vertente, a Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU) tem como premissa que os objetivos de sustentabilidade globais só poderão ser alcançados a partir da análise de insights comportamentais. A referida agenda aposta na pesquisa em ciências comportamentais, para que ao entender como indivíduos tomam decisões e agem sobre elas, seja possível o desenho ótimo de políticas públicas, especialmente na defesa do meio ambiente e contra o terrorismo.²⁷

Por todo exposto, é possível concluir que o *nudge* foi reconhecido como uma ferramenta política eficaz para alinhar a intenção e a ação na facilitação da mudança comportamental dos indivíduos. Vários governos e organizações em todo o mundo adotaram uma abordagem de estímulo para melhorar políticas públicas em relação ao ambiente, saúde, educação, tributação etc.²⁸ No Brasil, há diversas publicações científicas sobre o uso dos *nudges* em saúde, alimentação, transplante de órgãos, políticas contra tabaco, dentre uma infinidade de temas. Em 2014, o município do Rio de Janeiro foi pioneiro ao criar uma *Nudge Unit* em parceria com a Fundação João Goulart.

Diante de tantas promessas e popularidade, baixos custos e altos resultados, partiremos para a problemática deste trabalho: seria o *nudge* uma estratégia de tão simples implementação, baixo custo e alta eficácia?

2. Condições de Eficácia do *Nudge*: *Nudgeability*

Muito embora as agendas públicas apontem para a mudança de comportamento como elemento chave para a resolução de boa parte dos problemas enfrentados pela sociedade contemporânea²⁹, essa mudança por indução comportamental pode não ser tão simples quanto promovido por Thaler e Sustein, já que, conforme postulados básicos da própria ciência

²⁵ OECD, Tackling Environmental Problems with The Help of Behavioural Insights, OECD Publishing, Paris, 2017.

²⁶ OECD. Behavioural Insights for Public Integrity: Harnessing the Human Factor to Counter Corruption, OECD Public Governance Reviews, OECD Publishing, Paris. 2018.

²⁷ THE UNITED NATIONS ORGANIZATION, Behavioural Insights at the United Nations: Achieving Agenda 2030.

²⁸ WEE, S.-C., CHOONG, W.-W., LOW, S.-T. Can “Nudging” Play a Role to Promote Pro-Environmental Behaviour? Environmental Challenges, Volume 5, dezembro de 2021, Article 10036. P. 2.

²⁹ MERTEN et al. Op cit., p.1.

comportamental, para arquitetar a escolha dos indivíduos de maneira eficaz, é preciso conhecer as suas preferências.

Corroborando o fato de que arquitetar a escolha dos indivíduos de maneira eficaz pode não ser uma tarefa tão simples, o estudo citado de Merten et al, conclui que a despeito de sua ampla implementação o *nudge* promove efetivamente mudanças de comportamento de baixa a média eficácia³⁰, tendo seus maiores índices de sucesso quando do uso de cláusulas de *default*³¹. Neste mesmo sentido é a pesquisa de 2019 conduzida por Hummel et al³², onde a análise quantitativa mostra que um terço dos efeitos dos *nudges* são estatisticamente insignificantes.

Em face destas descobertas, em 2021^a economista Denise Ridder desenvolveu o conceito de “*nudgeability*”, que se refere às condições que determinam até que ponto os indivíduos são receptivos à indução da arquitetura da escolha e, portanto, o quanto o *nudge* pode ser eficaz na mudança de comportamentos. Para a pesquisadora, os efeitos de incentivo dos *nudges* não dependem somente da sua transparência ou da racionalidade limitada dos indivíduos, mas das preferências individuais. Não sendo possível, portanto, de um modo geral, induzir os indivíduos a algo que não desejam.³³

Tal qual o raciocínio narrado, as evidências sugerem que, apesar dos preceitos cognitivos que constituem os mecanismos de muitas intervenções de incentivo, os indivíduos são induzidos de forma eficaz quando o comportamento promovido estiver alinhado com as suas preferências pessoais³⁴. Neste sentido, são apresentados dois obstáculos divergentes para a eficácia de um *nudge*: (i) a promoção de um comportamento que não está de acordo com as preferências ou planos dos indivíduos; e (ii) o comportamento promovido que já está em consonância com preferências fortes pré-existentes.

A primeira premissa revela que, em desacordo com suas preferências ou planos, os indivíduos irão ignorar o *nudge* e selecionarão uma opção alternativa. Já a segunda premissa,

³⁰ MERTEN, Op. cit., p.8.

³¹ Houve resultado semelhante em outra pesquisa, conforme a seguir: “Apresentamos evidências de um experimento de pesquisa original sobre os quais os estímulos afetam a escolha entre contratar energia renovável ou energia convencional. Descobrimos que apenas um *nudge* por default tem um efeito significativo, enquanto todos os outros se mostram ineficazes. No nosso cenário, um empurrãozinho padrão aumenta a parcela de indivíduos que escolhem energias renováveis em 44,6%.” MOMSEN, K., STOERK, T. From intention to action: Can nudges help consumers to choose renewable energy? Energy Policy, 74, 2014, 376-382. P.1.

³² HUMMEL, D., MAEDCHE, A. ‘How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies’, Journal of Behavioral and Experimental Economics, 80: 47–58. 2019. P. 55 e 56.

³³ RIDDER et al (2022). Op. cit., p.1.

³⁴ RIDDER et al (2022). Op. cit., 347.

que caso o indivíduo tenha uma forte preferência preexistente, terá o comportamento promovido independentemente da indução.

Portanto, a eficácia dos *nudges* parece não depender apenas do *nudge* em si, mas também de como este é percebido por um indivíduo.³⁵ Corroborando o entendimento, a pesquisa de Hummel et al sobre a eficácia de *nudges* verificou em alguns dos estudos analisados a presença de fatores que moderam a eficácia dos *nudges*, tal como preferências políticas.³⁶

De mesma conclusão é o trabalho de René A. de Wijk et al., onde se analisou a utilização de *nudges* para aumentar o consumo de pão integral em detrimento de outros pães menos saudáveis. Durante várias semanas, funcionários dispuseram o pão integral na entrada do corredor dos pães (local de grande visibilidade). Em outras semanas, os pães foram expostos na saída do corredor (local de menor visibilidade). Apesar da previsão comportamental de que a maior visibilidade do pão aumentaria suas vendas, no caso concreto, os cereais integrais mantiveram igual nível de vendas estando em lugares mais visíveis ou não³⁷. O resultado da pesquisa corrobora o entendimento de que os indivíduos com preferências definidas provavelmente não as alterarão independente da arquitetura da escolha empregada.

Já em 2013, Bronchetti et al após estudo acerca da efetividade do uso do *default* para incentivar o direcionamento automático de parte dos reembolsos de impostos dos indivíduos para poupança, concluíram que o resultado da utilização da cláusula padrão revelou-se ineficaz quando as pessoas já tinham planos para gastar os seus reembolsos³⁸.

Outra evidência de que o *nudge* não anula as preferências pessoais preexistentes vem da pesquisa conduzida por Loewenstein em 2015, onde ele demonstrou que quando dada a

³⁵ HUMMEL et al. Op. cit., p.55 e 56.

³⁶ “Este último estudo documenta que fornecer feedback às famílias sobre o seu uso de energia tem efeitos diferentes para liberais e conservadores. Este resultado fornece uma motivação para explorar o papel das preferências políticas (capturadas pelas quotas de votos) e outras características na moderação do impacto dos nossos efeitos de tratamento.” FELLNER, G., SAUSGRUBER, R., TRAXLER, C., 2013. Testing enforcement strategies in the field: appeal, moral information, social information. J. Eur. Econ. Assoc. 11 (3), 634–660. P.656.

³⁷ “Em resumo, os resultados do estudo demonstram nenhum efeito nas vendas independente da disposição de pão perto da entrada ou perto da saída do departamento de pão dos supermercados.” WIJK, R.A., MAASKANT, A.J., POLET, I.A., HOLTHUYSEN, N.T., VAN-KLEEF, E., VINGERHOEDS, M.H. An In-Store Experiment on the Effect of Accessibility on Sales of Wholegrain and White Bread in Supermarkets. PLoS One. 2016 Mar 24;11(3):e0151915. P.6

³⁸ “Este estudo discute um experimento de campo sobre opções default e decisões de poupança por indivíduos no momento da declaração de impostos federais. No tratamento, uma fração da restituição de impostos seria automaticamente direcionada para Títulos de Poupança dos EUA, a menos que os declarantes escolhessem ativamente outra alocação. Descobrimos que esta intervenção de opt-out não teve impacto nas poupanças.” BRONCHETTI E. T., DEE T. S., HUFMAN D. B., MAGENHEIM E. (2013). When a nudge isn't enough: Defaults and saving among low-income tax filers. National Tax Journal, 66, 609–634. P.609.

oportunidade, poucos indivíduos optaram por revisar a escolha feita em um formulário com cláusula padrão mesmo após ser relevada a presença do *nudge*.³⁹

Goldin sugere também que pessoas consistentes em escolha são pouco suscetíveis por terem preferências mais sólidas, e ao contrário, indivíduos com baixa consistência em suas escolhas são mais influenciáveis. Segundo ele, ainda, fatores como por exemplo, experiência, educação e rendimento⁴⁰, tendem também a estar associadas aos níveis fortes ou baixos de preferências dos indivíduos.⁴¹

Por outro lado, *nudges* são particularmente eficazes quando os indivíduos não têm preferência clara sobre suas escolhas, isto é, quando há nível de incerteza para orientação da decisão. Nestes casos, um “empurrãozinho” pode facilitar o processo decisório, reduzindo a incerteza da escolha.⁴²

A ausência de uma preferência clara pode ocorrer devido à (i) indiferença em relação à escolha promovida; ou (ii) ao conflito de preferências. A indiferença é caracterizada pela falta de percepção da importância das consequências de uma decisão. Quando as pessoas são indiferentes, não têm preferência por uma opção de escolha específica⁴³. Uma boa ilustração da eficácia do *nudge* em razão da indiferença é fornecida em estudo conduzido por Egebar et al⁴⁴, em que as configurações padrão da impressora foram alteradas de impressão simples para impressão frente e verso. Embora todos os participantes tenham indicado que sabiam que a impressão frente e verso é melhor para o ambiente, mais de metade deles não tinha uma preferência clara pelo tipo de impressão. Neste caso, a alteração da configuração padrão resultou em uma redução significativa no uso de papel, ilustrando a eficácia de um *nudge*

³⁹ LOEWENSTEIN, G., BRYCE, C., HAGMANN, D., RAJPAL, S. Warning: You are about to be nudged. *Behavioral Science & Policy*, 1, 35–42. 2015. P.35.

⁴⁰ Segundo Ridder existem algumas evidências de que as pessoas provenientes de contextos socioeconômicos mais baixos respondem melhor ao *nudge*, embora os estudos digam principalmente respeito aos estímulos de default com consequências financeiras. especificamente nos grupos desfavorecidos, é necessária mais investigação sobre outros tipos de estímulos, bem como sobre escolhas relacionadas com questões não financeiras, como a alimentação saudável. RIDDER et al (2022). Op. cit., p.354.

⁴¹ “Indivíduos consistentes realmente preferem a opção que elas selecionam (consistentemente). Ou seja, aqueles clientes que sempre escolhem maçãs (mesmo quando as laranjas estão mais visivelmente dispostas), preferem maçãs a laranjas independentemente de onde estejam.” GOLDIN, J. Op. cit., p.32.

⁴² VENEMA A. G., KROESE F. M., BENJAMINS J. S., RIDDER D. T. D. When in doubt, follow the crowd? Responsiveness to social proof nudges in the absence of clear preferences. *Frontiers in Psychology*, 11, Article 1385, 2020. P.10.

⁴³ VENEMA et al. Op. cit., p.2

⁴⁴ EGEBAK, J.; EKSTRÖM, M. Can indifference make the world greener? *J. Environ. Econ. Manag.* 76, 1–13, 2016. P.1

quando indivíduos sabem das consequências da sua escolha, mas são indiferentes à decisão em questão.

Já as preferências conflitantes são o oposto da indiferença e caracterizadas pelo fato de o indivíduo não saber o que escolher. Um exemplo de preferências conflitantes pode ser passar tempo com a família ou cumprir um prazo no trabalho; ambas as opções são consideradas importantes, mas se excluem. Preferências conflitantes podem tornar uma decisão difícil e desagradável, e os sinais ambientais podem inclinar a balança a favor de uma das preferências e, assim, reduzir o conflito⁴⁵.

Em resumo, segundo Ridder, a relação entre as preferências individuais e a eficácia dos *nudges* pode ser representada por uma curva em U invertido. Indivíduos com maior grau de incerteza sobre suas decisões podem ser induzidos com maior facilidade para uma orientação específica. Aqueles na extrema esquerda, que possuem uma clara preferência por comportamento diverso à indução, não serão afetados pelo *nudge*. Na extremidade direita da forma de U invertido estariam os indivíduos que possuem fortes preferências alinhadas com o comportamento promovido; para este grupo, os *nudges* são redundantes porque os indivíduos já fariam a escolha desejada independentemente do *nudging*⁴⁶.

Adicionalmente, vale frisar que a maioria dos estudos encontrados para aferição da eficácia dos *nudges* estão relacionados ao domínio da saúde, ambiental, financeiro e pró-social. Merten et al chamam a atenção para o fato de que o impacto potencial de uma decisão pode ser também um elemento de moderação da eficácia das intervenções de arquitetura de escolha. Isto é, o *nudge* tem um efeito menor na mudança de comportamento quando a decisão em questão tem um impacto alto e direto no tomador de decisão do que quando a decisão tem pouco ou nenhum impacto individual.

Em sua pesquisa, as referidas autoras verificaram que a eficácia dos *nudges* no domínio alimentar, por exemplo, é muito maior do que no domínio financeiro. Esta variação do nível de eficácia entre os domínios comportamentais sugere que, ao tomarem decisões que são percebidas como tendo um impacto substancial nas suas vidas, os indivíduos podem ser menos propensos à influência de mecanismos automáticos e, portanto, aos efeitos das intervenções de arquitetura de escolha⁴⁷.

⁴⁵ VENEMA et al. Op. cit., p.2

⁴⁶ RIDDER et al (2022). Op. cit., p.352.

⁴⁷ MERTEN et al. Op. cit., p.7.

Embora a ideia de que a eficácia do *nudge* dependa da sua relação com as preferências individuais (“*nudgeability*”) possa ser decepcionante para aqueles que veem os *nudges* como uma solução mágica, esta conclusão é de grande importância para o debate sobre as condições-limite para a implementação do *nudge* nas políticas públicas⁴⁸. Inclusive, Sustain admite ao final do ensaio “*Nudges that Fail*” que a existência de fortes preferências preexistentes pode moderar os efeitos da ferramenta comportamental e que a ineficácia do *nudge* é um indicativo da necessidade de utilização de mandatos e proibições como escolha regulatória.⁴⁹

3. Custos de Implementação

Sustain afirma ser de extrema importância que políticas públicas sejam formuladas com base em evidências: a arquitetura da escolha para ser eficaz como estratégia regulatória precisa se apoiar na ciência comportamental para refletir uma compreensão realista de como indivíduos irão responder às iniciativas governamentais. Para tanto, seria imprescindível, portanto, a realização de estudos, testes empíricos, incluindo experiências aleatórias controladas⁵⁰.

Paradoxalmente, o autor também defende que o sucesso dos *nudges* está intimamente relacionado ao seu baixo custo de implementação. Segundo ele, “felizmente, muitos experimentos de *nudging* podem ser executados rapidamente, a baixo custo e de forma que permita sua contínua mensuração e melhoria”.⁵¹ Esse argumento é possivelmente fundamentado na premissa de que “novos *nudges* normalmente substituem os preexistentes; *nudges* não são introduzidos onde eles não existiam preteritamente”⁵².

Pode-se aferir da narrativa que os entusiastas da arquitetura da escolha veem os *nudges* como intervenções “velozes e furiosas”⁵³ e que os cientistas comportamentais podem alterar políticas pública preexistentes deixando-as mais eficazes com gastos e esforços reduzidos⁵⁴. Consideram também que as tarefas destas equipes são relativamente simples, se consubstanciando em “desenhar e testar uma intervenção de forma rápida e pouco dispendiosa,

⁴⁸ RIDDER et al (2020). Op. cit., p. 8.

⁴⁹ SUSTEIN, Cass R. *Nudges That Fail* (2017). Op. cit., p.11.

⁵⁰ SUSTEIN, Cass. *Nudging: A Very Short Guide* (2017). Op. cit., p. 1028.

⁵¹ Continuam os autores “O crescente interesse em *nudges* decorre do fato de que eles geralmente impõem baixos (ou nenhum) custos (...)”. Ambas as citações em: SUSTEIN, Cass. *Nudging: A Very Short Guide* (2017). Op. cit., p. 1027-1028.

⁵² SUSTEIN, Cass R. *Nudging: A Very Short Guide* (2017). Op. cit., p. 1027.

⁵³ Haynes, 2012.

⁵⁴ SUSTEIN, Cass R. *Nudging: A Very Short Guide* (2017). Op. cit., p. 1028.

e depois implementar amplamente as que se revelarem mais eficazes⁵⁵”. Na realidade, no entanto, segundo Ridder, “o processo de concepção, teste e implementação de intervenções de *nudge* é muito mais complicado”⁵⁶.

Neste mesmo sentido, a unidade de *Behavioural Insights Network* dos Países Baixos, publicou em seu relatório de 2018, que os métodos adotados para a elaboração de estudos comportamentais englobam quatro rigorosos passos: desvendar, conceber, experimentar e avaliar/monitorar. O relatório além disso, reforça a importância da realização de experiências de campo como um pilar central da prática comportamental:

“Testar medidas na prática é crucial. Algo pode parecer bom no papel, mas a questão é sempre se realmente funciona na situação relevante. É, portanto, importante medir quais são exatamente os efeitos comportamentais da medida e quais os fatores que influenciam esses efeitos comportamentais”.⁵⁷

Além dos custos inerentes aos procedimentos científicos de elaboração dos *nudges*, outro custo não tão comentado é revelado por Feitsma: os arranjos de políticas públicas, raramente são concebidos de forma linear como os procedimentos das ciências comportamentais, dependendo de diversos fatores de difícil previsão e suscetíveis a intervenientes políticos. Neste sentido, o ciclo empírico que os especialistas comportamentais normalmente empregam na concepção de intervenções não se harmonizam à realidade da elaboração de políticas públicas como parte de um processo político marcado pelo compromisso.⁵⁸

Refletindo essa mesma percepção, o relatório da OCDE de 2017, dispõe que a introdução da ciência comportamental no sistema político existente não reflete o forte racionalismo que está implícito no discurso político comportamental dominante. Seria mais correto descrever essa introdução como um processo ambíguo, negociado e político no qual lógicas institucionais conflitantes se fundem e interagem.

E apesar de os defensores da aplicação dos insights comportamentais em políticas públicas possuem uma perspectiva muito racionalista sobre a concepção de políticas, décadas de estudos políticos demonstraram que o mundo político, na verdade, atribui um papel limitado à ciência. Essa reflexão traz à tona a ideia paradoxal de que, embora a ciência comportamental

⁵⁵ Benartzi, S., J. Beshears, K. L. Milkman, C. R. Sunstein, R. H. Thaler, M. Shankar, W. Tucker-Ray, W. J. Congdon and S. Galing (2017), ‘Should governments invest more in nudging?’, *Psychological Science*, 28: 1041–1055. doi: 10.1177/0956797617702501 P.1

⁵⁶ RIDDER, D., et al (2020). Op. cit., p. 8.

⁵⁷ BIN NL. 2018. “Zeven Behavioural Insights Tools.”. P.44

⁵⁸ FEITSMA, J. N. P. “‘Rationalized incrementalism’. How behavior experts in government negotiate institutional logics’, *Critical Policy Studies*, Vol 14, 156-173, publicado online, dezembro, 2018. P.156.

promova a ideia da racionalidade limitada dos sujeitos políticos, seus defensores do uso no desenho de políticas ainda tendem a assumir a racionalidade ilimitada dos formuladores e nos processos governamentais⁵⁹.

Para ilustrar a discrepância entre os processos científicos comportamentais e de elaboração de políticas públicas, vale observar os resultados demonstrados por Ball e Feitsma em dois estudos etnográficos envolvendo unidades de Behavioural Insights na Austrália e Holanda⁶⁰. As autoras identificaram diversas formas de incorporação da ciência comportamental nos procedimentos de elaboração de políticas existentes, como por exemplo redes informais de grupos de adeptos do *nudge*, grupos de discussão de responsáveis por políticas públicas, existência de especialistas em ciência comportamental, bem como consultores externos e programas de formação para agentes de políticas públicas em princípios básicos do *nudging*.

Por outro lado, o estudo revelou também que apenas aproximadamente metade da equipe das unidades de percepção comportamental possuíam formação em ciências comportamentais. Como resultado, muitas equipes estavam gastando muito tempo discutindo o potencial do *nudging* sem planejar explicitamente sua arquitetura e implementação, com contração de discurso no esclarecimento do conceito de *nudges* de forma rudimentar⁶¹.

Tais descobertas revelam que, apesar do crescente reconhecimento da relevância dos insights comportamentais, permanece a incerteza sobre como o *nudge* deve ser integrado nos procedimentos para a elaboração de políticas públicas. É urgente, portanto, para o sucesso desta ferramenta, o desenvolvimento de formatos efetivos de integração entre os procedimentos científicos de desenho de intervenções comportamentais com os ciclos de concepção de políticas públicas.⁶²

Esta necessidade de formatos de implementação mais sofisticados é ainda mais urgente considerando que as políticas públicas atuais envolvem múltiplos atores. Eventualmente, inclusive, os decisores políticos não são os únicos arquitetos de escolha responsáveis por

⁵⁹ FEITSMA, J. N. P. (2018). Op. cit., p.164.

⁶⁰ BALL, S.; FEITSMA, J.N.P. The Boundaries of Behavioral Insights: Observations from Two Ethnographic Studies. Evidence & Policy, A Journal of Research Debate and Practice, Volume 16(4), 559–577, 2019. P. 561.

⁶¹ BALL, S. et al. Op. cit., p. 559.

⁶² RIDDER, D., et al (2020). Op. cit., p. 9.

estabelecer as condições para a escolha individual, devendo colaborar com organizações públicas, corporações, organizações sem fins lucrativos e comunidades civis⁶³.

Um exemplo da dificuldade da integração dos estudos disponíveis das ciências comportamentais com o desenvolvimento de políticas públicas foi trazido Schebesta et al⁶⁴, onde foi indicado que, apesar da análise comportamental demonstrar as preferências e interesses dos consumidores pela exposição de informações nutricionais na rotulagem de bebidas alcóolicas na União Europeia, por conta do lobby da indústria este tipo de bebida possui isenção deste tipo informação em seus rótulos, ao contrário do exigido em outros segmentos alimentícios.

A partir de todas as observações sobre a implementação de *nudges* nas políticas pública, é possível, concluir, portanto, que este processo é muito mais complexo, e, portanto, custoso, pelo menos do ponto de vista procedimental, do que comumente relatado pelos defensores da arquitetura da escolha como estratégia regulatória.

4. Casos dos Custos Escondidos (“*hidden costs*”)

Outro ponto relevante à discussão, é que o sucesso do *nudge* como estratégia regulatória e política pública é geralmente avaliado pela substancialidade da mudança positiva de comportamento que induz. No entanto, esse tipo de aferição pode acabar ignorando o ponto de vista do bem-estar social efetivamente promovido⁶⁵.

Isso pode ocorrer, pois apesar de os supostos baixos custos de implementação do *nudge* tornarem essa estratégia atrativa para os decisores políticos, esta aparente vantagem comparativa da arquitetura da escolha em relação aos instrumentos tradicionais pode ser ilusória se a avaliação das políticas concorrentes ignorar ou subestimar os custos indiretos da sua utilização. Se fosse este o caso, uma contabilização mais completa destes custos poderia alterar a percepção da atratividade da estratégia.

⁶³ RIDDER, D., et al (2020). Op. cit., p. 9.

⁶⁴ SCHEBESTA, Hanna; PURNHAGEN, Kai. Limits to Behavioural Consumer Law and Policy: The Case of EU Alcohol Labelling. In: MATHIS, Klaus; TOR, Avishalom (ed.). Consumer Law and Economics. Cham: Springer, 2020, p. 283-298. P.295.

⁶⁵ Ver: “What matters is welfare, not effectiveness. A largely ineffective nudge may have positive welfare effects; an effective nudge might turn out to reduce welfare. A strong reason for nudges, as distinguished from more aggressive tools, is that they preserve freedom of choice and thus allow people to go their own way. In many contexts, that is indeed a virtue, and the ineffectiveness of nudges, for some or many, is nothing to lament”. SUSTEIN, Cass R. Nudges That Fail (2017). Op. cit., p.20.

Nos tópicos a seguir, serão analisados dois estudos que revelam custos indiretos (chamados na literatura estrangeira de “custos escondidos”) que precisam ser averiguados e contabilizados quando da avaliação dos benefícios e implementação dos *nudges*, sob pena de uma arquitetura de escolha que reduza o bem-estar de grupos sociais.

Vale frisar que os temas são exemplificativos e há diversos outros estudos acerca de outros custos escondidos na implementação e aferição da promoção de bem-estar dos *nudges* como escolha política ou regulatória.⁶⁶

4.1 Custo de Aborrecimento

Damgaard e Gravert⁶⁷ realizaram estudo acerca do uso de lembretes (“*reminders*”) que se propõe a investigar os efeitos cumulativos dos *nudges* sobre o bem-estar social, cujos resultados revelam que as consequências da aplicação da arquitetura da escolha podem ser menos inofensivas do que usualmente se supõe.

Segundo as autoras, os lembretes são projetados para, através da indução comportamental, reduzir o esquecimento da tomada de decisões específicas. Esse mecanismo tem sido comumente utilizado para influenciar comportamentos como prática de exercícios físicos, aplicação em finanças, utilização de benefícios sociais, doações a organizações de caridade etc. O desenvolvimento tecnológico e os baixos custos de implementação de lembretes, apontam para a tendência de que sua utilização se tornará cada vez mais usual, fator que torna relevante explorar potenciais custos indiretos (“custos escondidos”), da utilização deste tipo de *nudge*⁶⁸.

No estudo em referência, foi examinado o efeito do lembrete agregado ao contexto das doações de caridade. O método utilizado identifica os custos escondidos a partir de uma medida de preferência revelada: cancelar a assinatura do boletim informativo da instituição e caridade. Neste sentido, parte-se da premissa que os indivíduos que cancelam a assinatura após o recebimento de lembretes ao invés de doar, incorrem em um custo de aborrecimento (custos

⁶⁶ Para custos escondidos ver também: GHESLAA, C.; GRIEDERB, M.; SCHUBERTB, R. Nudging the Poor and the Rich – A Field Study on the Distributional Effects of Green Electricity Defaults. *Energy Economics*, Volume 86, 2020, Artigo 104616; e HAGMANN, D., HO, E. H. & LOEWENSTEIN, G. Nudging Out Support for a Carbon Tax. *Nature Climate Change*, vol. 9, 2019. 484–489.

⁶⁷ DAMGAARDA, Mette Trier. GRAVERTD, Christina. The hidden costs of nudging: Experimental evidence from reminders in fundraising. *Journal of Public Economics* 157, 15-26, 2018.

⁶⁸ DAMGAARDA, M. T. et al. Op. cit., p.15.

psicológicos, como culpa e pressão percebidas ou custos práticos, como tempo e atenção) sempre que a instituição de caridade envia um apelo de arrecadação de fundos⁶⁹.

O estudo chegou à conclusão preliminar de que de fato os lembretes aumentaram a taxa de doações em 66%, mas em contrapartida também elevaram a taxa de cancelamento da assinatura do *mailing* em 76%. Os resultados, portanto, sugerem que, ao não se contabilizar os custos escondidos do *nudge*, o efeito no bem-estar seria superestimado em cerca de 10%. Além disso, a aplicação do *nudge* em referência ignora que o efeito positivo no bem-estar dos indivíduos que são incentivadas a doar ocorre em detrimento de uma perda de bem-estar para a grande maioria dos indivíduos que são incentivados, mas que preferem não doar (76%).⁷⁰

Adicionalmente, vale mencionar que a instituição de caridade tem um efeito positivo imediato na implementação do *nudge* concretizado no aumento do caixa de doação. Por outro lado, há um custo a longo prazo de perda de futuras doações. Outros efeitos negativos poderão surgir da dessensibilização aos lembretes se os potenciais doadores ficarem menos atentos ao conteúdo das mensagens e lembretes quando receberem mais mensagens⁷¹.

A conclusão do artigo é no sentido de que a literatura sobre a implementação da arquitetura da escolha necessita de avaliações mais críticas acerca desta estratégia para abranger nos cálculos de bem-estar promovido todas as partes por ele afetadas. Outro apontamento importante, principalmente para este trabalho é que “uma solução melhor do que um lembrete padrão poderia ser permitir que os indivíduos ajustassem a frequência do boletim informativo⁷²”, ou seja, que o *nudge* fosse calibrado levando em conta as preferências dos indivíduos.

4.2 Custos de Oportunidade

Um olhar mais atento revela que os *nudges* – tal como outras políticas que modificam o comportamento individual – implicam custos de oportunidade generalizados, muitas vezes substanciais, devido a alteração de comportamento promovida no indivíduo.

Segundo Avishalom Tor⁷³, os *nudges* implicam custos de oportunidade mesmo quando melhoram o bem-estar dos indivíduos cujo comportamento modificam, podendo gerar custos

⁶⁹ DAMGAARDA, M. T. et al. Op. cit., p.16.

⁷⁰ DAMGAARDA, M. T. et al. Op. cit., p.19.

⁷¹ DAMGAARDA, M. T. et al. Op. cit., p.24

⁷² DAMGAARDA, M. T. et al. Op. cit., p.25.

⁷³ AVISHALOM, Tor. The Target Opportunity Costs of Successful Nudges. In: MATHIS, Klaus; TOR, Avishalom (ed.). Consumer Law and Economics. Springer, 2020, p. 3-18. P.3.

ainda maiores quando encorajam as pessoas a mudar a sua conduta em do seu bem-estar detrimento pessoal, ao contrário do ideal promovido por Thaler e Sustein.

Segundo Tor, os benefícios porventura perdidos com a manutenção dos comportamentos originais que foram alterados por um *nudge* são uma fonte inevitável e generalizada de custos de oportunidade. Um exemplo dado pelo pesquisador é o de um programa de previdência que oferece aos indivíduos com rendimentos baixos e médios um patrocínio patronal anual de até mil dólares de contribuição. Na suposição, o programa aumentou com sucesso as poupanças dos seus alvos em 500 dólares anuais, o que equivale a um aumento de 20% em relação à sua taxa de contribuição de base pré-intervenção. Este aumento nas poupanças pode ser impressionante, mas está inevitavelmente associado a custos de oportunidade - os benefícios de envidar o dinheiro investido no momento presente. O fato desta política se direcionar para indivíduos com baixa renda pode implicar em grandes sacrifícios presentes em nome do futuro, o que pode nem mesmo vir a valer a pena. Portanto, mesmo o programa sendo eficiente por oferecer benefícios líquidos, provavelmente envolve custos de oportunidade substanciais⁷⁴.

Neste mesmo sentido da necessidade da contabilização dos custos de oportunidade, uma revisão de 72 estudos empíricos sobre incentivos ao comportamento pró-ambiental revelou que apenas alguns destes estudos revisados abordaram os custos indiretos das intervenções testadas⁷⁵. Em outra pesquisa semelhante, tendo como escopo a implementação de *nudges* para estimular conservação de energia, chegou-se à conclusão de que, partindo da premissa dos custos zero, apenas alguns governos procuraram avaliar os custos destas políticas antes de sua implementação⁷⁶.

5. Discussão Sobre *Nudgeability* e Custos de Implementação:

Em artigo publicado por Benartzi et al em 2017,⁷⁷ foi suscitada a necessidade da aferição de eficiência de um *nudge* em relação aos seus custos de implementação para visualizar o sucesso deste tipo de estratégia regulatória em relação às demais. Neste estudo, os autores verificaram os resultados do *nudge* em relação à outras estratégias regulatórias para o incentivo

⁷⁴ AVISHALOM, Tor. The Target Opportunity Costs of Successful Nudges. In: MATHIS, Klaus; TOR, Avishalom (ed.). Consumer Law and Economics. Springer, 2020, p. 3-18. P.10.

⁷⁵ Byerly, H., A. Balmford, P. J. Ferraro, C. H. Wagner, E. Palchak, S. Polasky, T. H. Ricketts, A. J. Schwartz, and B. Fisher (2018), 'Nudging pro- environmental behavior: evidence and opportunities', *Frontiers in Ecology and the Environment*, 16(3): 159–68. P.159.

⁷⁶ Andor, M. A. and K. M. Fels (2018), 'Behavioral Economics and Energy Conservation - A Systematic Review of Non-price Interventions and Their Causal Effects', *Ecological Economics* 148: 178–210.

⁷⁷ Benartzi S, Beshears J, Milkman KL, Sunstein CR, Thaler RH, Shankar M, Tucker-Ray W, Congdon WJ, Galing S (2017) Should governments invest more in nudging? *Psychol Sci* 28 (8):1041–1055

do aumento de investimento em aposentadorias, programas de vacinação, inscrição em faculdades e consumo de energia sustentável. O resultado foi que o *nudge* teve mais sucesso do que outras modalidades de intervenção tomando como critério a relação de seu custo de implementação e promoção de bem-estar social aferido.

Inicialmente, vale ressaltar que este foi um dos poucos artigos localizados com uma conclusão que aponte para este sentido e que a análise se dá a partir de apenas 18 estudos, um parâmetro insipiente para generalização de resultados.

Contudo, ainda que os resultados de Benartzi et al terem sido superados por outros estudos, vale ressaltar que as suas conclusões parecem não levar em consideração alguns pontos importantes já suscitados neste trabalho. O primeiro deles é postulado por Goldin sobre a maior facilidade da arquitetura da escolha quando o comportamento promovido envolve externalidades substanciais para os membros da sociedade. Por exemplo, o *nudge* é frequentemente defendido no contexto da doação de órgãos, onde as fortes externalidades positivas associadas à existência de doadores de órgãos adicionais fornecem fundamentos para a implementação de cláusula padrão de doação⁷⁸. Neste caso, independente de uma profunda pesquisa relacionada às preferências, é possível saber que a grande maioria dos indivíduos é a favor, indiferente ou indeciso sobre o tema, o que revela uma forte presença de fatores de eficácia da medida (“*nudgeability*”) e seu provável sucesso.

O estudo de Mertens et al revela exatamente que o volume de pesquisa relacionada aos benefícios dos *nudges* é expressivamente relacionada a temas cuja maximização de bem-estar é relativamente inequívoca⁷⁹ (doação de órgãos, defesa aos animais, medidas contra trabalho escravo, questões pro-ambientais) e cenários como estes representam a exceção e não a norma. Fora do contexto de preferências mais facilmente identificáveis, por exemplo no estudo acerca do *nudge* na venda do pão integral, qual seria o produto um produto saudável que estaria mais de acordo com as preferências do consumidor? Na ausência de conhecimento da preferência dos indivíduos, os arquitetos da escolha geralmente não terão fundamentos para orientar a direção para a maximização do seu bem-estar.

O segundo ponto que merece atenção é que o estudo conduzido não verificou os custos escondidos inerentes a esta estratégia e que afetam a medição do bem-estar promovido, como

⁷⁸ GOLDIN, J. Op. cit., p.6.

⁷⁹ O que, contudo, conforme já visto não exclui por si só a necessidade da análise dos custos indiretos envolvidos para um melhor direcionamento/escolha do *nudge* quando os ganhos efetivamente aferidos não compensarem os “*hidden costs*”.

por exemplo o aborrecimento com o recebimento de e-mails e a saída dos canais de informação, custos distribucionais e outros custos escondidos verificados em outros estudos científicos. Ou seja, apesar de Benartzi et al argumentam que os *nudges* são intervenções mais baratas do que as tradicionais (principalmente aquelas baseadas em incentivos financeiros e proibições), todas as comparações feitas baseiam-se exclusivamente nos custos de implementação do governo, ignorando os custos arcados pelos indivíduos ao terem suas escolhas induzidas.

Por fim, a aferição de efetividade medida em relação ao custo da ferramenta, sobretudo no contexto das condições levantadas, revela uma tendência a se enxugar custos da elaboração de *nudges*, gerando ferramentas com baixa eficácia e com comprovados efeitos adversos inesperados.⁸⁰

Pode-se concluir, portanto, que é imprescindível a utilização de um método científico robusto para orientar a arquitetura da escolha (o que naturalmente implica em custos de pesquisa, análise, etapas de qualidade, contratação de pessoas, alinhamentos políticos etc.), notadamente na sua aplicação para resolução de questões sociais complexas. Sem este norteador, os decisores estão abandonados à própria sorte para orientar a arquitetura de escolha de uma forma *ad hoc* ou com base nas suas próprias intuições sobre o que os indivíduos preferem. Nenhuma dessas opções parece promissora visto que uma arquitetura de escolha mal projetada resulta em estímulos de baixa eficácia e que podem piorar a vida dos indivíduos.⁸¹

6. Conclusão:

O presente artigo não tem como empreitada definir os custos de implementação de estratégias regulatórias diversas e tampouco afirmar que a políticas públicas baseadas em *nudges* não são boas, mas tão somente chamar atenção para o fato de que, como qualquer outra intervenção estatal, existe a necessidade de uma análise cautelosa de custos e benefícios para sua adoção.

⁸⁰ Segundo Sustain e Thaler “Neste modelo, os importantes agentes públicos não se envolveriam em novas pesquisas ou, pelo menos, não em grande parte delas. Eles se baseariam no que já é conhecido. Em um sentido importante, essa abordagem é a mais simples, porque não requer novos órgãos ou entidades ou significativo financiamento adicional, mas apenas a atenção para as questões relevantes e um foco sobre as corretas nomeações. Nos Estados Unidos, esse tipo de abordagem tem se mostrado altamente bem-sucedido, com a adoção de numerosos *nudges*”. SUSTEIN, Cass. (2017) Op. cit., p.1034. O problema deste modelo, entretanto, é que aferir preferências baseando-se nas escolhas que os indivíduos realizam já influenciados por um *nudge* não revela suas reais preferências, não excluindo-se a necessidade de estudos individualizados para a elaboração e implementação de novos “empurrões”. Essa falsa premissa demonstra também o porquê dos supostos baixos custos alegados, bem como a baixa eficácia dos *nudges*.

⁸¹ GOLDIN, J. Op. cit., p.8.

Apesar de grande parte da doutrina pátria orientar as suas críticas em relação à adoção de *nudges* no sentido do paternalismo e de uma baixa transparência do seu uso, recentes pesquisas internacionais vêm chamando atenção para outros pontos críticos da utilização desta estratégia regulatória como sua baixa eficácia e seus custos de implementação de forma direta e indireta.

É preciso abrir os olhos para o fato de que aumentar a compreensão de como as preferências dos indivíduos influenciam a eficácia dos *nudges* permite melhores intervenções a partir de seu direcionamento a grupos-alvo. Desconsiderar as condições-limite para implementação do *nudge* (a “*nudgeability*”), importa minimamente em uma intervenção de baixa eficácia e desperdício de esforços públicos e privados.

Por exemplo, embora o reposicionamento de lanches saudáveis possa funcionar para estimular escolhas saudáveis na estação ferroviária, porque a preferência dos indivíduos é meramente se alimentar (fome), uma intervenção semelhante pode não ser eficaz numa sala de cinema se as pessoas tiverem preferências mais fortes por alimentos não saudáveis por convenção social.

Muito embora seja assustador, o problema da identificação de preferências comportamentais não exige o abandono do objetivo da arquitetura de escolha para orientar os indivíduos a aumentar seu bem-estar social. Contudo, não há fórmula mágica, a utilização desta estratégia regulatória requer estudos comportamentais e políticas públicas baseadas em evidências científicas, abandonado o preceito da racionalidade ilimitada do arquiteto da escolha.

Adicionalmente, até mesmo Sustain, dez anos após o lançamento do livro *Nudge*, admite que os efeitos desta estratégia podem ser pouco efetivos, contraprodutivos e até mesmo contrários ao esperado pelo arquiteto da escolha. Apesar do autor seguir esta análise frisando que a eficácia do *nudge* é menos importante do que a promoção do bem-estar social, é evidente a necessidade de um profundo estudo precedente à implementação da estratégia, ainda mais quando já evidenciado os custos indiretos.⁸²

Da análise, é possível inferir que os ideólogos do *nudge* falham na demonstração de que este tipo de estratégia regulatória seja “simples e barata” e as evidências ao longo do tempo demonstraram que a arquitetura da escolha não está imune à condições-limite tanto de eficácia

⁸² SUSTEIN, Cass R. *Nudges That Fail* (2017). Op. cit., p.3.

quanto de baixo custo de implementação notadamente para orientação de questões sociais mais complexas.

Podemos concluir, portanto, que o *nudge* não é o trunfo da regulação, mas sim uma estratégia regulatória como qualquer outra, com *trade offs* e limitações que precisam ser analisadas anteriormente a sua implementação.

7. Bibliografia:

ANDOR, M. A.; FELS, K. M. Fels. ‘Behavioral Economics and Energy Conservation - A Systematic Review of Non-price Interventions and Their Causal Effects’, *Ecological Economics* 148: 178–210. 2018.

AVISHALOM, Tor. The Target Opportunity Costs of Successful Nudges. In: MATHIS, Klaus; TOR, Avishalom (ed.). *Consumer Law and Economics*. Springer, 2020, p. 3-18.

BALDWIN, Robert; CAVE, Martin; LODGE, Martin. Introduction & Fundamentals. In: *Understanding Regulation. Theory, Strategy, and Practice*. 2a ed. Oxford: Oxford University Press, 2012.

BALL, S.; FEITSMA, J.N.P. The Boundaries of Behavioral Insights: Observations From Two Ethnographic Studies. *Evidence & Policy, A Journal of Research Debate and Practice*, Volume 16(4), 559–577, 2019. Disponível em: <https://doi.org/dx.doi.org/10.1332/174426419X15643724702722>

BECKER, Gary S. *The Economic Approach to Human Behavior*. University of Chicago Press; Chicago, 1976.

BYERLY, H.; BALMFORD, A.; FERRARO, P. J., WAGNER, C. H. ‘Nudging pro-environmental behavior: evidence and opportunities’, *Frontiers in Ecology and the Environment*, 16(3): 159–68. 2018.

BRONCHETTI, E. T; DEE, T. S.; HUFMAN, D. B.; MAGENHEIM, E. When a nudge isn’t enough: Defaults and saving among low-income tax filers. *National Tax Journal*, 66, 609–634. 2013. Disponível em: https://doi.org/dx.doi.org/10.17310/ntj.2013.3.04_P.1

DAMGAARDA, Mette Trier; GRAVERTD, Christina. The hidden costs of nudging: Experimental evidence from reminders in fundraising. *Journal of Public Economics* 157 (2018) 15–26.

DWORKIN, G. Paternalism: Some second thoughts. In: SARTORIUS, R. (Ed.). *Paternalism*. Minneapolis: University Of Minnesota Press, 1983. 105-112.

EGEBARK, J.; EKSTRÖM, M. Can indifference make the world greener? *J. Environ. Econ. Manag.* 76, 1–13, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jeem.2015.11.004>.

FEITSMA, J. N. P. ‘Rationalized incrementalism’. How behavior experts in government negotiate institutional logics’, *Critical Policy Studies*, Vol 14, 156-173, publicado online, dezembro, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/19460171.2018.1557067>.

FELLNER, G.; SAUSGRUBER, R.; TRAXLER, C. Testing Enforcement Strategies in the Field: Appeal, Moral Information, Social Information. *J. Eur. Econ. Assoc.* 11 (3), 2013, 634–660.

GHESLAA, C.; GRIEDERB, M.; SCHUBERTB, R. Nudging the Poor and the Rich – A Field Study on the Distributional Effects of Green Electricity Defaults. *Energy Economics*, Volume 86, 2020, Artigo 104616. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2019.104616>.

GOLDIN, Jacob. Which way to nudge? Uncovering preferences in the behavioral age. *The Yale Law Journal*, 125, 226–270. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.2139/ssrn.2570930>.

HAGMANN, D., HO, E. H. & LOEWENSTEIN, G. Nudging Out Support for a Carbon Tax. *Nature Climate Change*, vol. 9, 2019. 484–489. Disponível em: <https://doi.org/10.1038/s41558-019-0474-0>.

HUMMEL, D.; MAEDCHE, A. ‘How effective is nudging? A quantitative review on the effect sizes and limits of empirical nudging studies’, *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 80: 47–58. 2019. Disponível em: DOI: 10.1016/j.socec.2019.03.005

LOEWENSTEIN, G.; BRYCE, C.; HAGMANN, D.; RAJPAL, S. Warning: You are about to be nudged. *Behavioral Science & Policy*, 1, 35–42. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1353/bsp.2015.0000>

MERTENS, S.; HERBERZ, M.; HAHNEL, U. J. J.; BROSCH, T. The Effectiveness of Nudging: A Meta-Analysis of Choice Architecture Interventions Across Behavioral Domains. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 119, No. 1. January 5, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1073/pnas.2107346118>

MOMSEN, K.; STOERK, T. From intention to action: Can nudges help consumers to choose renewable energy? *Energy Policy*, 74 (2014), pp. 376-382. Disponível em: 10.1016/j.enpol.2014.07.008

OECD. Behavioral Insights and Public Policy. Lessons from Around the World, OECD Publishing, Paris. 2017.

OECD. Tackling Environmental Problems With The Help of Behavioural Insights, OECD Publishing, Paris, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264273887-en>.

OECD. Behavioural Insights for Public Integrity: Harnessing the Human Factor to Counter Corruption, OECD Public Governance Reviews, OECD Publishing, Paris. 2018.

PORTO, Antonio Maristrello. Princípios de análise do direito e da economia. In: PINHEIRO, Armando Castellar; PORTO, Antonio Maristrello; SAMPAIO, Patrícia R. Pinheiro. Direito e Economia: diálogos. Rio de Janeiro: FGV, 2019. P- 25-51.

RIDDER, D., FEITSMA, D.; VAN DEN HOVEN, J.; KROESE, M.; SCHILLEMANS, F.; VERWEIJ, M.; VENEMA, T.; VUGTS, A.; VET, E. D. Simple nudges that are not so easy. Behavioural Public Policy, Cambridge University Press: Cambridge, 2020. 1-19.

RIDDER, D.; KROESE, F.; VAN GESTEL, L. Nudgeability: Mapping Conditions of Susceptibility to Nudge Influence. Perspectives on Psychological Science, 17(2), 2022. 346-359. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1745691621995183>

SCHÄFER, Hans-Bernd. OTT, Claus. “The economic analysis of civil law”. Edward Elgar Publishing Inc: Massachusetts, 2022. <http://dx.doi.org/10.4337/9780857935076>

SCHEBESTA, Hanna; PURNHAGEN, Kai. Limits to Behavioural Consumer Law and Policy: The Case of EU Alcohol Labelling. In: MATHIS, Klaus; TOR, Avishalom (ed.). *Consumer Law and Economics*. Cham: Springer, 2020, p. 283-298.

SMITH, Adam. A Riqueza das Nações - Investigação Sobre sua Natureza e suas Causas. São Paulo: Abril Cultural, 1983. Volume I.

SUNSTEIN, Cass R., Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations (January 17, 2015). Yale Journal on Regulation, Forthcoming. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2551264>

SUSTEIN, Cass R. Why Nudge?: The Politics of Libertarian Paternalism. Yale University Press, 2014.

SUSTEIN, Cass. Nudging: A Very Short Guide. Journal of Institutional Studies, Vol.3, 2, 2017, 1023-1034.

SUSTEIN, Cass R. Nudges that fail. Behavioural Public Policy, Volume 1, Issue 1, May 2017, 4-25. Published online by Cambridge University Press. Disponível em: DOI: <https://doi.org/10.1017/bpp.2016.3>

THE UNITED NATIONS ORGANIZATION, Behavioural Insights at the United Nations: Achieving Agenda 2030. Disponível em: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/>

THALER, Richard, H.; SUSTEIN, Cass R. Libertarian Paternalism. American Economic Review, 93, 2003, (2): 175-179. Disponível em: DOI: 10.1257/000282803321947001

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. Michigan: Caravan. 2008.

VENEMA, A. G.; KROESE, F. M.; BENJAMINS, J. S.; RIDDER, D. T. D. When in doubt, follow the crowd? Responsiveness to social proof nudges in the absence of clear preferences. *Frontiers in Psychology*, 11, Article 1385, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01385>

WEISMAN, Jonathan; BRAVIN, Jess (January 8, 2009). "Obama's Regulatory Czar Likely to Set a New Tone". *The Wall Street Journal*. Retrieved July 27, 2012. Disponível em <https://www.wsj.com/articles/SB123138051682263203>

WEE, S.-C., CHOONG, W.-W., LOW, S.-T. Can “Nudging” Play a Role to Promote Pro-Environmental Behaviour? *Environmental Challenges*, Volume 5, dezembro de 2021, Article 10036. Disponível em: 10.1016/j.envc.2021.100364

WORLD BANK (2015), *Mind, Society and Behavior*, Washington: World Bank Group.

WIJK, R.A.; MAASKANT, A.J.; POLET, I.A.; HOLTHUYSEN, N.T., VAN-KLEEF, E.; VINGERHOEDS, M.H. An In-Store Experiment on the Effect of Accessibility on Sales of Wholegrain and White Bread in Supermarkets. *PLoS One*. 2016 Mar 24;11(3). Disponível em: 10.1371/journal.pone.0151915.