Organização Comitê Científico
Double Blind Review pelo SEER/OJS
Recebido em: 15.02.2025
Aprovado em: 16.02.2025

Revista Brasileira de Filosofia do Direito

Menos N*udge*, Mais Educação: Uma Proposta à Luz da Racionalidade Ecológica.

Less Nudge, More Education: A Proposal Under the Ecological Rationality Perspective.

Leticia Wienskoski[1]

Maíra Almeida[2]

Resumo: O presente artigo tem como objetivo questionar a aplicação irrestrita dos *nudges* como estratégia regulatória, e testar a hipótese de que a educação da população no sentido da tomada de decisões compatíveis com o seu bem-estar social seria uma alternativa, à luz da teoria da racionalidade ecológica, para transformação de comportamentos socialmente indesejáveis em relação à utilização massificada da arquitetura da escolha. Tal apontamento se reveste de importância, sobretudo porque (i) os indivíduos estão inseridos em contextos socioeconômicos e até mesmo culturais influenciados pelas grandes indústrias de consumo, principalmente nos setores críticos como saúde e consumo; (ii) a implementação de *nudges* eficazes não é tão "simples" quando pregado por seus defensores e envolve diversas etapas, sobretudo de integração dos procedimentos científicos com os de elaboração de políticas públicas; (iii) os próprios formuladores de políticas públicas não possuem racionalidade ilimitada; e (iv) a utilização dos *nudges* pela Administração gera custos sociais.

Palavras-Chave: *Nudge*; Estratégias Regulatórias; Educação; Racionalidade Ecológica; Economia Comportamental; Novos Direitos.

Abstract: This paper aims to question the unrestricted application of *nudges* as a regulatory strategy and test the hypothesis that educating the population towards making decisions compatible with their social well-being would be an alternative, considering the theory of rationality ecological, to transform socially undesirable behaviors in relation to the mass use of choice architecture. This note is important, especially because (i) individuals are inserted in socioeconomic and even cultural contexts influenced by large consumer industries, mainly in critical sectors such as health and consumption; (ii) the implementation of effective *nudges* is not as "simple" as preached by its defenders and involves several steps, especially the integration of scientific procedures with those for developing public policies; (iii) public policy makers themselves do not have unlimited rationality; and (iv) the use of *nudges* by the Administration generates social costs.

[1] Doutoranda e mestre em Direito da Regulação na FGV, pós-graduada em Direito Empresarial pela PUC Rio e Bacharel em Direito pela UFRJ. Pesquisadora visitante pela Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. Advogada. leticiawkk@gmail.com

[2] Doutora e Mestra em Direito pela UFRJ. Visiting Researcher pela Harvard Law School, com auxílio da Comissão Fulbright. Professora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Direito da Universidade Estácio de Sá – UNESA, contemplada com bolsa produtividade em pesquisa. almeida.maira.1@gmail.com

Keywords: Nudge; Regulatory Strategies; Education; Ecological Rationality; Behavioral Economics; New Rights.

Introdução

A economia comportamental, ao contrário da economia clássica, é aderente ao conceito de que os indivíduos têm limitações cognitivas, isto é, não conseguem processar racionalmente as informações, e por isso fazem escolhas sistematicamente com base em "atalhos mentais" autoproduzidos para otimização desta tomada de decisões. A partir desta premissa, os economistas comportamentais passaram a pesquisar e analisar os hábitos dos indivíduos visando prever como eles agiriam em situações diversas. Com base nos nesses resultados, buscaram criar mecanismos que fossem capazes de orientar a ação dos indivíduos para uma conduta socialmente desejável (Schäfer, 2022, p.4).

Neste contexto, apoiado nas descobertas da economia comportamental, o conceito de *nudge* foi criado em 2008 por Richard Thaler e Cass Sunstein e definido como "qualquer gênero de arquitetura de escolha que altere o comportamento individual de forma previsível, sem proibir quaisquer opções ou alterar significativamente os seus incentivos econômicos" (Thaler e Sunstein, 2008, p.6).

A estratégia em referência foi adotada por diversos governos e grandes instituições internacionais como o Banco Mundial (World Bank, 2015), a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD, 2017) e a Organização das Nações Unidas (The United Nations Organization, 2022). Tal magnitude de aderência, se deu, segundo seus ideólogos, sobretudo, por esta ser uma estratégia regulatória que (i) impõe baixos ou nenhum custo; (ii) proporciona resultados rápidos; (iii) mantém a liberdade individual; (iv) é altamente eficaz (Sunstein, 2017, pp.1033-1034).

Mas porque os governos preferem adotar uma abordagem de induzir comportamentos com base nos estudos da economia comportamental ao invés de com esses mesmos dados educar a população?

A justificativa de preconizar a intervenção através da arquitetura da escolha em detrimento da educação, se apoia no fato de que os "erros de raciocínio" ou "vieses" são decorrentes de questões biológicas relacionadas ao seu sistema neural humano ("Sistema 1"), que é dependente do uso de heurísticas e intuição para a tomada de decisão em vez de estatística e lógica. Aliado ao discurso do determinismo biológico, haveriam estudos que comprovariam a dificuldade dos indivíduos de desaprender certos atalhos mentais e interromper a ocorrência destes erros de raciocínio (Kahneman e Tversky, 1974, pp. 1125).

Além disso, os adeptos desta abordagem encaram os *nudges* como intervenções "velozes e furiosas" (Haynes, Goldacre e Torgerson, 2012). Em outras palavras, que a ciência comportamental teria o poder de alterar políticas pública preexistentes deixando-as mais eficazes a partir de esforços e gastos ínfimos (Sunstein, 2017, p. 1028), tendo este tipo de abordagem uma relação de ótima custo e benefício.

No entanto, na realidade, o processo de concepção, teste, implementação e sua integração com os processos de criação de políticas públicas de intervenções deste gênero pode

ser muito mais complicada do que se aparenta (Ridder, 2020, p.8) e ignorar esses procedimentos pode gerar custos sociais (Wienskoski, 2024).

Aliado a estes fatores, o entendimento de determinadas escolhas como racionais ou irracionais, tem como modelo o ideal neoclássico econômico da tomada de decisões ótimas baseadas na maximização de utilidade, ignorando as circunstâncias socioculturais em que os indivíduos estão inseridos. Este aspecto além de demonstrar a recondução à utilização de modelos econômicos pouco condizentes com a realidade, revela uma grande contradição desta abordagem: presume-se que o agente público responsável pela intervenção deteria o conhecimento e racionalidade para orientação das escolhas sociais, muito embora tenha a mesma estrutura cognitiva do indivíduo comum.

Neste sentido, o presente trabalho tem como objetivo questionar a aplicação irrestrita dos *nudges* como estratégia regulatória e testar a hipótese de que a educação da população no sentido da tomada de decisões compatíveis com o seu bem-estar social seria uma alternativa para transformação de comportamentos socialmente indesejáveis em relação à utilização massificada da arquitetura da escolha, à luz da teoria da racionalidade ecológica. Tal apontamento se reveste de importância, sobretudo porque (i) os indivíduos estão inseridos em contextos socioeconômicos e até mesmo culturais influenciados pelas grandes indústrias, principalmente em setores críticos como e-commerce e saúde; (ii) os próprios formuladores de políticas públicas não possuem racionalidade ilimitada; e (iii) a utilização dos *nudges* pela Administração gera custos sociais.

Para tanto, a exposição será dividida em quatro sessões seguidas a esta introdução. A primeira delas terá como objetivo analisar as premissas e processos de implementação dos *nudges* e como ignorar tais procedimentos pode criar regulações que gerem custos sociais; a segunda visa trazer à tona como o setor privado também utiliza *nudges* para arquitetar o comportamento social e seus malefícios; a terceira sessão, irá analisar o discurso paternalista e como o uso da ciência comportamental pode revelar um retorno aos ideais da economia neoclássica; e a quarta e última sessão demonstra a importância da educação da população em detrimento ao uso massificado de *nudges*, à luz dos postulados da teoria do raciocínio ecológico.

1. Premissas e Processos de Implementação dos *Nudges*

O *homo sapiens*, diferente do *homo economicus* (modelo do homem econômico neoclássico), não possui racionalidade ilimitada, capacidade irrestrita de processar informações e nem meios ou força de vontade para agir sempre de forma a maximizar sua utilidade. De posse dessas informações, o economista Herbert Simon passou a investigar como os seres humanos tomam decisões quando não se deparam com as condições ideais de tomada de decisão.

A partir dessas investigações, em 1955, Simon desenvolveu o conceito de "racionalidade limitada", propondo que os indivíduos utilizam atalhos mentais de forma sistemática e previsível para otimizar o processo decisório como alternativa a uma busca exaustiva por informações e assimilações a cada escolha (Simon, 1955, p.118).

Visando mapear as situações em que os indivíduos recorrem a estes atalhos mentais chamados de "heurísticas", Simon dividiu a racionalidade em três reinos: o da certeza, o do risco e o da incerteza. O primeiro deles trata das situações em que todas as opções e consequências são conhecidas; no segundo deles, o do risco, remete às situações em que todas

as opções são conhecidas e é possível ao homem estimar a probabilidade da ocorrência das consequências de suas ações; no terceiro reino, o da incerteza, refere-se às oportunidades em que as opções não são integralmente conhecidas e tão pouco as consequências da tomada de decisão.

A conclusão do estudo de Simon apontou que os indivíduos só recorrem às heurísticas quando não possuem elementos necessários para a tomada de decisão (reino da incerteza). Em outras palavras, quando os indivíduos têm certeza acerca das opções e consequências da sua tomada de decisão ou pelo menos conseguem fazer uma análise de risco de opções disponíveis, *os atalhos mentais não são utilizados* (Neth, Gigerenzer, p.8).

Com base nesses dados da economia comportamental e partindo da premissa de que os *nudges* são mecanismos implementados para arquitetar a decisão dos indivíduos em situações que geralmente as heurísticas seriam utilizadas, é possível afirmar que da mesma forma que esses atalhos mentais só ganham espaço no "reino da incerteza", o mesmo se ocorre na arquitetura da escolha.

Isto é, os indivíduos, de um modo geral, só poderiam ser induzidos de forma não coercitiva a mudar seus comportamentos caso estejam em dúvida de como agir, o que importa dizer que a indução de escolha será eficaz apenas quando o indivíduo não possui preferências pré-existentes ou não possuir elementos que lhe confiram certeza de que decisões tomar.

Muito embora essas constatações sejam de grande importância na dinâmica da implementação dos *nudges*, costuma ser um ponto que fica em segundo plano na obra da Thaler e Sunstein. Os autores ao frisarem o quão simples é a implementação dessa estratégia não enfatizam que a eficácia dela depende diretamente da utilização da ciência comportamental e de rigorosos estudos das preferências do público-alvo ao qual se destinam.

Em sentido contrário a afirmativa de Sunstein de que "felizmente, muitos experimentos de *nudging* podem ser executados rapidamente, a baixo custo e de forma que permita sua contínua mensuração e melhoria" (Sunstein, 2017, pp.1027-1028), a unidade de *Behavioural Insights Netwerk* 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 monitorar. Segundo o relatório, "testar medidas na prática é crucial, (...) é importante medir quais são exatamente os efeitos comportamentais da medida e quais os fatores que influenciam esses efeitos comportamentais" (BIN NL, 2018, p.144).

Outro custo que geralmente fica de fora das discussões acerca da implementação de *nudges* é que procedimentos para elaboração de políticas públicas, de modo geral, não são lineares como os das ciências comportamentais, intrinsecamente ligados a fatores de baixa previsibilidade e suscetíveis a intervenientes de cunho político. Por este e outros motivos, o ciclo empírico científico de elaboração deste gênero de intervenções dificilmente se integram à construção de políticas públicas como parte de um processo marcado pelo compromisso (Feitsma, 2018, p.156).

Neste mesmo sentido, o relatório da OCDE de 2017, revela que a introdução da ciência comportamental no sistema político atual não reflete o forte racionalismo que está implícito no discurso comportamental dos formuladores de políticas públicas. Segundo tal relatório, esta

integração é realizada através de "um processo ambíguo, negociado e político no qual lógicas institucionais conflitantes se fundem e interagem" (OECD, 2017).

Em complemento, décadas de estudos demonstraram que o mundo político, atribui um papel limitado à ciência na elaboração de políticas públicas (Feitsma, 2018, p.164). Corroborando este posicionamento, Schebesta e Purnhagen, em estudo publicado em 2020, ilustram a dificuldade de integrar as descobertas da ciência comportamental e a elaboração de políticas pública: na União Europeia, por conta do lobby da indústria de bebidas alcoólicas, apesar de demonstrada a preferência e interesse dos consumidores pela exposição de informações nutricionais na rotulagem de bebidas alcóolicas, este tipo de produto possui isenção regulatória da necessidade deste gênero de informação, ao contrário do exigido em outros segmentos alimentícios (Schebesta e Purnhagen, 2020, p. 295).

Este resultado demonstra que além de estar munido de estudos científicos, o arquiteto da escolha precisa ter capacidade de assimilar estas evidências científicas, não praticar a tomada de decisão defensiva (isto, é, no caso de políticos, em relação às suas candidaturas, por exemplo) e não ter nenhum conflito de interesses com a matéria. A utilização de *nudges* pode revelar, portanto, um grande paradoxo: a premissa de que o indivíduo comum é irracional e a crença de que o formulador de políticas públicas deteria elementos bastantes para determinar o que é melhor para a sociedade, muito embora ambas as figuras detenham as mesmas características cognitivas.

Desta forma, pelo atrito de integração e necessidade de investimentos em processos profundos de estudo, teste e implementação, a elaboração de políticas públicas a partir de evidências científicas, é possível concluir, 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.

Importante frisar que ignorar os procedimentos científicos de pesquisa e análise social, pode gerar resultados como uma promoção de mudanças de comportamento de baixa a média eficácia, conforme observado por Mertens et al (Mertens, Herberz, Hahnel, Brosch, 2021). No mesmo sentido a pesquisa de 2019 conduzida por Hummel e Maedche, identificou que um terço dos efeitos dos *nudges* utilizados pelo governo são estatisticamente insignificantes (Hummel e Maedche, 2019, pp. 55-56).

Outro reflexo de não observar a complexidade do processo de elaboração destas intervenções comportamentais é a produção de custos sociais escondidos ("*hidden costs*"). Damgaarda et al demonstram em seus estudos os custos psicológicos escondidos advindos do uso de lembretes e seu efeito rebote no cancelamento de assinaturas de correios governamentais (Damgaarda e Gravertd, 2018, p.15); Hagmann et al demonstram que a utilização de *nudges*, pode desestimular a utilização de outras estratégias regulatórias de alta eficiência e maior custo (Hagmann, Ho e Loewenstein, 2019); já Ghesla et al revelam custos escondidos distribucionais às populações vulneráveis no emprego de cláusulas padrão, que muitas vezes decidem por opções de energia verde, prejudicando seu sustento básico (Ghesla, Griederb e Schubertb, 2020).

2. As influências dos contextos socioculturais na tomada de decisão: "*Dark Nudges*", "Dark Patterns" e "*Sludges*", as induções comportamentais em direção aos objetivos das indústrias.

Outro aspecto que vale ser abordado é de que grande parte da discussão acadêmica sobre economia comportamental e *nudges* aborda apenas sua utilização como estratégia regulatória para promoção de bem-estar social. No entanto, o uso dessas ferramentas não é restrito aos governos, sendo cada vez mais utilizadas na promoção do consumo e práticas prejudiciais ao indivíduo por indústrias diversas.

O uso da economia comportamental para desenvolvimento de técnicas de indução para a promoção do consumo de produtos prejudiciais como álcool, *fastfood*, tabaco, apostas, dentre outros, é chamado de "*dark nudges*". Já o termo "*sludge*" se refere às estratégias que utilizam preceitos cognitivos para dificultar a mudança de comportamento, como a inclusão de excessos de encargos burocráticos para cancelamento da inscrição em um serviço.

Um estudo realizado em 2020 sobre a indústria do álcool demonstrou que o marketing utilizado por estas empresas explora preceitos cognitivos e déficits de informação, recorrendo a abordagens do tipo *nudge* para induzir o comportamento dos consumidores no sentido do consumo de bebidas alcoólicas. As abordagens verificadas incluíam o uso de normas sociais (sugerir aos consumidores que a maioria dos indivíduos fazem consumo de álcool), sugestões alegóricas estimulantes do ato de beber e deixar menos visíveis os alertas obrigatórios sobre os danos do álcool. Também foram verificadas mensagens através de inteligência artificial com argumentação de causalidade alternativa que propõe causas não alcoólicas para danos causados por estas bebidas, promovendo mensagens contraditórias com fulcro de minar evidências científicas (Petticrew, Maani, Pettigrew, Rutter e Schalkwyk, 2020).

Em outro estudo, desta vez sobre a indústria de apostas, foi observado o uso de *sludges* para dificultar a saída voluntária dos indivíduos de redes de apostas *online*. Na prática, os esquemas envolvem etapas complexas, incluindo, em alguns casos, visitas a casas de apostas para preencher formulários. Além disso, também foi destacado o uso de *nudges* associados ao conceito de "quase vitória" ("*near miss*") utilizado por essas indústrias: através de efeitos visuais e sonoros de reforço positivo em máquinas de jogos gerando no jogador uma sensação estimulante, disfarçando a frustração da efetiva perda (Newall, 2018, p.1).

Outro conceito que se utiliza em referência ao uso da arquitetura da escolha pela indústria de plataformas online é o de "*dark patterns*", definido como escolhas de design de interface com o usuário que beneficiam um serviço *online*, através da orientação destes agentes para que tomem decisões não intencionais e potencialmente prejudiciais. Segundo um terceiro estudo, desta vez de 2023, esta abordagem inclui técnicas para confundir (como distração, ofuscação), enganar (manipulação de navegação, exploração de erros, interrupção) e restringir funcionalidades aos usuários. Tais subterfúgios foram encontrados em plataformas digitais costumeiramente utilizadas pela população, como Netflix, Tik Tok, Twitter, Amazon, Instagram, dentre outras (Mills, Whittle, Ahmed, Walsh e Wessel, 2023, p.3).

A Amazon, por exemplo, torna a inscrição em seu serviço "Prime" especialmente atraente, mas dificulta que o agente cancele a assinatura posteriormente. Ilustrando o fato, depois de concluir um teste gratuito, a plataforma converte o usuário automaticamente para uma assinatura paga, que começa a receber faturas sem nenhum lembrete desta conversão. Após a percepção que pagamentos estão sendo cobrados, para efetuar o cancelamento da subscrição a Amazon guiará o usuário por três etapas antes de concluir o processo. Um procedimento que poderia ser muito simples, torna-se altamente burocrático e frustrante para o usuário,

desencorajando a efetivação do cancelamento (utilização de um *dark pattern*). Já no Facebook, são necessários apenas 5 clicks para sua ativação, enquanto para seu cancelamento são necessários 24 (Mills, Whittle, Ahmed, Walsh e Wessel, 2023, p.13).

Ilustrando a gravidade do problema, em 2022 o órgão regulador francês de privacidade multou o Google no valor de €150 milhões e o Facebook no total de € 60 milhões por dificultarem e tornarem confuso aos consumidores rejeitarem os cookies das plataformas, que segundo a regulação, deveria ter um botão destacado que rejeitasse esse tipo dispositivo. Já a Federal Trade Commission, nos Estados Unidos, está encerrando acordos com grandes empresas, dentre elas a Amazon, Apple, Google, Microsoft e Meta, no valor de mais $245 milhões pela prática de manipulação de consumidores. A Amazon, em 2021, também foi multada pela autoridade antitruste da Itália pela prática deste tipo de estratégia em 1,13 bilhão.

O emprego da arquitetura da escolha para promoção de interesse das indústrias é um tópico que precisa ser trazido à discussão, pois esse gênero de indução comportamental pode, inclusive, minar os esforços de saúde pública, desperdiçar recursos, manter ambientes favoráveis aos interesses da indústria e resultar em danos para o público se usado para disseminar desinformação e impedir o progresso de regulações críticas, como promoção de vacinas e disseminação de informação sobre políticas ambientais.

É neste sentido, portanto, que devemos nos perguntar se a utilização de *nudges* pelo governo é a melhor saída quando tratamos de regulações críticas como saúde pública, visto que uma população apenas induzida no sentido das políticas públicas, pode facilmente ser conduzida em sentido oposto por outras forças, como por exemplo das indústrias.

3. Paternalismo libertário e o uso da ciência comportamental como um retorno aos ideais da economia neoclássica.

O paternalismo libertário, ao contrário do "paternalismo rígido", conforme as lições de Rebonato, se consubstancia em um conjunto de intervenções não coercitivas destinadas a superar os preceitos cognitivos dos indivíduos, de forma a orientar as suas decisões no sentido do que os próprios fariam *se fossem racionais* (Rebonato, 2012, p.10).

Dito em outras palavras, o objetivo do paternalismo libertário é promover o bem-estar do indivíduo. Não de uma perspectiva externa, mas sim resguardando-o de seus próprios erros sistemáticos de raciocínio, inércia e intuição.

Isto porque, segundo Thaler e Sunstein, os indivíduos (i) não demonstram ter expectativas sensatas da realidade; e (ii) não possuem habilidades de previsão de eventos através do uso de regras de probabilidade. Pelo contrário, para realizar a tomada de decisão, se utilizariam de atalhos mentais que os levam a cometer erros sistemáticos, inverter preferências e realizar escolhas diferentes dependendo da formulação do problema. Para os autores, o arquétipo do homem comum é remotamente parecido com o do *homo economicus*, se aproximando, em realidade, ao do personagem de desenho Homer Simpson (Thaler e Sunstein, 2002, p.176).

Além disso, o discurso paternalista, apoiado em evidências da economia comportamental, afirma que os indivíduos, em grande parte, não conseguem desaprender as heurísticas uma vez adquiridas, sendo fadados à repetição de erros sistemáticos. Isso se daria pelo fato de que estes sofreriam de ilusões cognitivas ("erros de raciocínio" ou "vieses"),

decorrentes de questões biológicas ("cérebro reptiliano") relacionadas ao seu sistema neural que depende de atalhos mentais e intuição para a tomada de decisão em vez de se utilizar de estatística e lógica.

Importante esclarecer que Kahneman e outros cientistas comportamentais referiram-se a dois sistemas mentais que governam o processamento de informações humanas: o Sistema 1, que opera rápida, automaticamente e com baixo índice de controle voluntário e o Sistema 2, que aloca atenção às atividades mentais mais complexas, exigem realizar cálculos e verificar a validade de argumentos lógicos. O Sistema 2 está associado à experiência subjetiva de lógica, escolha e concentração. Em algumas circunstâncias, especialmente quando os indivíduos estão sobrecarregados cognitivamente, o Sistema 1 está em funcionamento e as decisões rápidas baseiam-se em heurísticas. Embora muitas vezes necessárias para o funcionamento diário, essas heurísticas são frequentemente suscetíveis a preconceitos e erros cognitivos (Kahneman e Tversky, 1974, pp.114-1131).

Esta construção fundamentada no determinismo biológico, é a justificativa que edifica o argumento paternalista de que a arquitetura da escolha dos indivíduos é uma estratégia regulatória mais barata e eficaz do que a educação da população (Benartzi, Beshears, Milkman, Sunstein, Thaler, Shankar, Tucker-Ray, Congdon, Galing, 2017, p.1054). Além do que, segundo Sunstein, esta estratégia *simplifica* a vida do indivíduo, *libertando-o* da carga da tomada de certas decisões (Sunstein, 2015, p.32).

Ou seja, a justificativa para a intervenção regulatória promovida pelo paternalismo libertário é essencialmente diferente daquela da teoria econômica neoclássica: os paternalistas rígidos justificam a intervenção com base no fato dos indivíduos perseguirem racionalmente os seus objetivos egoístas em detrimento do bem-estar social (falhas de mercado); já os paternalistas libertários, por outro lado, defendem que a limitação de racionalidade fisiológica leva os indivíduos a não identificarem quais os meios ou objetivos devem perseguir para maximização do seu próprio bem-estar (falhas humanas).

No entanto, segundo Possas, toda a decisão de um agente econômico é, de alguma forma, localizada no contexto específico onde esse agente está localizado. Contexto esse caracterizado pelos elementos estruturais e causais que formam a base das relações que restringem o espaço de atuação do agente. A consideração do entorno não é trivial, não acontece como uma resposta previsível de um ambiente simplesmente reativo, ela acontece no contexto da decisão razoavelmente informada de outros agentes (Possas, 1987, p.26).

Uma analogia ao ponto é feita por Herbert Simon que compara o funcionamento do cérebro humano como as duas lâminas de uma tesoura: uma delas é a capacidade neurológica e a outra é o ambiente em que operamos, funcionando juntas a fim de produzir o comportamento racional (Simon, 1985, p.293). Para a tomada de decisões, teríamos uma "caixa de ferramentas adaptáveis": não seriam inatas nem fixas, mas possuiriam uma estrutura adaptável ao meio em que atuamos. Neste sentido, até mesmo Kahneman e Tversky reconheceram que o uso das heurísticas não seria sempre incompatível com a tomada ótima de decisão, mas não chegaram a delimitar em quais situações seu uso se aplicaria.

Na contramão destes dados, o discurso paternalista leva à conclusão de que grande parte dos *erros* de tomada de decisão são decorrentes de uma falha cognitiva humana, ignorando que parte deste problema possa residir também no meio em que esse agente se encontra e na indução

e promoção das indústrias à comportamentos que comprometem o bem-estar social, como por exemplo o tabagismo, consumo excessivo de *fast foods*, jogos, álcool e fármacos. A interação estratégica e a inteligência social são confundidas com erros atribuídos à falta de racionalidade e não à falta de educação (Gigerezer, 2015, 363).

Outro ponto relevante, é que grande parte do corpo de evidências utilizados pela economia comportamental, notadamente o estudo desenvolvido por Kanneman e Tversky, considera a visão da teoria da *escolha a partir da utilidade esperada, nos moldes da economia neoclássica, como a correta*. A teoria da racionalidade objetiva não se importa com os objetivos do indivíduo, suas preferências ou o contexto em que está envolvido, o que se tem é a definição de um padrão de comportamento esperado independente das circunstâncias em que o indivíduo se insere e decisões que extrapolem este modelo, são deliberadamente rotuladas como irracionais.

Em outras palavras, o modelo proposto considera os ideais da teoria neoclássica da decisão a base para a formulação do que seria um comportamento racional. Age-se como se os indivíduos decidissem de maneira a atender os pressupostos da teoria da utilidade esperada, e não assumindo que o processo de decisão de agentes reais existe a partir de uma trajetória evolucionária específica e com objetivos diversos daqueles considerados como "ótimos". Nas palavras de Herbet Simon: "Racionalidade limitada não significa irracionalidade, pelo contrário. Eu acho que existe uma grande quantidade de evidências que os indivíduos, em geral, são bastante racionais; o que importa dizer que, na maioria das vezes, eles têm razões que fundamentam as escolhas que fazem" (Simon, 1985, p.295).

No mundo real, as heurísticas, não seriam encaradas como "vieses cognitivos", mas como uma forma encontrada pelos agentes econômicos de decidir em um ambiente complexo e dinâmico que permitiria a menor instabilidade e a maior proporção de acertos na decisão num sentido evolucionário. A solução satisfatória rapidamente encontrada com um conjunto de busca mínimo é o objetivo do agente, e não uma decisão ótima determinada em razão da utilidade esperada pelos economistas.

Ainda com relação às decisões ótimas, Leonard J. Savage, distingue que somente nas situações de risco o pensamento puramente lógico se aplica para a tomada de decisão. Isso porque, em situações de incerteza, onde os elementos mínimos para o gerenciamento de riscos não estão presentes, não é possível decidir apenas com base na probabilidade (Savage, 1967, p.310).

Segundo este autor, até mesmo planejar um piquenique, não seria viável a partir de pensamento puramente lógico e regras de probabilidade, isto porque o agente se encontra em um território de infinitas possibilidades (Savage, 1967, p.306). Esta distinção essencial entre risco e incerteza é ignorada por alguns economistas comportamentais que sugerem o uso da lógica e emprego da regra da Bayes para previsão de resultados e tomadas de todas as decisões, descartando as heurísticas como meios efetivos de simplificação de escolhas.

Ademais, como já endereçado anteriormente, baseando-se nestes postulados da economia comportamental, a transposição do uso de certas heurísticas e a indução comportamental levariam ao paradoxo da necessidade de agentes políticos e formuladores de políticas públicas que detivessem racionalidade ilimitada para determinar o comportamento ótimo dos outros indivíduos determinados à repetição de erros de raciocínio.

Ocorre, que no plano concreto, a busca da utilidade esperada e da decisão ótima através da arquitetura da escolha por formuladores de políticas públicas que ignoram o contexto socioeconômico e a preferência individual, leva a situações esdrúxulas como a relatada no estudo de Ghesla et al, em que famílias de baixa renda passam a gastar mais com energia verde, colaborando com o meio ambiente em detrimento de seu próprio sustento (Ghesla, Griederb e Schubertb, 2020).

Considerando estes dados, faz-se importante repensar a aplicação irrestrita de *nudges* sob o manto de uma intervenção "sem ônus ao contribuinte" e que liberta os indivíduos da necessidade de fazer certas escolhas, "empurrando-os" para uma tomada de decisões supostamente ótimas e avaliar a necessidade de maior incentivo à educação dos agentes no sentido de otimização de decisões dentro de suas preferências e contextos circunstanciais.

Isto porque, além da tomada ótima de decisão ser um arquétipo tão longe da realidade quanto o do "homem racional" da economia neoclássica, outros veículos como a indústria também se utilizam destes mesmos "empurrõezinhos" para muitas vezes induzir a população em direções contrárias daquelas entendidas como socialmente desejáveis, sendo imprescindível que os indivíduos tenham elementos bastantes para orientar satisfatoriamente suas ações rumo aos seus próprios objetivos.

4. Menos *Nudging*, Mais Educação: Uma Proposta à Luz da Racionalidade Ecológica.

É importante contextualizar que a técnica de orientar escolhas não é tão nova quanto parece. Há muitos anos os governos se utilizam de técnicas como o uso de cartas e lembretes para estimular o comportamento da população em determinado sentido.

Nos Estados Unidos, por exemplo, muito antes da criação do conceito de *nudge*, já eram enviadas cartas de marcação compulsória de exames para detecção de câncer de mama. Para cancelamento de tal exame, as mulheres precisavam se direcionar às agências de saúde para tanto, o que acabava por ampliar a realização deste tipo de preventivo. No entanto, estudos demonstram que quando o governo americano deixava de enviar tais cartas, o índice de frequência das mulheres neste tipo de exame reduzia drasticamente.

De outro lado, tal fenômeno não foi visualizado em países como a Rússia, onde a estratégia regulatória era diferente: as mulheres participavam de campanhas informativas sobre os benefícios deste tipo de exame e, munidas dos elementos necessários, tomavam sua decisão de submeter ao procedimento ou não, o que mantinha um índice pelo menos constante de adesão à política pública (Gigerenzer, Mata e Frank, 2009).

Este tipo de pesquisa chama a atenção para a necessidade de informação da população, para que, com elementos suficientes, os indivíduos possam efetivamente realizar avaliações de risco e de acordo com seus objetivos tomar decisões apropriadas e criar atalhos mentais úteis, ao invés de simplesmente serem induzidos no sentido de uma escolha supostamente ótima.

É por isso que é preciso entender por que os indivíduos tomam determinadas decisões e dar-lhes elementos para que possam otimizá-las dentro do seu próprio contexto fático. É neste cenário que o estudo liderado por Gigerenzer acerca da "racionalidade ecológica" se propõe à análise do processo de tomada de decisões em um contexto em que o agir humano se dá em um

conclave de incertezas, e que uma avaliação lógica de todos os fatores é praticamente inviável. Parte-se do pressuposto de que processos cognitivos não podem ser dissociados da realidade sociocultural do indivíduo, e as heurísticas que regem a tomada de decisões podem ser um importante instrumento para a formação de um pensamento autônomo.

Gigerenzer, propõe, neste sentido, que a lógica não deve ser abandonada, mas desafia o reconhecimento de que o funcionamento da mente é condicionado pelo contexto no qual o indivíduo se insere e que uma via alternativa à arquitetura da escolha é a busca pela educação e conhecer profundamente as heurísticas - que seriam como caixas de ferramentas adaptáveis, e utilizar estes instrumentos resultantes do longo processo evolutivo do cérebro humano. Seria importante estudar e entender que decisões não são unicamente uma questão de prós e contras imaginados, mas fruto do processo evolutivo que se desenvolveu durante milênios - e que são em sua maior parte ignoradas pelos textos-padrão sobre tomadas de decisão (Gigerenzer, 2006, 73).

Em complemento, para aprender a lidar com a crescente disponibilidade de informação, é preciso investir na educação no sentido de preparar os indivíduos para lidar com as incertezas e probabilidades, sobretudo em um contexto em que esses agentes são bombardeados com toda sorte de informações e induzidos na direção de uma série de comportamentos, seja pelo governo ou pelas indústrias.

Por estes motivos, tanto educadores quanto políticos precisam estar atentos para a essencialidade do ensino da análise de risco no mundo dinâmico que se apresenta na nossa realidade. E a partir disto, passar a equipar os cidadãos e os encorajar a tomar decisões informadas, em vez de tentar "libertar" os agentes de suas próprias escolhas, os direcionando para o que os formuladores de políticas entendem como correto e ignorando seus próprios objetivos e preferências. A "alfabetização em risco deveria ser ensinada desde a escola fundamental. Ousemos conhecer: risco e responsabilidades são oportunidades a serem apreendidas, não evitadas" (Gigerenzer, 2012, 260).

Outro ponto importante é que o argumento de Thaler e Sunstein de que os indivíduos não desaprenderiam os (supostos) erros sistemáticos não é irrefutável. Em sentido contrário, estudos demostram que crianças e adultos são capazes de aprender e desenvolver o pensamento estatístico com a ajuda de representações numéricas ou visuais. Já em 1986, Fong, Krantz e Nisbett aplicaram à 347 estudantes do ensino médio (jovens e adultos) de comunidades com baixa renda nos Estados Unidos a lei dos grandes números, resultando em expressiva melhoria na qualidade do raciocínio dos participantes sobre os problemas cotidianos (Fong, Krantz e Nisbett, 1986). No mesmo sentido, Nisbett, em 2009, demonstrou que o QI dos alunos pode ser substancialmente melhorado através de exercícios cognitivos (Nisbett, 2009).

As agendas públicas apontam para a mudança de comportamento como elemento chave para a resolução de boa parte dos problemas enfrentados pela sociedade contemporânea (World Bank, 2015; OECD, 2017), mas isso não importa dizer que esta mudança deva ocorrer através da indução. Pelo contrário, as evidências acima demonstram que a aprendizagem do pensamento de risco e a informação acerca de hábitos saudáveis e dos malefícios como os do tabagismo, uso de drogas, é uma alternativa que não só guia os indivíduos para uma tomada de decisão autônoma e consciente, como para a superação das tentativas industriais de seduzi-los para comportamentos pouco saudáveis.

Neste mesmo sentido, um estudo recente da Fiocruz demonstrou que a prevalência estimada de obesidade foi quase quatro vezes maior entre as mulheres de baixa escolaridade, comparada com aquelas de nível educacional mais alto (Fonseca, Faerstein, Lopes, Chor, Andreozzi, 2006, p.1). A educação, especialmente a precoce, pode produzir efeitos benéficos especialmente para setores críticos como a saúde em geral.

Outro fato que demonstra a importância da educação em lugar da indução é o crescente interesse nas campanhas de desinformação pelas indústrias e partidos políticos. É muito interessante o resultado de um recente estudo da OCDE que revelou que 40% dos indivíduos não conseguem distinguir uma informação falsa de uma verdadeira. O resultado é especialmente alarmante para brasileiros, que são os campeões no ranking mundial na dificuldade de identificação de dados inverídicos (OECD, 2023).

Por fim, além do investimento em educação, os governos não podem fechar os olhos para o uso da economia comportamental na indução dos indivíduos à comportamentos socialmente indesejáveis como apostas e o uso de substâncias prejudiciais à saúde. É urgente a regulação deste tipo de estratégias pela indústria visando limitar a promoção da desinformação e da manipulação dos indivíduos através do uso de *dark nudges*, *sludges* e *dark patterns*.

Conclusão

A sociedade moderna sofre com o excesso de informações e os indivíduos constantemente se veem pressionados a tomar uma série de decisões. Ao realizar uma simples compra de mercado, um agente pode ver em um mesmo produto alertas governamentais que chamam a atenção para o "excesso de açúcar" e, ao mesmo tempo, a propaganda da indústria para o fato do mesmo produto ser "enriquecido com mil e uma vitaminas", além de estímulos ao seu consumo em redes sociais. Como tomar decisões quando temos estímulos opostos em relação ao mesmo objeto? Afinal, quais produtos são saudáveis? O que podemos consumir com segurança?

A economia comportamental, em busca da tomada da decisão ótima inspirada em ideais neoclássicos, fundamentada no determinismo biológico, é utilizada para apoiar intervenções governamentais nesta "queda de braço" contra a indústria para orientar os cidadãos no sentido do que determinam as políticas públicas. No entanto, esta abordagem ao ignorar o contexto sociocultural, preferências e objetivos dos indivíduos, revela uma baixa taxa de aderência e uma margem de custos sociais como aborrecimento, escolhas de regulações menos efetivas e até mesmo impactos sociodemográficos.

Isto porque, ao mesmo tempo em que colocamos as saladas na frente do buffet, mil e uma propagandas seduzem o consumidor para o consumo de *fast foods* utilizando-se de uma gama de ferramentas de última geração, redes sociais, técnicas manipulativas e promoção da desinformação.

Neste sentido, o presente trabalho teve como proposta demonstrar que a educação pode ser uma via alternativa à orientação de conduta dos indivíduos, munindo-os com os elementos necessários para que realizem sua própria avaliação de risco, de acordo com suas preferências e objetivos, para que eles mesmos possam realizar escolhas no sentido da promoção do seu bem-estar à luz dos ideais da racionalidade ecológica.

Não se pretende dizer que o uso de *nudges* é de todo ruim e ineficiente, mas que a sua implementação está longe de ser tão simples como seus defensores propõe, e que, portanto, precisa ser seguir os processos científicos e de criação de políticas públicas com cautela. E, em

complemento, que sua utilização pelas indústrias necessita ser regulada para garantir proteção ao consumidor moderno.

Bibliografia:

BENARTZI, S.; BESHEARS, J.; MILKMAN, KL.; SUNSTEIN, CR.; THALER, RH.; SHANKAR, M.; TUCKER-RAY, W.; CONGDON, WJ.; GALING, S. **Should governments invest more in nudging?** Psychol Sci 28 (8):1041–1055. 2017.

BIN NL. **Zeven Behavioural Insights Tools**. Hoe pas je gedragsinzichten toe in beleid, uitvoering, toezicht en communicatie? 2018, Países Baixos.

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.

FEITSMA, J. N. P. **''Rationalized incrementalism'. How behavior experts in government negotiate institutional logics'.** Critical Policy Studies, Vol 14, 156-173. Dezembro, 2018. P.156.

FONG, G.T.; KRANTZ, D.H.; NISBETT, R.E. **The effects of statistical training on thinking about everyday problems**. Cognitive Psychology 18: 253–292. 1986.

GHESLA, 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.

GIGERENZER, Gerd. **On the Supposed Evidence for Libertarian Paternalism**. Rev Philos Psychol. 2015;6(3):361-383. doi: 10.1007/s13164-015-0248-1.

GIGERENZER, Gerd. **Bounded and Rational**. In: SAINTO, R.J. (Ed.). Contemporary debates in cognitive science. Oxford, UK: Blackweel, 2006. P.73.

GIGERENZER, Gerd. **Risk literacy**. In: BROCKMAN, John (Ed.) This will make you smarter**.** New York: Harper: Collins, 2012. P.260.

GIGERENZER, G.; MATA, J.; FRANK, R. **Public knowledge of benefits of breast and prostate cancer screening in Europe**. Journal of the National Cancer Institute, 101: 1216–1220, 2009.

GOLDIN, Jacob. **Which way to nudge? Uncovering preferences in the behavioral age**. The Yale Law Journal, 125, 226–270, 2015.

HAGMANN, D., HO, E. H. & LOEWENSTEIN, G. **Nudging Out Support for a Carbon Tax**. Nature Climate Change, vol. 9, 2019. 484–489.

HAYNES, L.; GOLDACRE, B.; TORGERSON, D. **Test, Learn, Adapt: Developing Public Policy with Randomised Controlled Trials.** London: Cabinet Office – Behavioral Insights Team. 2012.

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.

FONSECA, Maria de Jesus Mendes; FAERSTEIN, Eduardo; LOPES, Cláudia S.; CHOR, Dora; ANDREOZZI, Valeska Lima. **Associações entre escolaridade, renda e Índice de Massa Corporal em funcionários de uma universidade no Rio de Janeiro, Brasil: estudo Pró-Saúde.** Cad. Saúde Pública 22 (11), Nov 2006. https://doi.org/10.1590/S0102-311X2006001100010

KAHNEMAN, D.; TVERSKY, A. **In Judgment under uncertainty: heuristics and biases.** Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press. Vol. 185, No. 4157, Sep. 27, 1974. Pp. 1124-1131.

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.

MILLS, Stuart Mills; WHITTLE, Richard; AHMED, Rafi; WALSH, Tom; WESSEL, Martin. **Dark patterns and sludge audits: an integrated approach**. Cambrigde University Press, Behavioural Public Policy (2023), 1–27.

NETH, H.; GIGERENZER, G. **Heuristics: Tools for an uncertain world**. In Sciott R., Kosslyn S. (Eds.), Emerging trends in the social and behavioral sciences: An interdisciplinary, searchable, and linkable resource (pp. 1–18). John Wiley & Sons, 2015.

NEWALL, P. W. S. (2018). **Dark nudges in gambling**. Addiction Research & Theory, 1–3. DOI:10.1080/16066359.2018.1474206. P.1.

NISBETT, R.E. **Intelligence and how to get it: why schools and cultures count**. New York: Norton. 2009.

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

OECD. **The OECD Truth Quest Survey: Methodology and findings**. OECD Digital Economy Papers, No. 369, OECD Publishing, Paris, 2024. DOI: https://doi.org/10.1787/92a94c0f-en.

PETTICREW, Mark; MAANI, Nason; PETTIGREW, Luisa; RUTTER, Harry; SCHALKWYK, May Ci Van. **Dark Nudges and Sludge in Big Alcohol: Behavioral Economics, Cognitive Biases, and Alcohol Industry Corporate Social Responsibility.** The Milbank Quarterly, Volume 98, Issue 4, December 2020, Pages 1290-1328. DOI: https://doi.org/10.1111/1468-0009.12475.

POSSAS, M. L. **A dinâmica da economia capitalista: uma abordagem teórica**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

REBONATO, R. 2012. **Taking liberties: a critical examination of libertarian paternalism.** Basingstoke, United Kingdom: Palgrave Macmillan.

RIDDER, D.; KROESE, F.; VAN GESTEL, L. **Nudgeability: Mapping Conditions of Susceptibility to Nudge Influence**. Perspectives on Psychological Science, 17(2), 2022. 346-359.

SAVAGE, L. J. **Difficulties in the theory of personal probability**. Philosophy of Science, v. 34, n. 4, p. 305-310, Dec. 1967.

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

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.

SIMON, H. A. **The Scientist as Problem Solver**. In K. Klahr & D. Kotovsky (Eds.), Complex information processing: The impact of Herbert A. Simon (pp. 377–398). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 1989.

SIMON, H. A. **A Behavioral Model of Rational Choice**. The Quarterly Journal of Economics, 69(1), 99–118, 1955.

SIMON, H. A. **Rationality in Psychology and Economics**. The Journal of Business, v. 59, n. 4, Part 2: The Behavioral Foundations of Economic Theory, p. S209-S224, 1986.

SUNSTEIN, C. R. NUDGING: UM GUIA (MUITO) RESUMIDO. **REI - REVISTA ESTUDOS INSTITUCIONAIS**, *[S. l.]*, v. 3, n. 2, p. 1023–1034/1035, 2018. DOI: 10.21783/rei.v3i2.223. Disponível em: https://www.estudosinstitucionais.com/REI/article/view/223. Acesso em: 12 ago. 2024

SUNSTEIN, Cass R. **Nudges That Fail**. Behavioural Public Policy, Volume 1, Issue 1, May 2017, 4-25. Published online by Cambridge University Press.

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

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

WIENSKOSKI, Leticia. **Nudge: Nem Tudo que Reluz é Ouro**. Juris Poiesis, 26(39). Rio de Janeiro: 2024. DOI: https://doi.org/10.5935/26.39.2023.11230

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