



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA,**  
**CONTABILIDADE E SECRETARIADO**  
**DEPARTAMENTO DE ECONOMIA APLICADA**  
**CURSO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS**

**ANA RAYSSA LOPES LYRA**

**NUDGE E SUAS ABORDAGENS:**

Quando a manipulação é uma escolha

**FORTALEZA**

**2023**

ANA RAYSSA LOPES LYRA

NUDGE E SUAS ABORDAGENS:

Quando a manipulação é uma escolha

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Paulo de Melo Jorge Neto.

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Universidade Federal do Ceará

Sistema de Bibliotecas

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a)  
autor(a)

---

L998n Lyra, Ana Rayssa Lopes.  
Nudge e suas abordagens : quando a manipulação é uma escolha / Ana Rayssa Lopes Lyra. – 2023.  
63 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Ciências Econômicas, Fortaleza, 2023.  
Orientação: Prof. Dr. Paulo de Melo Jorge Neto.

1. Economia comportamental. 2. Nudge. 3. Paternalismo libertário. 4. Manipulação. 5. Primeira infância.  
I. Título.

CDD 330

---

ANA RAYSSA LOPES LYRA

**NUDGE E SUAS ABORDAGENS:**

Quando a manipulação é uma escolha

Monografia apresentada ao curso de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Ceará, como requisito para a obtenção do Título de Bacharel em Economia.

Orientador: Prof. Dr. Paulo de Melo Jorge Neto

Aprovada em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Paulo de Melo Jorge Neto (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará

---

Prof. Guilherme Diniz Irffi  
Universidade Federal do Ceará

---

Isabela Braga Sales  
Universidade Federal do Ceará

## AGRADECIMENTOS

Ao Bom Deus, fonte de toda verdade e sabedoria, que tem me guiado durante meu caminho. Sua misericórdia se estende sobre toda minha história.

Aos meus pais, Rogers e Ana Maria, por todo incentivo e paciência, e ao meu irmão, Rerysson, por acreditar em meu potencial e me lembrar de oferecer o melhor a cada dia. Muito do que sou hoje, devo à minha família.

Ao meu esposo, Reginaldo, que nesta caminhada sempre me apoio. Seus ensinamentos, amizade e companheirismo fazem a diferença em minha vida.

Aos meus familiares e amigos que, de alguma forma, me estimularam a continuar. A vida cotidiana se faz notável e feliz com a presença de vocês.

Finalmente, e em especial, ao Projeto *Pais e cuidadores são construtores de cérebros*, que tanto me ensinou, auxiliou, pessoal e profissionalmente, e me proporcionou grandes e sinceras amizades. Agradeço o acolhimento de cada membro. Esse trabalho não teria sido o mesmo sem o apoio de vocês.

*“É preciso entregar-se de todo o  
coração para que a verdade se entregue.”*

*Antonin-Dalmace Sertillanges*

## RESUMO

Com o aprofundamento dos estudos econômicos, e a inserção da sociologia e da psicologia às ciências econômicas, os aspectos sobre as escolhas dos indivíduos foram sendo discutidos com maior atenção, notando os eixos racional e consistente destes. Segundo Kahneman e Tversky (1979), os seres humanos incidem em vários desvios. Nesse sentido, a Economia Comportamental analisa o comportamento humano, prevendo os padrões não completamente racionais dos indivíduos, e cria nudges capazes de auxiliar o processo de tomada de decisão. Observando isso, o presente estudo analisa quais são as características predominantes dos nudges e, a partir disso, avalia como tais medidas podem interferir na liberdade de cada indivíduo. Nota-se que a transparência funciona como filtro ético para os nudges, e a sua presença é determinante para ditar a presença ou não da manipulação de comportamento, por parte dos arquitetos de escolha. Como estudo de caso, o programa de parentalidade positiva, “*Pais e Cuidadores são construtores de cérebros*”, que envolve a área de primeira infância, foi analisado e caracterizado como nudge, exemplificando o uso deste como medida de incentivo à liberdade de escolha e mudança positiva de comportamento, em alinhamento com os objetivos autoproclamados dos participantes da intervenção. Com isso, pode-se concluir que os nudges partem de uma categorização, onde os arquitetos de escolhas são livres e conscientes para elaborar medidas que visam a manipulação ou não dos indivíduos.

Palavras-chave: Economia comportamental; nudge; paternalismo libertário; manipulação; primeira infância.

## ABSTRACT

With the deepening of psychological studies, and the insertion of sociology and psychology into the psychological sciences, aspects of individuals' choices were discussed with greater attention, noting the rational and consistent axes. According to Kahneman and Tversky (1979), human beings fall into several deviations. In this sense, Behavioral Economics analyzes human behavior, prevents individuals' patterns that are not completely rational, and creates nudges capable of helping the decision-making process. Observing this, the present study analyzes which are the predominant characteristics of nudges and, based on this, evaluates how such measures can interfere in the freedom of each individual. It should be noted that transparency works as an ethical filter for nudges, and their presence is decisive in dictating the presence or not of behavior manipulation by the architects of choice. As a case study, the positive parenting program, "*Pais e Cuidadores são construtores de cérebros*", which involves the early childhood area, was analyzed and characterized as a nudge, exemplifying its use as a measure to encourage freedom of choice and positive change in behavior, in line with the self-proclaimed goals of the intervention participants. With this, it can be concluded that the nudges start from a categorization, where the architects of choices are free and conscious to elaborate measures that aim at the manipulation or not of individuals.

Key words: Behavioral Economics; nudge; libertarian paternalism; manipulation; early childhood.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pinturas nas escadas

Figura 2 - Quem é o melhor jogador do mundo?

Figura 3 - Bananas sozinhas

Figura 4 - Mosca no urinol

Figura 5 - Marcações nas latas de lixo

Figura 6 - Adaptação visual das escadas, em Hamburgo, Alemanha

Figura 7 - Escada piano, em Estocolmo, Suécia

Figura 8 - Assinaturas The Economist

Figura 9 - Advertência da Anvisa para embalagem de cigarro

Figura 10 - Luzes acesas no painel do carro

Figura 11 - Ilusões de lombadas em Filadélfia

Figura 12 - Big Mac

Figura 13 - Propaganda de marketing do McDonald's Brasil

Figura 14 - Teoria da mudança: visual simplificado

Figura 15 - Currículo do projeto

Figura 16 - Nudge parental

## **LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 - Sumário dos tipos de nudges

Gráfico 2 - Retornos sobre um dólar investido

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 - Estrutura do nudge e do sludge

Quadro 2 - Dois modos cognitivos de pensar

Quadro 3 - Resumo sobre os conceitos

Quadro 4 - Categorização dos tipos de nudges

# SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>2 ECONOMIA COMPORTAMENTAL</b>	<b>16</b>
2.1 Apontamentos sobre Economia Comportamental	16
2.1.1 Nudging	18
2.1.2 Nudge e Sludge	22
2.2 Paternalismo: libertário ou coercivo?	25
<b>3 NUDGES E A MANIPULAÇÃO DA ESCOLHA</b>	<b>26</b>
3.1 Abordagem nudge e mudança comportamental	27
3.2 Processo dual e os tipos de nudges	28
3.3 Nudges e as dimensões da transparência	31
3.3.1 Nudges transparentes do tipo 2	36
3.3.2 Nudges transparentes do tipo 1	37
3.3.3 Nudges não-transparentes do tipo 2	39
3.3.4 Nudges não-transparentes do tipo 1	41
3.4 Sobre a categorização dos nudges	42
<b>4 NUDGE NA PRIMEIRA INFÂNCIA: um exemplo</b>	<b>44</b>
4.1 Programa de parentalidade	44
4.2 Nudge parental	48
4.2.1 Medindo impacto	50
4.3 Observações finais	52
<b>5 CONCLUSÃO</b>	<b>54</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>57</b>

# 1 INTRODUÇÃO

Muito se discute a respeito da racionalidade humana e o como isso impacta nas decisões cotidianas. No começo da teoria clássica, Adam Smith já pontuava em seu livro ‘A Teoria dos Sentimentos Morais’, de 1759, sobre como os indivíduos agiam sob a régia de valores interiores, mesmo quando buscavam a sua autopreservação e auto interesse (SMITH, 2015). Essa discussão estendeu-se sobre as figuras do *homo sapiens* e do *homo economicus*.

*Homo economicus* é um conceito teórico difundido entre os séculos XVI e XVII, em conjunto com outros conceitos pilares para a construção das ciências econômicas, tais como teoria da utilidade, maximização do bem-estar etc. Esse conceito expressa a noção do homem econômico racional, isto é, aquele indivíduo que age sob a régia da razão. Sempre analisando as possibilidades que lhe são oferecidas, o *homo economicus* busca otimizar seus resultados em função de maximizar seu bem-estar e, por consequência, minimizar seus custos e perdas.

O conceito do *homo economicus*, porém, não se detém a explicar o comportamento humano sob a ótica de suas motivações subjetivas, de onde provém o aspecto emocional, com seus hábitos e costumes. Por outro lado, o termo, que teve por motivação análises dos estudos de John Stuart Mill (1836) para a economia política, basicamente figura um indivíduo motivado exclusivamente pela razão. Segundo Nogueira da Costa (2009),

(...) Mill (1836/1994, p. 52) sugere que a economia política deve fazer abstração completa de todas as outras paixões ou motivações humanas, com exceção das que podem ser consideradas como princípios permanentemente antagônicos ao desejo de riqueza, ou seja, aversão ao trabalho e desejo de desfrute presente de indulgências dispendiosas. Assim, a economia “pura” considera a humanidade como estando ocupada, unicamente, em adquirir e consumir riqueza. Esta motivação seria o guia absoluto de suas ações.

A teoria do *homo economicus* conferiu um ganho para a sociedade, uma vez que possibilitou a elaboração de modelos econômicos, guiando a atenção para aspectos fundamentais sobre a dinâmica da economia e do comportamento do indivíduo diante da proposta de maximizar a sua utilidade. De acordo com Varian (2015), “a teoria econômica do consumidor é muito simples: os economistas partem do pressuposto de que os consumidores escolhem a melhor cesta de bens que podem adquirir”. Mesmo

sendo em uma perspectiva geral, uma vez que grande parte da complexidade humana não é abarcada por esse conceito, os estudos desenvolvidos a partir disso serviram de pilares para muitas análises de construção do pensamento econômico.

Em um trecho do livro “A Riqueza das Nações” (1776), Adam Smith afirma que “não é da benevolência do açougueiro, do cervejeiro ou do padeiro que esperamos nosso jantar, mas da consideração que eles têm pelo seu próprio interesse”. Isto posto pode-se referir à figura do *homo economicus* que, não sendo guiado pelas emoções, se utiliza da sua racionalidade para alcançar seus interesses e maximizar sua utilidade, contribuindo para o aumento do bem-estar do próximo. Pontua Smith (1983),

E dessa forma, a certeza de poder permutar toda a parte excedente da produção de seu próprio trabalho que ultrapasse seu consumo pessoal estimula cada pessoa a dedicar-se a uma ocupação específica, e a cultivar e aperfeiçoar todo e qualquer talento ou inclinação que possa ter por aquele tipo de ocupação ou negócio. (...) Entre os homens, os caracteres e as habilidades mais diferentes são úteis uns aos outros; as produções diferentes e dos respectivos talentos e habilidades, em virtude da capacidade e propensão geral ao intercâmbio, ao escambo e à troca, são como que somados em um cabedal comum, no qual cada um pode comprar qualquer parcela da produção dos talentos dos outros, de acordo com suas necessidades.

Por muito tempo, o conceito do *homo economicus* tornou-se basilar para a construção do pensamento econômico – vê-se isso com os axiomas chaves para a estruturação da corrente clássica e neoclássica. Contudo, ao passo que a análise econômica foi-se aprofundando, o postulado de que todas as decisões dos indivíduos, ou mesmo as principais, seriam tomadas a partir de uma análise crítica e racional foi sendo discutido criticamente.

Para esses estudos, diante de decisões que competem à condução macroeconômica da economia ou previsões relacionadas, por exemplo, os indivíduos precisam se valer de muito conhecimento para realizarem escolhas racionais e consistentes. Ou seja, que minimizem os riscos e incertezas correntes.

Com o ganho da sociologia e da psicologia às ciências econômicas, as Finanças Comportamentais foram sendo apresentadas à academia, com cada vez mais destaque para seus estudos e teorias. Ao final da década de 1970, Daniel Kahneman e Amós Tversky, psicólogos cognitivos, lançaram um importante artigo que veio a servir para tal campo de pesquisa: *Teoria da perspectiva: uma análise da decisão sob risco*. Na análise, assumindo a perspectiva do *homo economicus*, citada anteriormente, têm-se que

os agentes contradizem os preceitos postulados pela teoria clássica, uma vez que apresentam comportamentos inconsistentes, contrários à maximização do seu próprio bem-estar, sendo influenciados por aspectos externos ou emocionais (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979).

Tais estudos e perspectivas não são uma tentativa de anular os modelos da teoria clássica que, em sua simplificação, focam e propiciam sobremaneira análises sobre a dinâmica socioeconômica. Com a análise do comportamento humano e a sua inserção à análise econômica, busca-se aproximar tanto quanto possível as teorias elaboradas da realidade.

O lançamento da obra de Richard Thaler e Cass Sunstein, *Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade* (2008), contribuiu para o campo da economia comportamental. O trabalho traz a ideia de que diferentes fatores impactam no processo de escolha dos indivíduos, sejam exteriores ou interiores, reforçando o contraste entre o *homo economicus* e o agente econômico real atuante no contexto socioeconômico. Segundo Thaler e Sunstein (2008),

Quer tenham ou não estudado economia, muitas pessoas parecem, pelo menos implicitamente, concordar com o conceito de que a espécie humana é um *Homo economicus*, ou homem econômico. Esse conceito diz que cada indivíduo sempre pensa e toma decisões de forma correta (...). Mas as pessoas que conhecemos não são assim (...). Esses não são *homo economicus*; são *homo sapiens*.

Thaler e Sunstein (2008) discutem dois conceitos que, ao transcorrer dos anos, orientaram muitas pesquisas comportamentais, como a arquitetura de escolhas e os *nudges*, ou empurrão (tradução livre). A arquitetura de escolha (*choice architecture*), que envolve aspectos do ambiente e/ou contexto que uma decisão é tomada, expressa o modo como as escolhas dos indivíduos podem vir a serem influenciadas e/ou alteradas a partir de uma série de rearranjo de escolhas no contexto em questão. Essa influência parte tanto do setor público – por exemplo, dentro do processo de doação de órgãos –, como do privado – onde se têm as bolsas de estudo, os avisos nas embalagens de cigarro, dentre outros. O arquiteto de escolha é designado a organizar o contexto no qual os indivíduos possam vir a realizar suas escolhas, de modo a influenciá-los (THALER; SUNSTEIN, 2008).

O *nudge* é um *empurrão para a escolha certa*, tendo o potencial de influenciar o comportamento dos indivíduos envolvidos no processo de tomada de decisão sem,

contudo, tolher a sua liberdade de escolha inicial. Em atuação, vale-se do paternalismo libertário, que é “um tipo de paternalismo relativamente fraco, brando e não intrusivo, pois não cria impedimentos ou obstáculos às escolhas” (THALER; SUNSTEIN, 2008). Com aplicações sutis, os nudges são apresentados como uma alternativa para auxiliar o *homo sapiens* em suas decisões, rumo a maximização da utilidade almejada pelo *homo economicus*. Isso se dá em termos que, como pontua Ruas de Carvalho (2014),

Quando grupos tendem a seguir padrões estabelecidos, ignorando quando novos padrões surgem, pode ser um caso de conservadorismo coletivo. Porém, se tal padrão não for o melhor a ser seguido e determinado grupo não veja isto, é o momento de uma orientação ser executada.

A abordagem apresentada por Thaler e Sunstein (2008), sobrepõe uma nova perspectiva à política paternalista, de modo que põe em discussão as teorias sustentadas pela noção do *homo economicus*, acrescentando medidas mais intervencionistas, de caráter paternalista, isentando quaisquer estratégias fundamentadas na manipulação econômica, tais como proibições e/ou imposições (ROCHA, 2021). Portanto, isso é um contrassenso para outros autores, justamente por trabalhar com métodos que tentam encontrar um ponto de equilíbrio entre o paternalismo coercivo e o completo não uso de medidas paternalistas – ponto que será explorado na seção seguinte.

A motivação para as medidas paternalistas libertárias tem sido a busca por auxiliar e guiar os indivíduos em suas decisões, a partir da compreensão e explicação do comportamento humano (ÁVILLA; BIANCHI, 2015). Nesse sentido, essa motivação se dá pelo fato de que, muitas vezes, esses mesmos indivíduos incidem em desvios cognitivos, fazendo com que haja uma assimetria entre o que desejam, segundo seus interesses e objetivos, e o que de fato escolhem, em sua tomada de decisão final. De acordo com a *teoria da dissonância cognitiva* de Festinger (1952), que parte do pressuposto de que muitas vezes os indivíduos entram em contradição, agindo em desacordo com aquilo que pensam e acreditam, os desvios presentes nas escolhas dos indivíduos são bastante presentes e comuns no cotidiano de cada um. Pode-se notar que há uma série de fatores, durante e após os momentos de decisão, que podem gerar conflitos, a economia comportamental, no entanto, propõe reduzi-los, senão, saná-los.

Diversas discussões em torno do *homo economicus* (“homem econômico”) e o *homo sapiens* (“homem real”) foram propiciadas ao longo dos anos, sobretudo a partir da ascensão dos estudos de finanças comportamentais. A análise dessas discussões e

embates convém ser trabalhada, dado que diversas políticas públicas e ações privadas são alvos diretos de tais perspectivas.

A título de finalidade, este trabalho propõe uma análise acerca da condução das medidas comportamentais, inferindo a respeito sobre a transparência das ações que envolvem o ambiente de escolhas e sobre a presença da manipulação durante a criação e aplicação dos nudges. Desse modo, metodologicamente, a pesquisa se utiliza de revisões bibliográficas anteriormente realizadas. Sobretudo o estudo de Hansen e Jespersen (2013) foi utilizado, de modo a analisar detalhadamente as características dos nudges e como isso relaciona-se com o nível de transparência oferecida ao indivíduo receptor da intervenção comportamental.

Além disso, um estudo de caso foi realizado. Utilizando o programa “Pais e cuidadores são construtores de cérebros”, da área de primeira infância, foi analisada a presença das características do nudge e, ainda, seus efeitos sobre as escolhas finais dos participantes, o público alvo. Os estudos e aplicações de nudges na área de primeira infância no Brasil, ainda que recentes, têm crescido ao longo dos anos. Nesse sentido, o estudo de caso objetiva explorar tal temática e conceder insights comportamentais a partir da atuação do programa de parentalidade positiva.

Objetivando discorrer sobre as abordagens em torno dos nudges, pondo em contraste as perspectivas divergentes, tem-se a divisão de cinco seções. Na seção 1, apresentam-se a introdução e contextualização do tema, o problema de pesquisa, a justificativa do trabalho e o objetivo deste. Por sua vez, a seção 2 abrange a fundamentação teórica, onde se encontram apontamentos acerca da Economia Comportamental e sobre a prática dos nudges. Os aspectos contra argumentativos desse campo de estudo, a relação entre paternalismo libertário e coercitivo, e a perspectiva para o andamento dos estudos comportamentais também são discutidos. Na seção 3, tem-se uma exposição mais densa acerca das abordagens dos nudges, seguindo preferencialmente a revisão da pesquisa de Hansen e Jespersen (2013). Com a análise acerca de um programa de parentalidade positiva, a seção 4 apresenta o estudo de caso que investiga as características do nudge e seus efeitos sobre o público alvo. Em conclusão, na seção 5, encontram-se os apontamentos finais das discussões conduzidas durante o trabalho.

Em suma, a presente pesquisa, ao inferir sobre o impacto e intenção dos nudges sobre a liberdade de escolha dos indivíduos, observa, a partir das características de cada nudge, como se dá a dinâmica paternalista libertária e como a manipulação do comportamento dos indivíduos pode ocorrer na prática. Com as conclusões que se chegaram com a pesquisa, sobretudo com o estudo de caso, nota-se a importância da distinção dos tipos de nudges, de modo a notar como a relação dos interesses dos arquitetos de escolha e dos indivíduos, público de cada medida, se dará, isto é, com presença ou não de manipulação e divergência de interesses e objetivos.

## **2 ECONOMIA COMPORTAMENTAL**

Nesta seção são apresentadas as teorias que fundamentaram o trabalho, no qual são abordadas as bases fundamentais dos estudos da Economia Comportamental, com desdobramentos sobre os *nudges* e o paternalismo libertário.

### **2.1 Apontamentos sobre Economia Comportamental**

A Economia Comportamental (*Behavioral Economics*), apoiando-se nos estudos das ciências comportamentais, incumbe à análise econômica aspectos e resultados a partir da psicologia. De modo a elaborar e desenvolver modelos, que expliquem e influenciem de modo prático as ações dos indivíduos, os estudos comportamentais buscam ser o mais próximo possível da realidade (ÁVILLA; BIANCHI, 2015). Segundo Ariely (2008), a área em questão busca entender justamente como prever os padrões não completamente racionais dos seres humanos na hora de fazer suas escolhas.

As raízes desses estudos remontam à década de 1950, quando o economista norte-americano Herbert Alexander Simon expôs suas ideias ao formular a Teoria da Racionalidade Limitada (*Bounded Rationality*). Essa teoria, que conquistou o prêmio Nobel da Economia de 1978, foca no processo de tomada de decisão, a qual, segundo Simon (1986), é o ponto de partida para a análise do comportamento racional ou limitado do indivíduo. A teoria reconhece a existência de limites cognitivos dos indivíduos que afetam seu processo de escolhas, os chamados *vieses*, contudo, a mesma não se utiliza da assertiva da irracionalidade.

Na década de 1970, Daniel Kahneman e Amós Tversky, ambos psicólogos, contribuíram para os estudos comportamentais com a chamada Teoria da Perspectiva

(*Prospect Theory*), discorrendo acerca das escolhas dos indivíduos, as quais, direta ou indiretamente, envolvem riscos e resultados incertos. Segundo Kahneman e Tversky (1974), existem os chamados vieses cognitivos, que se comportam como atalhos mentais, dados como heurísticas, os quais levam a uma série de erros sistemáticos durante os processos decisórios dos indivíduos. Além disso, Kahneman, com a publicação do seu livro *Rápido e devagar: duas formas de pensar* (2012), complementa à análise desses efeitos psicológicos, bem como sociais e econômicos, do indivíduo, os fatores que contribuem para a formação de tais vieses e qual o impacto destes em ações posteriores.

As duas formas de pensar, segundo Kahneman (2012), são apresentadas a partir da *teoria do sistema dual*, que consiste nos dois sistemas que a mente humana funciona: o *sistema 1*, mais rápido e intuitivo, responde com pouco ou esforço mínimo diante de uma operação; e o *sistema 2*, mais lento e controlado, se relaciona com experiências de cunho mais subjetivo. Como o sistema 2 exige maior esforço quando comparado com o sistema 1, é válido notar que este tende a ter uma influência maior sobre o comportamento humano. Há diversos exemplos, individuais e coletivos, que expõem as dificuldades e contradições das escolhas humanas, como os maus hábitos alimentares, os acidentes de trânsito por embriaguez, o descumprimento dos deveres de estado etc. Essa inconsistência entre aquilo que se espera ser feito ou alcançado em longo prazo e o que realmente é feito no curto prazo aponta para o impacto que o sistema 1 tem sobre as ações humanas, em vez da cautela e constância que parte do sistema 2. De acordo com Weijers, Koning e Paas (2021),

A proposta falta de racionalidade do sistema 1 faz com que dicas ambientais aparentemente sem importância tenham um sério impacto no comportamento, enquanto para o sistema 2, essas dicas deveriam ser irrelevantes. O pressuposto central da teoria subjacente ao nudge é que, em vez de tentar contornar ou combater a proposta falta de racionalidade do sistema 1, [o nudge] deve ser aceito e usado de maneira positiva, (...) para orientar as pessoas em direção a melhores decisões [p. 3, tradução livre].

Os estudos elaborados e defendidos pelos analistas comportamentais, economistas ou psicólogos, justificam-se, também, à luz da *teoria da dissonância cognitiva*. Apresentada por Leon Festinger, esta teoria contempla diversos aspectos cognitivos do ser humano, declarando que a dissonância é a existência de relações discordantes entre cognições, ao passo que a “dissonância cognitiva pode ser

considerada uma condição antecedente que leva à atividade orientada para a redução da dissonância, tal como a fome conduz à atividade orientada no sentido de redução da fome” (FESTINGER, 1957, p. 13).

Uma vez que, segundo Festinger (1957, p. 36), “as manifestações da operação dessas pressões [que reduzem a existência da dissonância], incluem mudanças de comportamento, mudanças de cognição e exposição circunspecta a novas informações e novas opiniões”, os nudges, trabalhados em Thaler e Sunstein (2008, p.82), são cabíveis em situações cujas escolhas são “difíceis, raras e oferecem pouco feedback; e aquelas cuja relação entre escolha e experiência é ambígua”.

Os seres humanos “incidem em vários desvios”, o que aponta para o fato de que os modelos econômicos, como também algumas intervenções, estabelecidos incorrem em várias previsões desfavoráveis (THALER, 2015). Partindo disso, o nudge veio a ser amplamente utilizado. Esse “cutucão” ou “empurrão para a escolha certa” guia o indivíduo ou um grupo a uma determinada escolha, levando-os a melhor administrar suas decisões, embora sem tolher a liberdade do mesmo (THALER; SUNSTEIN, 2008). Os formadores de nudges se propõem a desenvolver políticas efetivas que influenciam os comportamentos humanos sem restringir sua liberdade de escolha, com mais taxações etc. Arranjos simples, práticos e de baixo custo são o que formam os nudges e possibilitam que estes customizem o ambiente de escolhas para um fim previamente estudado e almejado. Afirma Thaler (2018), que o nudge não foi inventado, apenas uma palavra foi dada a esse tipo de ação, visto que as pessoas desde sempre o utilizavam ao tentarem influenciar outras.

### *2.1.1 Nudging*

Primordialmente, os nudges são ferramentas introduzidas ao campo político para auxiliar os indivíduos a tomarem melhores decisões, depois isto se estendeu aos mais diversos domínios, tendo sempre o comportamento humano como peça chave para o desenvolvimento dessas estratégias. Cass Sunstein, fazendo o uso de metáfora, correlaciona o papel do nudge ao do GPS (*Global Positioning System*): pessoas que o utilizam sabem, na maioria das vezes, o destino que alcançar, no entanto, recorrem à ajuda para melhor se orientarem na escolha do caminho a ser tomado, otimizando o tempo e a escolha final. Segundo Sunstein (2014),

No dia a dia, o GPS é um exemplo de nudge, assim como um aplicativo que diz às pessoas quantas calorias consumiram no dia anterior (...). É verdade que alguns nudges são descritos apropriadamente como uma forma de “paternalismo leve” porque guiam as pessoas em certa direção. Porém, mesmo quando isso acontece, os nudges são formulados especificamente para preservar a plena liberdade de escolha. Um GPS guia as pessoas em certa direção, mas elas têm liberdade para escolher sua própria rota.

A teoria comportamental, com o uso dos nudges e da arquitetura de escolhas, se utiliza de insights e ações que influenciam direta ou indiretamente o processo de decisão de indivíduos, de modo que o resultado seja positivo, para o agente e o indivíduo receptor do nudging. Evitando o uso de intervenções forçadas ou mesmo grandes legislações, o nudge, segundo os pesquisadores comportamentais, é desenhado para ser fácil, simples e de baixo custo, de modo que o resultado pode ser ainda em curto prazo.

Figura 1 - Pinturas nas escadas



Fonte: <https://pt.quora.com/>

Figura 2 - Quem é o melhor jogador do mundo?



Fonte: <https://pt.quora.com/>

Figura 3 - Bananas sozinhas



Fonte: <https://pt.quora.com/>

As figuras acima demonstram como os insights comportamentais aplicados por arquitetos de escolhas podem promover bem-estar social. Na Figura 1 tem-se o incentivo a pedestres que desejam ficar parados nas escadas rolantes manterem-se em um lado específico das escadas, permitindo a passagem livre para outros que desejam andar, simplesmente com o uso de sinalização. Em seguida, com a Figura 2, observa-se

o incentivo ao descarte correto dos cigarros utilizados, como forma de evitar a poluição nas ruas. Isso se deu através de uma divertida e simples pesquisa de opinião: “*quem é o melhor jogador do mundo?*”. Finalmente, na Figura 3, de modo a evitar o desperdício de bananas, aquelas que foram “deixadas sozinhas” foram reunidas em um recipiente para estimular a escolha dos consumidores. Esses exemplos mostram simples nudges que apontam para o fato de que a teoria e a prática do nudging destacam-se cada vez mais na comunidade acadêmica, como também nas atividades práticas de empresas e grupos independentes, além de serem aplicados com aprofundamento em alguns setores.

A *The Danish Nudge Unit*, com o objetivo de fazer com que as pessoas comessem mais alimentos saudáveis, propôs um simples experimento: antes, no ambiente de trabalho de uma empresa, um buffet com maçãs e pedaços de bolos eram oferecidos em uma mesa para consumo livre. Em média por pessoa, 13 gramas de maçãs foram consumidas, enquanto o consumo de bolo foi 94 gramas. Fazendo o uso do viés da unidade, o buffet oferecido passou por mudanças. O bolo passou a ser ofertado em pedaços menores e as maçãs, que anteriormente eram dispostas inteiras, agora, foram colocadas em fatias. O resultado é que uma menor quantidade de bolo foi consumida, de 94 para 61 gramas, e o consumo de maçãs aumentou de 13 para 20 gramas. Um nudge aplicado com resultados positivos e observáveis.

Em 2010, no Reino Unido, a *Behavioural Insights Team* (BIT) foi criada a fim de desenvolver e aplicar insights comportamentais, trabalhando com governos, empresas, corporações e outros, de modo a aprimorarem suas atividades através de uma melhor compreensão acerca do comportamento humano. Ao longo dos anos expandiu-se, trazendo resultados positivos em pesquisa e atividades extras, como, vale notar, o exercício de construção de relacionamento em que é identificado semelhanças entre tutores e alunos, promovendo, assim, a frequência destes em sessões de tutoria. Estima-se o aumento em 4,2 pontos percentuais, que, aplicados na extensão do Programa Nacional de Tutoria, resultaria em cerca de 3 milhões a mais de horas de tutoria, com progresso de 600.000 adicionais na escola para os alunos em questão. Outra ação da BIT é a *Gambling Policy & Research Unit*, lançada em setembro de 2021. Esta unidade experimentou, através de uma série de testes, como os comportamentos humanos durante jogos de apostas são moldados a partir de como são apresentadas as probabilidades existentes. Descobriu-se que ao esclarecer a maneira como as probabilidades existentes no jogo são dispostas, enfatizando quando os

jogadores podem perder, aumenta a compreensão das probabilidades em 3 pontos percentuais, atingindo uma marca de 14%. Com o estudo ampliado, a unidade estima que essa melhor compreensão das probabilidades provocaria um resultado aproximado de 184.000 pessoas a menos assumindo os riscos e optando por jogar quando o jogo não está favorável para elas.

No Brasil, por seu turno, a Fundação João Goulart criou a *NudgeRio*, uma unidade de ciência comportamental aplicada às políticas públicas, tornando a cidade do Rio de Janeiro pioneira na aplicação do nudge. Um projeto da organização que se destacou foi realizado na área da educação. Com o objetivo de reduzir as filas para a matrícula escolar, evitando desistências e outros impasses, por exemplo, o website de matrículas foi redesenhado, tornando-o de mais fácil e sugestivo acesso, além de que mensagens de encorajamento e esclarecimento para os pais e cuidadores foram realizadas, de modo mapeado e estratégico. Segundo as análises da *NudgeRio*, o número de matrículas online em comparação ao grupo controle aumentou mais de 50%, contribuindo, assim, para a redução das filas e do desconforto na hora da matrícula presencial, bem como os custos e recursos utilizados nessas atividades (MORATO DE ANDRADE, 2019).

A partir do supracitado, tem-se que os indivíduos, de acordo com Thaler (2015), são passíveis de erros com escolhas influenciadas pelos sentimentos e pelo contexto em que estão inseridos. Segundo o mesmo, “quando todos os economistas (...) estiverem dispostos a incorporar variáveis importantes no seu trabalho, (...) toda a economia será tão comportamental quanto necessária” (THALER, 2015, p. 367).

### *2.1.2 Nudge e Sludge*

Por ser um incentivo comportamental de ordem que modifica o ambiente de escolhas dos indivíduos, os nudges necessitam ser bem articulados, sobretudo quando incorporados nas intervenções públicas e/ou privadas. O arquiteto de escolha deve ser responsável ao trabalhar com os nudges, evitando que os estímulos comportamentais utilizados não venham a comprometer a preservação da liberdade dos indivíduos.

Muito embora, esse seja um pilar importante durante o delineamento dos nudges e de toda a Economia Comportamental, é possível que os vieses existentes sejam remanejados de modo a gerar conflitos morais. Ou seja, a tomada de decisão do

indivíduo em questão é atrasada ou mesmo impedida, pelo rearranjo do ambiente que lhe é apresentado. Segundo Thaler (2018), as mesmas estratégias utilizadas para desenhar e estabelecer os nudges, também podem vir a ser utilizadas para fins não tão benevolentes. A isso dá-se o nome de *sludge*. Basicamente, nos casos em que, por exemplo, certo grupo de agentes ou uma empresa dificulta o plano de ação do indivíduo, comprometendo a sua escolha final, está acontecendo um *sludge*. A título de comparação, é apresentado o quadro a seguir.

Quadro 1 - Estrutura do nudge e do *sludge*

	<b>Facilita a tomada de decisão</b>	<b>Impedir a tomada de decisão</b>
<b>Ajuda os consumidores</b>	<i>Nudge</i> : facilita as coisas para os usuários finais;	Pontos de decisão ou períodos de reflexão: que estimulam a vigilância e a consideração;
<b>Prejudica os consumidores</b>	“ <i>Nudge para o mal</i> ” ou “ <i>padrões obscuros</i> ”: facilita a escolha para o bem estar (armadilhas nas assinaturas, compras adicionais etc.)	<i>Sludge</i> : dificulta o cancelamento de assinaturas, a devolução de produtos, a mudança nos termos de privacidade etc.

Fonte: Soman *et al.*, 2019, adaptado pela autora.

Segundo Sunstein (2021), além de impedir os indivíduos de tomarem a decisão de sua escolha, o *sludge* pode vir a infringir a própria dignidade humana. Com a utilização dos *sludges*, os agentes são capazes de “envolver intervenções caras ou difíceis de evitar de forma proposital, com o intuito de fazer com que os indivíduos afetados não tomem atitudes que poderiam tomar, ou intervenções que não são paternalistas”, de modo que o benefício resultante dessa arquitetura de escolha é concedido ao próprio criador do *sludge* ou aquilo que o representa, negligenciando a vontade do indivíduo em questão (RODRIGUES JUNIOR, 2020).

O banco americano Wells Fargo serve de exemplo por ter tomado uma medida desenhada em forma de *sludge*, segundo o próprio Richard Thaler. Cerca de 110.000 clientes do banco receberam, de forma indevida, cobrança de taxas adicionais. O reembolso por essas taxas, ainda que possível, era extremamente difícil de ser alcançado, sendo preciso o preenchimento de um formulário e o envio para o banco

Wells Fargo. Os organizadores dessa medida previam que metade ou menos dos clientes recorressem de fato ao reembolso, devido à dificuldade estabelecida. Como resultado, mais de 16 milhões de pessoas, que foram clientes entre 2011 a 2022, deveriam ser indenizadas o mais breve possível, conforme se estabelece no órgão de proteção ao consumidor.

De acordo com Thaler (2018),

(...) sludge pode assumir duas formas. Pode desencorajar qualquer comportamento que seja do melhor interesse de uma pessoa, como reivindicar um desconto ou crédito fiscal e pode encorajar um comportamento autodestrutivo, como investir em um negócio que é bom demais para ser verdade. Vamos continuar a encorajar todos a realizar o nudge para o bem, mas vamos também exortar aqueles dos setores público e privado para se engajarem em campanhas que evitem o sludge. Menos sludge fará do mundo um lugar melhor [tradução livre].

A tomada de decisão do indivíduo frente às medidas provenientes da arquitetura de escolha provocam muitas discussões, mesmo por parte dos economistas comportamentais, uma vez que, como afirma Soman *et al.* (2019), no processo de tornar as escolhas mais fáceis, isso também traz uma possível consequência negativa. Sendo os indivíduos seres multifacetados e complexos, isto é, com diferentes aspirações, necessidades e desejos, torna-se um tanto quanto difícil a mensuração ou mesmo a compreensão de qual seja a escolha ótima de cada indivíduo em particular.

A assertiva de que os indivíduos, na maioria das vezes, não agem de modo a garantirem o que é melhor para si, sustentada pela existência dos vieses nas escolhas, justifica-se por diversos exemplos, como supracitado no texto. Destaca-se, por seu turno, o fato de que também os arquitetos de escolhas, indivíduos atuantes na sociedade em geral, podem incorrer no mesmo impasse, qual seja, a influência negativa dos desvios cognitivos que comprometem a análise acertada das escolhas e das ações. Como afirma Simon e Tagliabue (2018, p. 94),

Nesse e em muitos outros casos, os debates éticos sobre a legitimidade para o controle do comportamento surgem naturalmente: quem controla os controladores? Humanos e não humanos estão sujeitos ao controle do comportamento muito antes de a análise do comportamento e os nudges surgirem.

## 2.2 Paternalismo: libertário ou coercivo?

O termo paternalismo, com raiz latina *pater*, que significa *pai*, embora seja de origem anglo-saxã, é amplamente definido por diversos autores. De acordo com Dworkin (2020), “paternalismo é a interferência de um estado ou de um indivíduo em outra pessoa, contra sua vontade, e defendida ou motivada por uma alegação de que a pessoa na qual interferiu estará em melhor situação ou protegida de danos”. Muito embora, “o paternalismo pode ser legítimo e útil à sociedade”, uma vez que, um Estado ou mesmo um pai, por exemplo, pode vir a intervir necessária e precisamente na vida de algum indivíduo à margem (MARTINELLI, 2010, p. 96).

O paternalismo coercitivo, justificado por Conly (2017), acontece em intervenções que visam restringir as possibilidades de escolha, em vias de propiciar o bem-estar do indivíduo em questão. Essa posição é assumida a partir do reconhecimento de que muitas vezes os indivíduos não otimizam sua tomada de decisão, realizando escolhas ruins que prejudicam a si e a terceiros.

A base teórica do paternalismo coercitivo, quanto a limitação cognitiva do indivíduo, assemelha-se em certa medida àquela elaborada por Thaler e Sunstein (2008), com a diferença de que estes envolvem e unem duas teorias contraditórias: paternalismo e o libertarianismo. Thaler e Sunstein (2008), ao criarem o modelo de paternalismo libertário, discordam do fato de este ser um termo oxímoro - que se refere ao uso de palavras de sentidos opostos que, quando combinadas, reforçam a afirmação. Afirmam que o termo paternalismo em uso não deve ser considerado pejorativo, mas sim, descritivo, uma vez que é comum as ações dos indivíduos serem influenciadas por fatores externos. Desse modo, o paternalismo libertário é um tipo de paternalismo, porém mais brando e não intrusivo, justamente porque as escolhas não são impedidas (THALER; SUNSTEIN, 2003).

O paternalismo libertário, de acordo com Thaler e Sunstein (2008), é uma teoria normativa para a construção de políticas, públicas ou privadas, e com sua inserção às ciências econômicas, buscou-se tornar os modelos anteriormente apresentados pela academia mais explicativos e preditivos a partir da análise do comportamento. Reforçando isto, tem-se, segundo Barbosa (2015):

As escolhas dos indivíduos, de uma maneira geral, são inevitavelmente influenciadas por determinados padrões de regras, consequências e pelos pontos de partida das suas decisões. Isto é, as

escolhas feitas pelos seres humanos são extremamente sensíveis aos contextos em que estão inseridas [GUL; PESENDORFER. 2005, p. 9] e por isso seria legítima a influência no comportamento e principalmente nos processos decisórios dos indivíduos, para que estes tornem suas vidas “mais longas, saudáveis e melhores”, como foi colocado pelos autores [Thaler e Sunstein].

Os defensores do paternalismo libertário declaram que a posição chave em que os nudges são trabalhados consiste, primeiramente, na escolha ótima existente entre a proposta coercitiva e a paternalista. Pois que “um sistema com limitada liberdade de escolha pode ser um bom exemplo de paternalismo libertário em pleno funcionamento” (THALER; SUNSTEIN, 2008, p. 232).

Em contrapartida, como visto na última seção, ações que se baseiam no paternalismo libertário por vezes são criticadas sob o ponto de ferirem os princípios éticos dos indivíduos, manipulando os mesmos. Nota-se com White (2013), a defesa pela exclusão das intervenções exageradas por parte do setor público, em função da liberdade individual. É exposto, ainda, que os paternalistas se desviam dos interesses próprios de cada cidadão quando impõem seus próprios valores e objetivos, de modo que as políticas e as intervenções que daí surgem são de caráter coercitivo.

Conly (2013) afirma que os nudges utilizam-se de maneiras para contornar o raciocínio do indivíduo, não para colocá-lo em uso e evidência, de modo que, em vez de partir do princípio que as pessoas buscam a maximização do seu bem-estar, os arquitetos de escolha visam expor o que seria melhor para o próprio indivíduo. Com o fito de aprofundar mais nesse assunto, a seção a seguir é elaborada explorando as perspectivas e abordagens em torno dos nudges, a partir de estudos da área.

### **3 NUDGES E A MANIPULAÇÃO DA ESCOLHA**

Ao transcorrer dos anos, a abordagem dos nudges despertou uma série de críticas, tanto em termos políticos, práticos e, sobretudo, éticos. Contudo, os nudges podem vir a ser tão complexos de modo que os seus impactos superam quaisquer especulações, fazendo-se necessário um aprofundamento em torno de sua teoria e de suas características.

A presente seção segue a estrutura proposta por Hansen e Jespersen (2013), distinguindo os tipos de nudges, além de analisar a relação deste com a transparência.

Uma matriz é expressa ao final com a categorização de tais nudges, de modo a esclarecer suas intenções e estratégias.

### **3.1 Abordagem nudge e mudança comportamental**

Durante o processo de formulação de políticas públicas, além da coleta e conversão de estatísticas em informações úteis para análise e solução da problemática, é necessário que se tenha conhecimento, o mais acertado possível, acerca das preferências do público envolvido.

A afirmativa de que os nudges funcionam sob manipulação de escolha não somente fere os princípios por detrás das formulações de políticas públicas - liberdade de escolha, deliberação e diálogo com o público -, como também provoca uma série de outras críticas a respeito da legitimidade e da eficácia do uso dos nudges em política públicas (HANSEN; JESPERSEN, 2013). Contudo, de acordo com os mesmos autores, tal afirmativa é simplista, necessitando de uma análise mais profunda e ampla acerca dos nudges e da teoria que o fundamenta.

A premissa fundamental de Thaler e Sunstein (2008) é que os indivíduos, em vez de agirem de modo perfeitamente racional, são, por vezes, sistematicamente influenciados pelo contexto que o cercam. Definem nudge como uma forma de influenciar a escolha sem limitar o ambiente de escolha ou mesmo tornando este em um ambiente alternativo, com custos para a tomada de escolha - seja aumentando ou dificultando o tempo durante a escolha, seja com taxações ou outros impasses, anteriormente inexistentes (THALER; SUNSTEIN; 2008). Em segundo plano, de acordo com Hausman e Welch (2010), o nudge é caracterizado como uma intervenção intencional, de modo que uma parte influencia a escolha da outra parte. Ainda que exista a possibilidade de que a escolha inicial seja a mesma daquela posteriormente influenciada, é algo remoto, dado que é mais comum acontecer justamente o contrário.

Com o fito de melhor guiar a discussão, a definição de nudge apresentada por Hansen e Jespersen (2013), e a que será utilizada nesta seção, é segundo se segue:

Sugerimos que um nudge, daqui em diante, é melhor compreendido como uma tentativa intencional de influenciar a escolha, embora seja aceito que as configurações de qualquer contexto de tomada de decisão podem acidentalmente influenciar a escolha e o comportamento de formas previsíveis também (...). A noção de “nudge”, então, somente deve se aplicar quando alguém

intencionalmente tenta influenciar nosso comportamento sem o uso de regulamentações ou através de incentivos [p. 10, tradução livre]

Utilizar a abordagem nudge como meio de influenciar os indivíduos, seja nas formulações de políticas públicas ou em qualquer outra ação da arquitetura de escolha, pode enfrentar uma série de obstáculos, tal como a anteriormente apresentada no texto, a saber: conhecimento acertado e consistente a respeito das preferências dos próprios indivíduos. Isto não se torna um problema sobre a abordagem nudge em si, mas sim sobre um pilar que a formulou, a questão do paternalismo libertário - também supracitado. A noção de liberdade é notoriamente avessa à noção de manipulação de escolha. Partindo de uma política paternalista libertária ou não, se os nudges funcionam sob manipulação, então, realmente, os cidadãos não exercem sua liberdade de escolha, dado que suas escolhas serão contrariadas a partir da mudança de comportamento proposta pelo nudge (HAUSMAN; JESPERSEN, 2013).

### 3.2 Processo dual e os tipos de nudges

Kahneman (2012) afirma que, enquanto o sistema 2 é encarregado do autocontrole, dominando os impulsos existentes, o sistema 1, intuitivo e automático, exerce maior influência sobre o comportamento do indivíduo quando o sistema 2 está ocupado com outro fato. Ainda que cada sistema atue de modo particular, como se observa no Quadro 2, é interessante notar que, dentro da teoria do processo dual (KAHNEMAN; TVERSKY, 1979), um dado comportamento pode ser oriundo de qualquer um dos dois modos de pensar.

Quadro 2 - Dois modos cognitivos de pensar

<b>Sistema 1 Pensamento automático</b>	<b>Sistema 2 Pensamento reflexivo</b>
Incontrolável;	Controlável;
Sem esforço;	Esforçado;
Associativo;	Dedutivo;
Rápido;	Lento;
Inconsciente;	Autoconsciente;
Especializado.	Seguidor de regras.

Fonte: Hansen e Jespersen (2013), adaptado pela autora.

Contudo, como destaca Hansen e Jespersen (2013):

É crucial notar que a teoria do processo dual não implica que um determinado comportamento seja mantido ou resulte exclusivamente de um ou outro modo de pensar. Enquanto o pensamento automático opera por si próprio, o pensamento reflexivo opera em premissas e em um contexto proporcionado por processos automáticos (...). Em outras palavras, os pensamentos automático e reflexivo podem interagir, e este sempre parece depender de uma forma ou de outra daquele, enquanto que o oposto não é verdadeiro [p. 14, tradução livre].

Outro aspecto fundamental para compreensão e guia da discussão em torno da questão de manipulação dos nudges é a diferença dos conceitos “escolha” e “comportamento” - em inglês, respectivamente, *choice* e *behaviour* -, como se nota no Quadro 3. Enquanto a escolha é o resultado final da intervenção do pensamento reflexivo (Sistema 2), o comportamento é uma ação não voluntária resultante do pensamento automático (Sistema 1). A partir disso, Hansen e Jespersen (2013) classificam os nudges em *tipo 1* e *tipo 2*, de modo que ambos os tipos podem afetar o modo automático de se pensar. Contudo, os nudges tipo 2 influenciam o pensamento reflexivo por meio do pensamento automático, enquanto que os nudges tipo 1 influenciam o modo automático sem envolver qualquer aspecto do modo reflexivo. Em suma, o *nudging* sempre irá afetar o modo automático e intuitivo de se pensar, isto é, sistema 1, mas não necessariamente irá envolver o modo reflexivo e racional, isto é, o sistema 2 (HANSEN; JESPERSEN, 2013).

Quadro 3 - Resumo sobre os conceitos

<b>Sistema 1</b>	<b>Sistema 2</b>	<b>Escolha</b>	<b>Comportamento</b>
Intuitivo e automático;	Reflexivo e racional;	Resultado final de uma intervenção sobre o sistema 2;	Consequência de outra ação resultante do sistema 1.

Fonte: Hansen e Jespersen (2013), elaborado pela autora.

O exemplo destacado por Thaler e Sunstein (2008), a mosca nos urinóis de Amsterdam, demonstrado pela Figura 4, é um nudge tipo 2. Essa arquitetura de escolha, que reduziu em 80% a quantidade de urina que cai para fora do urinol, atuou - e ainda atua, em outros locais pelo mundo -, atraindo o modo reflexivo de se pensar. Como resultado, o indivíduo decidindo apontar para a mosca ou não, a probabilidade de concentração no ato atual aumenta, conferindo êxito para o nudge aplicado. Por sua vez, um exemplo de nudge tipo 1 é dado segundo o estudo de Wansink (2008). A partir da

alteração dos tamanhos dos pratos e dos copos, é possível influenciar a ingestão calórica dos indivíduos. Ao influenciar as pessoas para mudarem seu comportamento, esse nudge se dá sem a utilização do pensamento reflexivo.

Figura 4 - Mosca no urinol



Fonte: <http://financascomportamentais.blogspot.com/2011/02/na-mosca.html>

Diante disso, destaca-se que os nudges tipo 1 “são aqueles que influenciam comportamentos que não envolvem deliberação, julgamento e escolha”, enquanto que os nudges tipo 2 “são aqueles que influenciam comportamentos melhor caracterizados como ações, resultantes da deliberação, do julgamento e da escolha” (HANSEN; JESPERSEN, 2013, p. 15, tradução livre). A definição supracitada de Hausman e Welch (2010), que expressa os nudges como meios de influenciar a escolha, torna-se, nesse caso, imprecisa, sendo reelabora por Hansen e Jespersen (2013) tal como se segue:

Um nudge é qualquer tentativa de influenciar o comportamento de maneira previsível, sem proibir quaisquer cursos de ações previamente disponíveis ou sem tornar as alternativas consideravelmente mais caras, em termos de tempo, problemas, sanções sociais, etc. (p. 15, tradução livre).

### 3.3 Nudges e as dimensões da transparência

Na abordagem dos nudges, a transparência é um princípio que orienta toda a arquitetura de escolha. Para isso, Thaler e Sunstein (2008) expõem razões normativa e pragmática. Esta razão expressa que, caso o governo adote uma política que poderia não defender publicamente, isso causaria grande impasse. Alinhado a isso, a razão normativa declara que o governo, ao tomar essa medida, deixa de manifestar seu respeito e defesa pelo público, tratando os cidadãos como instrumentos para manipulação própria (THALER; SUNSTEIN, 2008, p. 344).

Ainda de acordo com Thaler e Sunstein (2008),

Alguns poderiam atacar o paternalismo libertário, e também certos tipos de nudge, dizendo que são insidiosos, que permitem a manipulação do governo e ao mesmo tempo fornecem às autoridades excelentes ferramentas que lhes permitem realizar essa tarefa. (...) Para abordar problemas do tipo, devemos mais uma vez nos guiar por um dos nossos princípios orientadores: a transparência.

Há de se notar, porém, que muitos nudges, incluindo alguns dos mencionados até aqui, não são fáceis de visualizar ou mesmo monitorar. De modo geral, os nudges são incompatíveis com o forte princípio de transparência defendido por Thaler e Sunstein (2008), uma vez que desencadeiam alguns impasses, e até um paradoxo ético. O arquiteto de escolha é responsável por analisar e (re)ajustar o ambiente de escolha dos indivíduos, com características sutis e invisíveis dentro do contexto. Características sutis que negligenciam e comprometem a saúde, a riqueza e/ou a felicidade dos indivíduos, o que é antiético, isso partindo de um órgão público ou privado. E características invisíveis que quebram as restrições normativas, as quais proíbem mentiras, dificultando a compreensão dos envolvidos, bem como as suas escolhas.

Na visão de Hansen e Jespersen (2013, p. 17),

(...) um nudge transparente é definido como um nudge fornecido de tal forma que a intenção por trás dele, bem como os meios de mudança comportamental buscados, pode ser razoavelmente esperada pelo agente que está recebendo o nudge como resultado da intervenção.

Além da mosca no urinol, tem-se como exemplo de nudge transparente as marcações em lixeiras, como modo de incentivar o descarte correto de lixo, Figura 5, e

as sinalizações feitas nas escadas, para chamar a atenção dos indivíduos e encorajá-los a utilizarem as escadas fixas, em vez da escada rolante e dos elevadores, na Figura 6. Em Estocolmo, na Suécia, a Volkswagen, utilizando arquitetura de escolha, Figura 7, adaptou as escadas fixas para emitir sons tal qual o piano, o que fez com que mais de 60% das pessoas que passaram pelo local optassem pelo uso destas escadas em vez da rolante. Esses nudges, além de permitirem que o indivíduo note a intenção por detrás da arquitetura de escolha, espera que isso de fato aconteça como forma de garantir a eficácia da ação.

Figura 5 - Marcações nas latas de lixo



Fonte:  
[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4624021/mod\\_resource/content/1/Intro\\_Controladoria\\_Ecec\\_2019\\_nudges%20e%20frame.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4624021/mod_resource/content/1/Intro_Controladoria_Ecec_2019_nudges%20e%20frame.pdf)

Figura 6 - Adaptação visual das escadas, em Hamburgo, Alemanha



Fonte:  
<https://geecusp.wordpress.com/2018/05/21/nudges-e-mobilidade-urbana-como-uma-simples-ideia-melhor-a-seu-caminho/>

Figura 7 - Escada piano, em Estocolmo, Suécia<sup>1</sup>



Fonte:  
<https://geecusp.wordpress.com/2018/05/21/nudges-e-mobilidade-urbana-como-uma-simples-ideia-melhor-a-seu-caminho/>

---

<sup>1</sup> Escada piano - Uma iniciativa da Volkswagen em Stockholm, disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=-d4mqZh6NU>

Em contraposição, os nudges podem ser caracterizados como não transparentes, os quais são elaborados de modo que os indivíduos envolvidos na arquitetura de escolha não reconheçam a intenção por detrás da ação, ou mesmo os meios em que a mudança comportamental ocorrem (HANSEN; JESPERSEN, 2013). O estudo apresentado por Wansink (2008), citado anteriormente, onde se tem a alteração dos tamanhos dos pratos e copos como forma de controlar o volume de ingestão calórica, se encaixa como exemplo de nudge não-transparente. Além disso, a adição de alternativas irrelevantes no conjunto de escolhas, durante a assinatura de uma revista ou na compra de refrigerante, também se caracteriza como nudge não-transparente, uma vez que, se o real motivo dessa adição fosse exposto, as escolhas dos indivíduos seriam diferentes. No caso da revista *The Economist*, durante o processo de assinatura, Figura 8, uma terceira opção de venda foi adicionada justamente com o fito de impactar no processo de escolha do indivíduo, levando-o a escolher um plano de assinatura diferente. De acordo com o experimento realizado pelo professor Dan Ariely, ao apresentar as três opções de assinatura, a última foi a mais escolhida, com 84%, seguida pela primeira opção, com 16%. A opção dois não foi escolhida por nenhum do grupo. Contudo, ao contrário do que se pode inferir, sobre a irrelevância dessa opção, Ariely repetiu o experimento, excluindo a segunda opção, deixando somente a primeira e a terceira forma de assinatura. Notoriamente, a primeira foi mais escolhida, com 68%, do que a segunda, somente com 32%. Ou seja, a opção "irrelevante" no primeiro cenário fez com que a opção 3 parecesse mais vantajosa frente a opção 1.

Figura 8 - Assinaturas *The Economist*

<b>Economist.com</b>	<b>Assinaturas</b>
OPINIÃO	<p><b>Bem-vindo à</b> Central de assinaturas de The Economist</p> <p>Escolha o tipo de assinatura que quer adquirir ou renovar.</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Assinatura Economist.com</b> - US\$ 59.00 Assinatura de um ano de Economist.com Oferece acesso on-line a todas as matérias de <i>The Economist</i> a partir de 1997.</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Assinatura da revista impressa</b> - US\$ 125.00 Assinatura de um ano da edição impressa de <i>The Economist</i>.</p> <p><input type="checkbox"/> <b>Assinatura impressa e na internet</b> - US\$ 125.00 Assinatura de 1 ano da edição impressa de <i>The Economist</i> e acesso on-line a todas as matérias de <i>The Economist</i> a partir de 1997.</p>
MUNDO	
NEGÓCIOS	
FINANÇAS E ECONOMIA	
CIÊNCIA E TECNOLOGIA	
GENTE	
LIVROS & ARTES	
MERCADOS E DADOS	
PASSATEMPOS	

Fonte:

<https://www.linkedin.com/pulse/como-economist-aumentou-seu-faturamento-em-701-atrav%C3%A9s-cruvinel/?originalSubdomain=pt>

A noção de transparência e não-transparência é determinante na avaliação dos nudges como manipulação de escolha. Muitos alegam que a transparência na utilização dos nudges enfraquece a sua abordagem e, por consequência, menos eficazes são suas técnicas e resultados (BOVENS, 2009). Contudo, como visto em alguns dos exemplos acima, há de se notar que existem nudges executados com transparência sem serem interferidos pela mesma. Ao contrário, a eficácia da arquitetura de escolha está intimamente ligada à transparência. Afirma Hansen e Jespersen (2013) que, uma vez que se define manipulação como a pretensão de alterar as escolhas e os comportamentos dos indivíduos através de arranjos dissimulados, enganosos ou, ainda, abusivos, que ferem a liberdade individual de alguma maneira, os nudges não funcionam precisa e necessariamente por meio da manipulação, seja de escolha ou de comportamento. Se um nudge pode vir a ser classificado como transparente, como acima foi demonstrado,

seja antes ou após a intervenção, seria simplista, ou mesmo falso, concluir que a sua abordagem seja exclusivamente de manipulação.

### *3.3.1 Nudges transparentes do tipo 2*

Os nudges do tipo dois são, em resumo, capazes de influenciar o sistema 1, reflexivo e racional, através da ação do sistema 2, intuitivo e automático. A transparência nesse tipo de nudge se dá justamente quando o indivíduo se torna capaz de reconstruir as intenções e os meios por trás da mudança de comportamento almejada (HANSEN; JESPERSEN, 2013, p. 20). Quando um nudge como a “mosca no urinol” é realizado, o meio e a intenção que formularam essa ação estão em evidência. O indivíduo, ao notar isso, desfrutando da sua liberdade de escolha, pode reagir positivamente com os fins propostos pelo nudge ou, ainda, resistir à mudança comportamental proposta.

A utilização de imagens perturbadoras em carteiras de cigarros, Figura 9, que se tornou comum em muitas regiões, pode ser categorizada como um nudge transparente tipo 2. Uma vez que, por colocar em evidência as consequências do fumo excessivo, chama a atenção do consumidor, mas não fere a sua liberdade de escolha de tomar a decisão final. O programa de economia prescritivo Save More Tomorrow (SMarT) - economize mais amanhã, em tradução livre -, elaborado por Thaler e Benartzi (2004), é um nudge que visa auxiliar as pessoas a pouparem mais para o futuro, contornando problemas como: (i) aversão à perda, onde as perdas possuem maior peso do que os ganhos; (ii) falta de autocontrole para poupar no hoje; (iii) procrastinação, e, também, (iv) o fato de que os indivíduos, em geral, tendem a priorizar efeitos e retornos imediatos em detrimentos dos que acontecerão no futuro.

O plano para economizar mais no amanhã esclarece que as pessoas não irão ter suas rendas diminuídas no hoje, mas sim no futuro, tornando o fato mais atrativo, dado que evita o viés de aversão à perda. A opção padrão do programa é a de permanência do programa, embora o indivíduo tenha a liberdade de se ausentar a qualquer momento. Isso aumenta a probabilidade de permanência. Com as três primeiras implantações, que se deram em três diferentes empresas, com estruturas distintas, 78% dos funcionários que receberam o plano aderiram a este, com permanência de 80% até o quarto aumento salarial. As taxas médias de poupança passaram de 3,5% para 13,6% ao longo de 40

meses para aqueles participantes do programa SMarT (THALER; BENARTZI, 2004). Este é, portanto, outro exemplo de um nudge transparente tipo 2.

Figura 9 - Advertência da Anvisa para embalagem de cigarro



Fonte:

<https://g1.globo.com/bemestar/noticia/anvisa-divulga-novas-imagens-de-advertencia-para-embalagens-de-cigarro.ghtml>

De acordo com Hansen e Jespersen (2013, p. 24, tradução livre), essa categoria de nudges funciona de modo a sugerir “escolhas consistentes com as preferências refletidas dos indivíduos”, chamando atenção para “características, ações, preferências e/ou consequências” que possam vir de auxílio para a decisão de escolha do indivíduo. Nesse sentido, os nudges transparentes tipo 2 se comportam como um “nudge libertário”, dado que, não somente em princípio, mas também na prática, fomentam a liberdade de escolha e são menos invasivos que outras medidas de intervenção (HANSEN; JESPERSEN, 2013).

### 3.3.2 Nudges transparentes do tipo 1

Capazes de ativar o sistema automático, sem se utilizar do sistema reflexivo, os nudges tipo 1 podem ser categorizados como transparentes quando a influência sobre o comportamento do indivíduo pode ser notada pelo mesmo. O uso de sinais vermelhos para chamar a atenção, Figura 10, ou mesmo o uso de música mais lenta para acalmar pessoas em determinadas situações são exemplos desses nudges. O indivíduo ao notar tal medida é capaz de reconstruir os meios e as intenções por trás da ação. Como o objetivo é ativar e influenciar o sistema 1, que é automático e intuitivo em suas

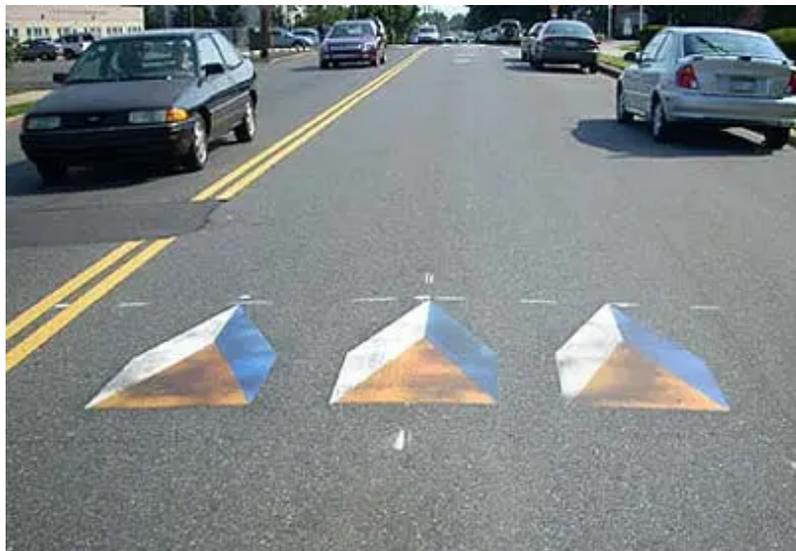
respostas, a mudança de comportamento é quase que inevitável, embora, como dito, o indivíduo detenha da liberdade de reconhecer os meios que estão sendo utilizados, sendo isso uma consequência também direta da intervenção dessa categoria de nudges. Existem nudges desse tipo que são curiosos, como o fato de estar escrito “‘agora você está respirando manualmente’ em um texto, como este, que automaticamente faz com que você respire manualmente” (HANSEN; JESPERSEN, 2013, p. 21, tradução livre).

Figura 10 - Luzes acesas no painel do carro



Fonte: <https://guiatocantins.org/autocenterlajeado/artigo/695/>

Figura 11 - Ilusões de lombadas em Filadélfia



Fonte:

<https://nyc.streetsblog.org/2008/06/19/use-your-illusion-ii-virtual-speed-humps-coming-to-philly/#:~:text=As%20part%20of%20a%20city,chief%20traffic%20engineer%20Charles%20Denny.>

Como tentativa de encorajar os motoristas a dirigirem com maior atenção, evitando a ultrapassagem do limite de velocidade, os administradores do tráfego da

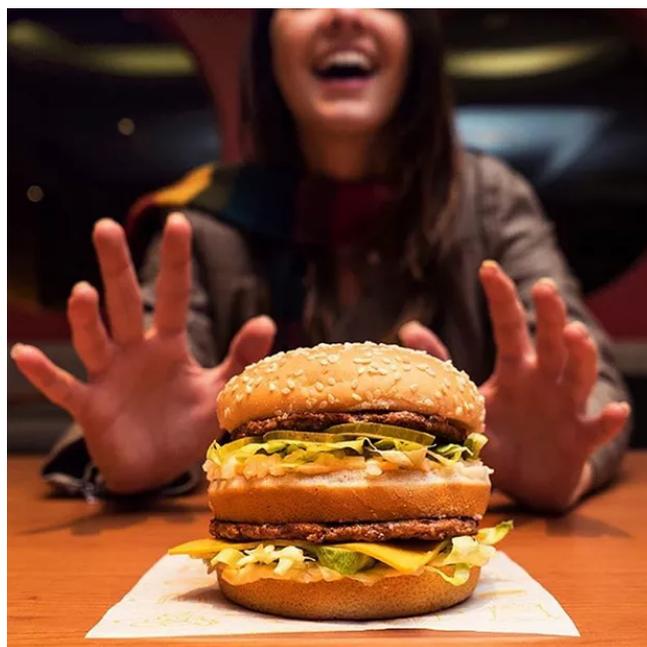
cidade da Filadélfia optaram por utilizar um nudge transparente do tipo 1: desenhos de lombadas foram desenhadas nas pistas provocando ilusão de ótica aos motoristas, como é demonstrado pela Figura 11. De acordo com Hamill (2008), antes, era comum que motoristas ultrapassassem o limite de velocidade, atingindo uma velocidade média de 38 milhas por hora, após a intervenção com os desenhos ilusórios, a velocidade média passou a atingir a marca de 23 mph. Este caso, para Hansen e Jespersen (2013), aponta para o fato de que durante a elaboração de tais nudges, os arquitetos de escolha assumem total responsabilidade por seus efeitos, sejam positivos ou negativos. Para o exemplo citado, caso os motoristas no futuro passem a agir com desrespeito no trânsito, ignorando até mesmo os redutores de velocidade verdadeiros, isso se reflete sobre os interventores.

Ainda que transparente, essa categoria de nudge não é verdadeira e totalmente libertária, pois, uma vez que funciona a partir do sistema automático, quando o indivíduo é exposto a ação, torna-se difícil, senão impossível, livrar-se dos seus efeitos. Nesse sentido, os nudges transparentes tipo 1 são admitidos como manipulação técnica: (i) *manipulação* porque influencia ativamente o comportamento humano, e, mesmo em princípio o indivíduo seja livre para evitar os efeitos da mudança de comportamento, em termos práticos isso dificilmente acontece; e (ii) *técnica* porque não tem como ponto de partida uma manipulação psicológica sobre o indivíduo (HANSEN; JESPERSEN, 2013).

### 3.3.3 Nudges não-transparentes do tipo 2

Os nudges não-transparentes, como notado, são aqueles que não permitem que os indivíduos reconheçam as intenções e os meios por trás da ação. Desse modo, para que os nudges não-transparentes do tipo 2 obtenham sucesso em suas intervenções é necessário que o sistema 2 esteja envolvido. As ações desse tipo de nudge são mais sutis. Por exemplo, a produção de cartazes com rostos humanos para conscientizar o público sobre algo, evitar que pratique alguma ação contra as regras ou mesmo estimulá-lo ao consumo de algo, como se tem em uma propaganda do Big Mac, produto do McDonald's, Figura 12. O marketing, na última década, tem se especializado neste ponto ao promover imagens, como demonstrado pela Figura 13, vídeos e afins que influenciam o consumidor, impactando sua escolha final a partir do seu sistema reflexivo.

Figura 12 - Big Mac



Fonte:

<https://epocanegocios.globo.com/Marketing/noticia/2018/07/epoca-negocios-mcdonalds-cria-moeda-para-celebrar-50-anos-do-big-mac.html>

Figura 13 - Propaganda de marketing do McDonald's Brasil



Fonte: <https://www.mcdonalds.com.br/>

Segundo Hansen e Jespersen (2013), essa categoria contém os nudges mais controversos, uma vez que podem ser utilizados de modo a ignorar as preferências e otimização das escolhas dos indivíduos, priorizando o objetivo do próprio arquiteto de escolha ou do agente que o representa. Essa forma não tão branda de nudge pode ser notada com a Figura 8, anteriormente comentada. Nesse sentido, os “nudges não-transparente do tipo 2 podem ser caracterizados como casos de paternalismo direto” (HANSEN; JESPERSEN, 2013). Ainda que não seja viável evitar ser completamente influenciado pelos arranjos de escolhas comportamentais, como afirma Thaler e Sunstein (2008), o modo como isso acontece pode se dá de diversas formas, e o ponto principal é que, em todas, o respeito pelo indivíduo e sua livre tomada de decisão seja propiciado, favorecendo sua autonomia. Como os nudges do tipo 2 impactam o sistema reflexivo a partir do automático, a não-transparência em suas medidas provoca uma manipulação não de comportamento, mas, sim, de escolha.

#### 3.3.4 Nudges não-transparentes do tipo 1

Finalmente, nesta quarta e última categoria, os nudges provocam uma mudança de comportamento, não utilizando, para isso, o sistema reflexivo, mas somente o automático. Por serem não-transparentes, não permitem que os indivíduos reconheçam e reconstruam as intenções que formularam a ação, mas apenas são influenciados por esta. Um básico exemplo disso é quando se tem a influência sobre a expectativa dos indivíduos: anunciar um tempo de espera maior do que o que realmente acontece, para que as pessoas sintam-se positivamente surpreendidas e satisfeitas.

Uma pesquisa conduzida por Johnson e Goldstein (2003) ofereceu três cenários de escolha para indivíduos norte-americanos: (i) optar ativamente por ser doador de órgãos (*opt-in*); (ii) recusar expressamente que não quer ser doador de órgãos (*opt-out*); (iii) sem nenhuma condição (*default*). O *opt-out* liderou o número de doadores, com 82%, seguido da opção *default*, com 79%, e finalmente o *opt-in* com 42%. O modo como o ambiente de escolha é apresentado influencia significativamente o comportamento final do indivíduo, e os arquitetos de escolha, notando isso, trabalham nessa perspectiva. A alteração dos padrões de escolha, como se dá nesta pesquisa, pode se configurar como um exemplo de nudge não-transparente do tipo 1, uma vez que provoca uma clara mudança de comportamento, a partir da influência sobre o sistema

automático, além de que objetivo por detrás da ação não é reconhecido, ou pelo menos dificilmente o é, por parte dos indivíduos sujeitos.

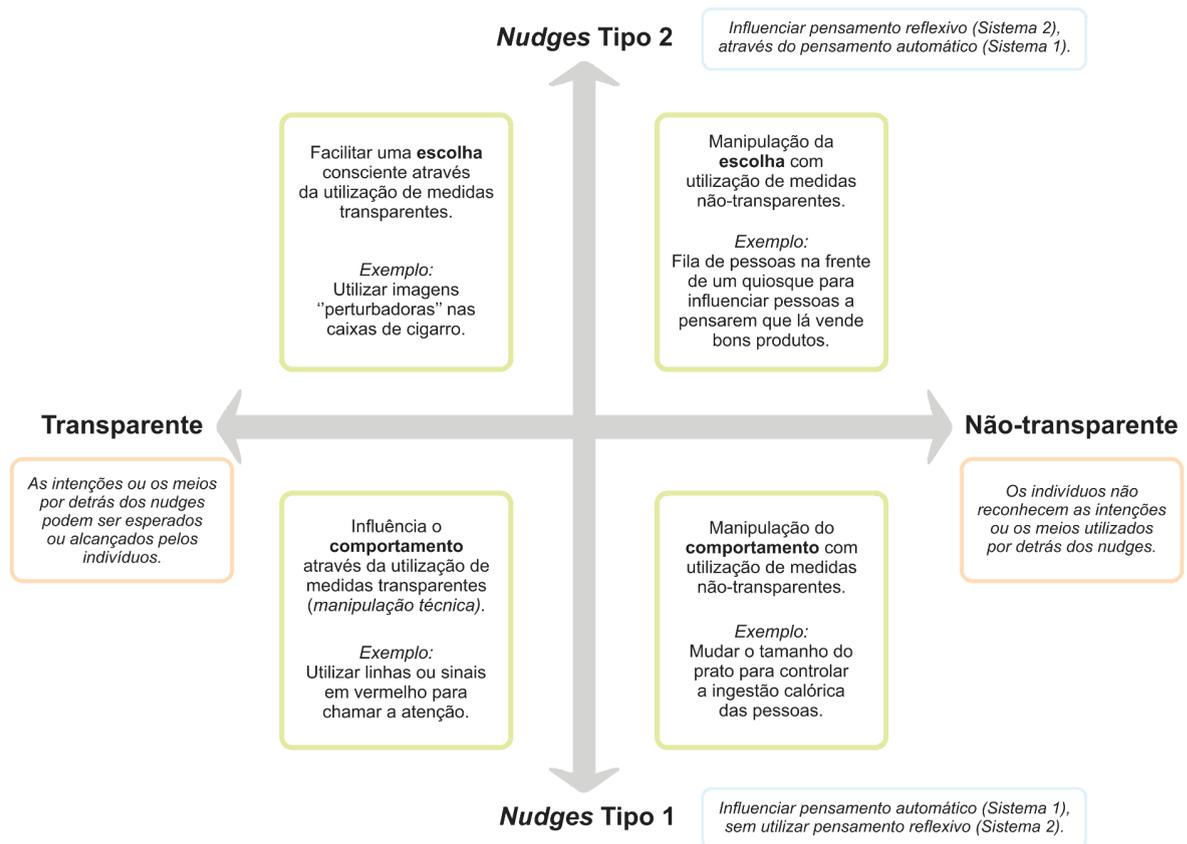
Esta categoria apresenta nudges verdadeiramente paternalistas, com ações que manipulam o comportamento dos indivíduos em termos técnicos e psicológicos. Mesmo que em princípio os indivíduos possam evitar os efeitos de tais medidas, na prática não é isto que acontece, justamente pelo fato de serem não-transparentes. Cabe notar que, segundo Hansen e Jespersen (2013, p. 26, tradução livre):

Os arquitetos de escolha são responsáveis pelos efeitos dos nudges, bem como os possíveis efeitos colaterais, [e] não o cidadão individual, de quem não se pode esperar contornar tais nudges em situações comportamentais complexas inseridas nos contextos cotidianos.

### **3.4 Sobre a categorização dos nudges**

A afirmação de que os nudges são utilizados exclusivamente com o fito de manipular as escolhas dos indivíduos torna-se simplista, quiçá superficial. De modo semelhante, assegurar plenamente que os nudges estão isentos de quaisquer interesses próprios, priorizando majoritariamente os interesses do público atingido, também é um argumento que requer maior atenção, haja vista a variação existente até mesmo na condução de um nudge. De acordo com Hansen e Jespersen (2013), é verdadeiro o fato de que as escolhas e os comportamentos dos indivíduos estão constantemente sendo influenciados pelo contexto que os cerca. A maneira como esse conhecimento é gerido na formulação e aplicação dos nudges é que dita a intenção principal do nudge e a quem esse majoritariamente beneficia.

Gráfico 1 - Sumário dos tipos de nudges



Fonte: Hansen e Jespersen (2013), elaborado pela autora.

O Gráfico 1 apresenta a identificação dos quatro tipos de nudges discutidos anteriormente. Examinando o impacto dos nudge sobre as escolhas e os comportamentos dos indivíduos, pode-se notar como e quando a intervenção ganha caráter de manipulação ou facilitação para o público com que lida.

Os nudges do tipo 2 impactam na escolha dos indivíduos. Quando se realizam de modo transparente, facilitam a tomada de decisão para que seja consciente e voluntária. Quando se utilizam de medidas não-transparentes, não permitindo que os indivíduos acompanhem os meios e as intenções por trás da ação, podem manipular a escolha final dos mesmos indivíduos, em benefício próprio. Por outro lado, os nudges do tipo 1 influenciam o comportamento dos indivíduos. O uso de medidas transparentes permite que exista uma manipulação técnica, mais branda. Quando as ações são formuladas de forma não-transparente, existe, então, uma manipulação do comportamento, envolvendo os termos técnicos e psicológicos. Como forma de auxiliar essa sumarização o Quadro 4 é fornecido.

Quadro 4 - Categorização dos tipos de nudges

	<b>Transparente</b>	<b>Não-transparente</b>
<b>Sistema 2</b>	Facilitação transparente da escolha consistente	Manipulação de escolha
<b>Sistema 1</b>	Influência transparente sobre o comportamento ( <i>manipulação técnica</i> )	Manipulação não-transparente do comportamento

Fonte: Hansen e Jespersen, 2013, adaptado pela autora.

Em termos de eficácia, é posto ainda em debate qual tipo de nudge domina e se a presença ou não da transparência prejudica isso. Segundo o estudo de Hansen e Jespersen (2013), a transparência, para o caso dos nudges, comporta-se como um filtro ético, de modo a analisar e reconhecer quando eles desviam-se sobremaneira do interesse central do indivíduo, priorizando o interesse de outros. O sucesso de um nudge por vezes não é facilmente transferível para outro diferente setor, ou mesmo se torna inviável, por motivos de objetivos, público alvo etc. (WEIJERS; KONING; PAAS, 2021). A escolha do tipo de nudge torna-se cuidadosa, não somente para fins éticos, como também alcançar o resultado almejado.

#### **4 NUDGE NA PRIMEIRA INFÂNCIA: um exemplo**

Com o objetivo de aprofundar a análise acerca dos tipos de nudges e a existência de manipulação nestes, um estudo de caso isolado é proposto. A prática do nudge tal como ela é desenhada nos dias de hoje é bastante nova em muitas áreas, sobretudo na área da primeira infância. No Brasil, a influência comportamental, embora discreta, tem sido cada vez mais palco para políticas e intervenções que utilizam os nudges.

Desse modo, o presente estudo utiliza-se do projeto “*Pais e cuidadores são construtores de cérebros*” como forma de analisar se este se comporta como um nudge e, a partir disso, quais são os insights comportamentais existentes e a dinâmica entre os arquitetos de escolha.

##### **4.1 Programa de parentalidade**

A primeira infância, fase que envolve o nascimento até os 5 anos de idade, e o período da gravidez inclusive, é de suma importância para o desenvolvimento do indivíduo em todo o seu conjunto: cognitivo, motor, emocional e social (BRENTANI *et*

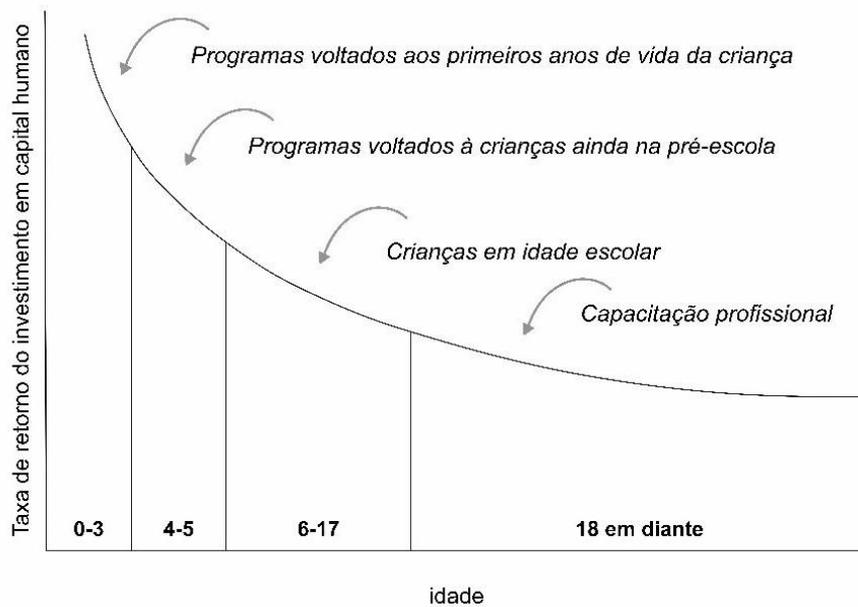
*al.*, 2014). Muito do que acontece durante esse período pode gerar impactos positivos ou negativos a curto e longo prazo, principalmente. Segundo o Comitê Científico do Núcleo Ciência Pela Infância, exposto por Bretani *et al.* (2014) tem-se que,

A aprendizagem inicia-se desde o começo da vida. Muito antes de a criança entrar na escola, enquanto cresce e se desenvolve em todos os domínios (...), ela aprende nos contextos de seus relacionamentos afetivos. Especialmente na primeira infância, a aprendizagem é fortemente influenciada por todo o meio onde a criança se encontra e com o qual interage. A criança aprende no ambiente de seus relacionamentos, que por sua vez afetam todos os aspectos de seu desenvolvimento.

É o vínculo familiar que promove, dentre outros fatores, os cuidados e estímulos fundamentais para o crescimento e desenvolvimento infantil (ANDRADE *et al.*, 2005). Sendo assim, se faz importante que os pais e os cuidadores envolvidos no processo de educação e desenvolvimento da criança estejam dispostos a interagir de forma responsiva, se utilizando de estratégias e atividades inseridas, principalmente, no cotidiano (MANITTO *et al.*, 2016). Esse suporte familiar muitas vezes não é bem estabelecido, não atendendo as necessidades básicas de estímulo ao desenvolvimento infantil. As condições de vulnerabilidade social, oriundas de fatores socioeconômicos, justificam esse ponto.

Por tal, promover ações que preservem e estimulem o desenvolvimento infantil, desde os primeiros anos de vida, produzem resultados para as mais diversas áreas, pessoal e/ou social. Haja vista os programas voltados para a primeira infância, que expõem tais resultados efetivos para a sociedade, garantiram especial destaque em toda a comunidade acadêmica. Segundo os estudos de James Heckman, Gráfico 2, a promoção do desenvolvimento desde os primeiros anos de vida proporciona ganhos econômicos significativos, impactando positivamente os indicadores sociais, econômicos e de saúde (HECKMAN, 2008). Na primeira infância a aprendizagem acontece de forma mais rápida dado a existência da chamada *neuroplasticidade* ou *plasticidade cerebral*, que é a capacidade de mudança do cérebro ao longo do tempo, em termos fisiológicos e estruturais.

Gráfico 2 - Retornos sobre um dólar investido



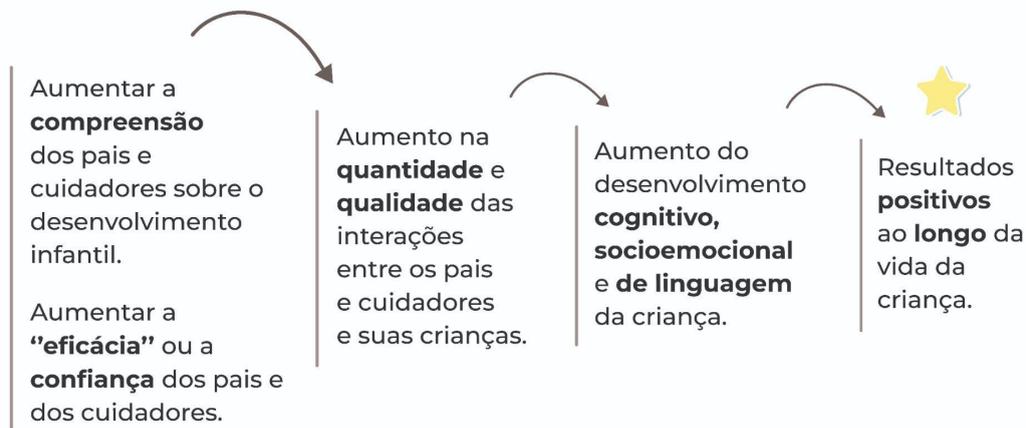
Fonte: Heckman, 2008, adaptado pela autora.

“Pais e cuidadores são construtores de cérebros” é um programa de parentalidade positiva, voltado para a área de primeira infância, onde se tem o objetivo de promover o desenvolvimento infantil com foco no desenvolvimento da linguagem. Atualmente vinculado à Universidade Federal do Ceará (UFC), o currículo do projeto, Figura 15, foi desenvolvido inicialmente por Meredith Rowe, professora da *Harvard Graduate School of Education*, Lizzie Baird, psicóloga e pesquisadora pela *Harvard*, e Flávio Cunha, professor da *Rice Education*.

Visando aproveitar a janela de oportunidades da primeira infância para o desenvolvimento integral da criança, o programa tende a aumentar a compreensão dos pais e cuidadores sobre esse período. A compreensão se estende para os aspectos gerais sobre o desenvolvimento cognitivo, socioemocional e afetivo da criança. Com sessões de conversas mediadas por pesquisadores envolvidos e treinados segundo o currículo proposto, o uso de exemplos do cotidiano, dentro da dinâmica familiar, são notados e estimulados, de modo que os participantes se envolvam e apliquem o conteúdo proposto. É interessante notar que ao longo da intervenção é esclarecido que os resultados de uma primeira infância saudável se observam a curto e longo prazo, com a extensão desses benefícios para a sociedade como um todo. A partir do projeto, se tem por objetivo que os pais e cuidadores reconheçam a importância das interações

responsivas e diárias, e possam colocá-las em prática com suas crianças (CORRÊA, 2023). Isto posto compõe a teoria da mudança utilizada no projeto, simplificada abaixo.

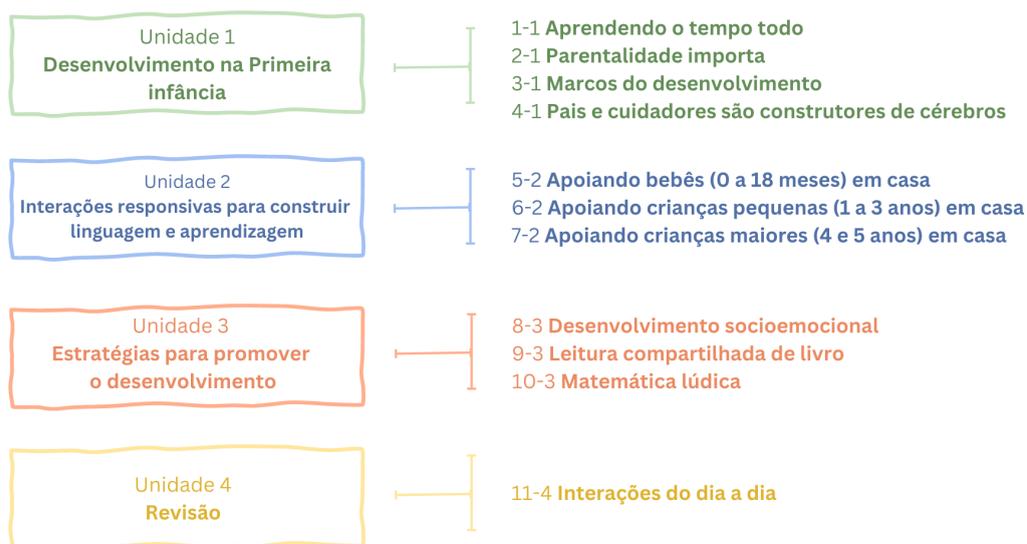
Figura 14 - Teoria da mudança: visual simplificado



Fonte: ROWE, BAIRD, 2020a, adaptado pela autora.

O currículo do programa “Pais e cuidadores são construtores de cérebros”, elaborado por Rowe e Baird (2020a) apresenta quatro unidades, subdivididas em onze sessões. Estas são encontros semanais com até 90min (1h30min) de duração. Cada encontro é conduzido por um(a) facilitador(a), responsável por apresentar o conteúdo de forma clara e concisa aos participantes, e conta com a assistência de um(a) auxiliar. A figura de um ou mais observador também é prevista, de modo que participem das sessões e notem a fidelidade do programa. De acordo com a Figura 15, as quatro unidades previstas são: (i) *desenvolvimento na primeira infância*, são explorados aspectos gerais do tema, bem como o papel de cada pai e cuidador durante o processo de desenvolvimento da criança; (ii) *interações responsivas para construir a linguagem e o aprendizado*, são observadas as faixas etárias da primeira infância de modo particular; (iii) *estratégias para promover o desenvolvimento em casa*, nota-se a parte prática e cotidiana do estímulo ao desenvolvimento, com exposição de exemplos; e, por fim, (iv) *revisão*, com a discussão dos temas gerais de cada unidade e apresentação de conceitos chaves para a promoção da primeira infância.

Figura 15 - Currículo do projeto



Fonte: ROWE, BAIRD, 2020a, adaptado pela autora.

Os participantes são apresentados ao projeto a partir de uma sensibilização que visa expor os objetivos centrais do currículo, além de dar foco ao papel desempenhado pelos pais e cuidadores durante o desenvolvimento infantil. A participação é voluntária e, embora haja o esforço e o cuidado para manter a adesão dos participantes durante os onze encontros, a desistência é sem impedimentos. O contato com os pais e os cuidadores é estabelecido pré e pós intervenção, de modo a estimular a criação de vínculo e promover a permanência durante os encontros. Este contato é realizado via mensagens de texto e ligações, com lembretes e conversas referentes ao projeto. Vale lembrar que, à semelhança de outros projetos de mesmo segmento, o projeto em questão confere certificado aos participantes, de acordo com a carga horária participativa de cada um.

## 4.2 Nudge parental

Diante do que fora exposto a respeito do projeto “Pais e cuidadores são construtores de cérebros”, nota-se como um nudge e qual seu tipo, segundo a categorização exposta na seção anterior.

Com o objetivo de impactar positivamente o desenvolvimento de crianças na fase da primeira infância (0 a 5 anos), o programa concede insights e estratégias aos pais e cuidadores por meio de diálogos objetivos acerca do tema previsto no currículo. Isso é

desenvolvido e viabilizado para ser escalável, haja vista o baixo custo da intervenção e a alta demanda do público. Partindo da definição de Thaler e Sunstein (2008), o projeto configura-se como um nudge, uma vez que serve de *empurrão para a escolha certa*, ao orientar seus participantes sem interferir na tomada de decisão final destes.

Segundo Weijers, Koning e Paas (2021), o propósito principal do nudge é mudar o comportamento de uma pessoa que possui objetivos autoproclamados mas que por si não consegue alcançar. Ou seja, o objetivo é auxiliar a tomada de decisão do indivíduo que, embora reconheça o comportamento que deseja tomar, recorrência do sistema 2, incide em desvios, sob influência do sistema 1. O programa de parentalidade aqui apresentado visa promover esse apoio e estímulo aos participantes. Os objetivos autoproclamados destes referem-se à atitude de parentalidade positiva; a intervenção alinha-se a tais objetivos e estimula a mudança de comportamento na prática cotidiana desses pais e cuidadores, com o uso de interações intencionadas para o desenvolvimento infantil.

Como destacado anteriormente, já no primeiro contato que os participantes têm com o projeto, que se dá através de uma sensibilização, o seu conteúdo e suas finalidades são expostos. Além de serem apresentados ao currículo previsto pela intervenção, os participantes podem reconhecer a intenção e o percurso traçado por esta. Nesse sentido, seguindo a classificação de Hansen e Jespersen (2013), o programa influencia as *escolhas* de seus participantes através de ações *transparentes*, se enquadrando na categoria de um nudge transparente do tipo 2. Vale notar que este tipo de nudge promove a tomada de decisão de acordo com os próprios interesses dos indivíduos, de modo que seus comportamentos podem mudar de modo previsível (HANSEN; JESPERSEN, 2013). Não obstante a isso, os indivíduos são livres para reconhecerem tal influência e tomarem a decisão final que quiserem.

Interessante notar que ao disponibilizar o conhecimento sobre a agenda de primeira infância e os aspectos fundamentais em torno do desenvolvimento infantil, o programa atua como um nudge, facilitando a liberdade de escolha e os auxiliando em situações complexas. Os participantes são estimulados a (re)considerarem suas escolhas perante o desenvolvimento de suas crianças, de modo que, devido a transparência das intenções desse nudge, e sem a presença de medidas manipulativas, a tomada de decisão em si seja considerada uma ação valiosa.

#### 4.2.1 Medindo impacto

Ao longo da intervenção, questionários são repassados aos pais e cuidadores como forma de medir impacto, notar mudanças de comportamento e avaliar a aplicabilidade do programa. Em momentos pré e pós intervenção são realizadas entrevistas em grupo, aos moldes de um grupo focal; as entrevistas também podem ocorrer individualmente após a intervenção.

Para os fins desta pesquisa, foram analisados dois momentos da intervenção, objetivando esclarecer a mudança de comportamento proposta pelo programa. O primeiro analisa o grupo ocorrido de junho a setembro de 2022, no Conjunto Ceará, localizado no município de Fortaleza, e o segundo grupo que aconteceu no município de Caucaia, durante o período de outubro a dezembro de 2022. A partir disso, foram utilizados relatos dos participantes, coletados anteriormente em questionários e entrevistas.

Quando perguntados sobre qual parte das sessões foi mais útil, destacam-se as respostas a seguir:

Relato - mãe de um menino de 3a11m: *“O primeiro encontro [a sensibilização] abriu minha mente; (...) o conteúdo apresentado chamou muito minha atenção para dar continuidade no próximo encontro”.*

Relato - mãe de uma menina de 2a: *“Sou muito grata por ter participado desses encontros, e que eu continue colocando em prática tudo que me foi repassado, para que eu possa desenvolver minha filha (...) para ela entender que eu sou e posso, sim, ser uma mãe responsável, e que eu vou estar sempre disposta a ajudá-la no que ela precisar”.*

O currículo prevê conversas sobre a importância de nomear objetos, situações e sentimentos para as crianças, seja qual for a faixa etária que esteja. A partir disso, em relato, uma participante destaca: *“Quero também deixar claro que eu coloquei muito em prática nas situações em que eu tinha que nomear as coisas. Então, hoje eu nomeio as coisas, tudo, tudo, e eu nomeio com a palavra correta. (...) Hoje o dicionário da minha*

*filha está muito diversificado. As pessoas se admiram do tanto que ela fala, o quanto ela se expressa. E isso também é uma das coisas que nos encontramos, em geral, foi muito importante”. Outra participante também enfatiza: “tudo que foi passado [nos encontros] é totalmente útil, me ensinou e me fez crescer”.*

Por seu turno, diante da pergunta sobre o que mais gostaram no grupo “*Pais e cuidadores são construtores de cérebro*”, destacam-se os seguintes relatos:

Relato - mãe de uma menina de 2a: *“Eu gostei de tudo. O mais interessante é que a partir dessa oportunidade, desse conhecimento, daqueles vídeos, da gente conseguir perceber a importância de a gente estar interagindo, (...) de a gente estar participando da vida dos nossos filhos; eu acredito que tudo naquele momento nos fazia refletir. (...) Então, eu acho que todo esse embasamento, todos esses conteúdos, se a gente colocar em prática, a gente sabe que vamos ter seres humanos melhores no futuro”.*

Relato - pai de uma menina de 3a10m: *“Bom, gostei de muitas coisas. Gostei de todos vocês, a forma como é conduzida a programação dentro das limitações, o conteúdo de fácil explicação e objetividade”.*

Interessante destacar que, sobre a pergunta do que menos gostou no grupo, uma participante relata: *“Porque acabou, simplesmente isso, porque acabou. Eu nunca tinha presenciado esse tipo de coisa”*; ao passo que outro relata: *“O que eu menos gostei foi de não ter participado mais vezes. Gostaria muito de ter participado em todas as etapas. Ótimo o conteúdo”*. Isso aponta para o fato de que a aplicação de nudges em áreas como a primeira infância é de suma importância. Embora haja desafios, sendo necessário explorar mais a pesquisa, tal abordagem é capaz de promover mudanças de mentalidade e comportamento, com resultados que estão para além do público alvo, e se estendendo para toda a formação social.

O intento do programa, de ser transparente com os participantes e, a partir das conversas, estimular o comportamento parental positivo, sem obrigá-los ou restringi-los, pode ser visto à luz do relato de um dos participantes, ao afirmar: *“E eu ficava*

*pensando ‘eles têm tanto conhecimento, mas eles estão querendo nos ouvir, estão querendo saber se a gente está entendendo a importância desse momento’*”. E, por sua vez, no relato de outro participante, a seguir:

Relato - mãe de uma menina de 2a: *“Esses conhecimentos que vocês trouxeram para gente, a tudo minha palavra é ‘gradidão’ por terem compartilhado esse conhecimento que vocês estudaram por tanto tempo, pesquisaram para poder passar para a gente, porque a gente por si só, e eu posso falar por mim, a gente por si só não ia buscar, entendeu?! (...) Então, a gente recebeu isso que é uma coisa que é para a vida toda”*.

Finalmente, cabe destacar que o programa de parentalidade, aqui categorizado como um nudge, estimula os pais e os cuidadores para a tomada de decisão que propicie o desenvolvimento infantil. O objetivo é que isso reproduza resultados já a curto prazo, mas que se estendam ao longo do período. O reflexo desse nudge pode ser notado com o relato a seguir:

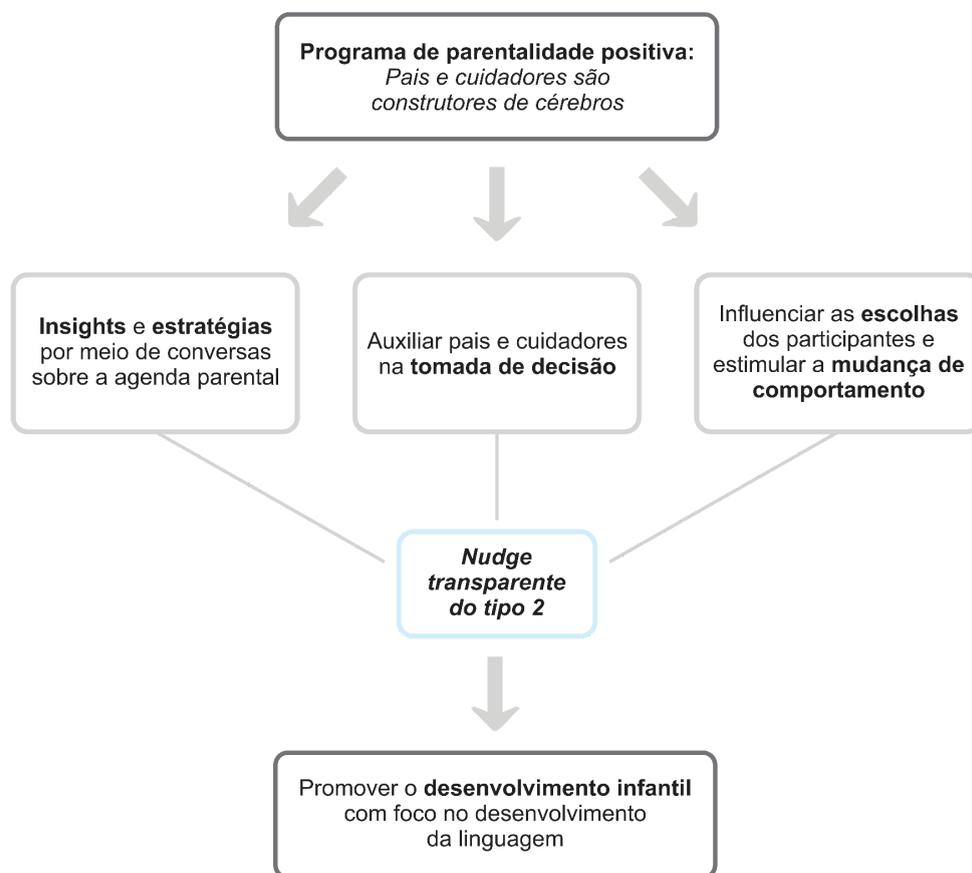
Relato - mãe de um menino de 3a11m: *“[Através do projeto] eu percebi o quanto dou valor a eles [as crianças], e às coisas que passam no dia a dia. Porque um simples momento que eu tenho com eles me mostrou que vai fazer com que eles tenham lá na frente essa lembrança. (...) Eles vão ter que enfrentar muita coisa, mas eles vão poder lembrar que ‘minha mãe me ensinou que era assim, meus obstáculos eu vou vencer’. [O projeto] deu até mais força para a gente entender melhor o lado dos nossos filhos, e nunca desistir deles por nada”*.

#### **4.3 Observações finais**

Tendo em vista as considerações de Weijers, Koning e Paas (2021), os nudges não são capazes de impactar diretamente um objetivo final que fora estabelecido. Para isso, os arquitetos de escolha se utilizam de processos cognitivos de modo a alcançarem a mudança comportamental desejada. Além disso, os mesmos autores afirmam que para se alcançar mudanças de comportamentos contínuas, com impacto de longo prazo, se faz necessário a utilização dos nudges do tipo 2, resultado da característica reflexiva.

O programa de parentalidade positiva, nudge transparente do tipo 2, se beneficia de suas características para facilitar as escolhas de seus participantes e, a partir disso, proporcionar a mudança comportamental desejada. Com o objetivo de promover o desenvolvimento infantil, a partir da construção da linguagem, o nudge parental se utiliza de processos cognitivos e subjacentes (WEIJERS; KONING; PAAS, 2021), a saber o conhecimento e as estratégias disponibilizadas aos pais e cuidadores, com o fito de alcançar com sucesso o objetivo estabelecido e, além disso, promover uma mudança comportamental contínua. Isto é notado e resumido na Figura 16, a seguir.

Figura 16 - Nudge parental



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Em um cenário de desigualdade social e diferentes níveis de acesso ao conhecimento, a aplicação de um nudge parental, como medida de baixo custo e resultado efetivo, se faz de suma importância, tanto para o desenvolvimento pessoal daqueles que são o público alvo da intervenção, quanto para a sociedade como um todo, que se beneficia em termos econômicos e de bem-estar com medidas voltadas para a

área de primeira infância. Em vias de atingir positivamente o desenvolvimento das crianças, o programa fornece aos pais e aos cuidadores as ferramentas e estratégias necessárias para que suas escolhas sejam notadas e facilitadas.

Com o presente estudo de caso, nota-se que o nudge, quando aplicado de maneira transparente, está em comum acordo com sua teoria, a saber, influenciar o comportamento do indivíduo de modo que a sua liberdade não seja impedida e seus interesses não sejam negligenciados. Vale observar que a intenção por detrás do nudge parental não é promover uma mudança de comportamento arbitrária, mas, sim, uma mudança alinhada intimamente com os objetivos de cada pai e cuidador, qual seja, a prática parental positiva. Os relatos dos participantes, supracitados, apontam para o fato de que tal objetivo tem sido alcançado ao longo da implementação do programa. Isso serve de exemplo para futuras intervenções que envolvam e aprofundem o uso de economia comportamental na área de primeira infância.

## **5 CONCLUSÃO**

O conhecimento comportamental se utiliza da análise do ambiente de escolha dos indivíduos, de modo que os nudges são criados e aplicados com o objetivo principal de tornar esse ambiente o mais claro e útil para o fim almejado pelo indivíduo. É evidente que essa medida pode gerar uma série de questionamentos a respeito da intenção de suas aplicações. O indivíduo sendo um ser multifacetado, o conhecimento sobre seus interesses e escolhas se torna um desafio para os arquitetos de escolhas.

Diante disso, os nudges podem muitas vezes ser encarados como intervenções que sobrepõem o paternalismo à livre escolha dos indivíduos. O presente trabalho, partindo disso, se propôs a analisar sob que ótica os nudges são elaborados e se a presença da manipulação é um caminho natural traçado por essas ações ou é algo que pode ser algo contornado, em função de manter a liberdade individual.

Foi apresentada uma categorização para os nudges, de conformidade com Hansen e Jespersen (2013), de modo a destacar a presença (ou não) da manipulação, evidenciando que, assim como os nudges são medidas que influenciam escolhas e comportamentos, a manipulação também é uma escolha previamente notada pelos interventores. Assumir que toda medida de intervenção comportamental liderada por um arquiteto de escolha é manipulação, torna-se uma afirmação simplista e fora da

realidade. Embora ignorar por completo a manipulação em alguns nudges também seja uma análise limitada, uma vez que podem existir medidas que contribuem particularmente para os interesses dos arquitetos de escolhas, os formuladores dos nudges, e prejudiquem em certo grau os indivíduos.

O arquiteto de escolha possui conhecimento do público que está lidando e de seus interesses, de tal forma que ele pode readaptar as circunstâncias e mesmo o ambiente de escolhas tomando como base seus próprios interesses. Sejam aqueles que recebem ou elaboram as intervenções, os seres humanos são seres complexos, o que compromete, ou mesmo dificulta, a compreensão máxima e análise plenamente acertada das necessidades e/ou desejos pessoais de cada um.

A partir da série de exemplos apresentada ao longo do trabalho, buscou-se esclarecer que, primeiro, os indivíduos são influenciados constantemente, seja por intenção própria ou não, e o avanço das ciências comportamentais tem sido importante neste aspecto, tendo em vista o amadurecimento das ideias acerca dos mecanismos cognitivos e dos desvios sistemáticos que os indivíduos enfrentam. Em segundo plano, notou-se como os formuladores de políticas e medidas paternalistas libertárias sabem como influenciar as decisões finais dos indivíduos, utilizando de diferentes abordagens. Por certo, medidas que visam manipular o comportamento, em vez de orientá-lo, são escolhas conscientes e minuciosamente trabalhadas pelos interventores.

Como forma de evidenciar um estudo de caso envolvendo a abordagem nudge e analisar a natureza de sua aplicação, apresentou-se a análise do programa *“Pais e cuidadores são construtores de cérebros”*. Destacou-se este como um nudge transparente, que facilita a escolha de forma consistente, auxiliando o indivíduo de acordo com seus próprios objetivos e interesses, e, por seu turno, impactando positivamente em seu comportamento. Esse nudge, aplicado na área de primeira infância, salientou a importância de medidas subjacentes para o impacto persistente sobre o comportamento, notando que, quando apresentado de modo transparente é capaz de gerar efetivos resultados sobre o comportamento, sem manipular a escolha do indivíduo em questão.

Reconhecer os limites humanos durante a tomada de decisão não deve ser critério para manipulação dos mesmos, mas de ponto de partida para que formuladores

de intervenções propiciem nudges que se aproximem cada vez mais do objetivo estabelecido por seu público. De acordo com De Ridder et al. (2020),

reconhecer que os nudges podem contribuir para a tomada de decisão autônoma é fundamental para decidir quando os nudges devem ser implementados devido à sua capacidade de envolver o público em questões importantes de políticas públicas como saúde pública, mudança climática e migração, todas as quais envolvem mais do que uma sutil direção da escolha individual. Esse reconhecimento também significa, no entanto, que os estudos sobre a eficácia dos nudges devem ir além da mera investigação de se os nudges levam a escolhas desejadas e incorporar medidas de agência e autoconstituição para avaliar se os nudges são realmente capazes de aumentar o envolvimento do cidadão.

É notório o avanço da Economia Comportamental nos últimos anos. Os nudges, com suas medidas paternalistas libertárias, têm crescido em meio às intervenções sociais, públicas e privadas. Contudo, como afirma Thaler e Sunstein (2003), sugerir que a mais apropriada reação frente às crises econômicas e problemas sociais sejam unicamente os nudges é algo muito superficial e errôneo.

Um dos maiores e principais desafios do nudge tem sido a criação de um impacto de longo prazo. Por isso, faz-se necessário o contínuo aprofundamento das pesquisas e práticas em torno desta área de modo a alcançar resultados cada vez mais relevantes. O presente trabalho, cabe pontuar, não se propõe completar e encerrar as discussões aqui levantadas, dada a natureza da pesquisa e as limitações da mesma. Se busca realizar apontamentos sobre cenários similares cujo os temas até então pontuados possam ser postos em debate.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE *et al.* Ambiente familiar e desenvolvimento cognitivo infantil: uma abordagem epidemiológica. **Revista Saúde Pública**, São Paulo, v. 39, n. 4, p. 606-611, 2005.

ARIELY, Dan. **Previsivelmente Irracional**. Rio de Janeiro: Campus/Elsevier, 2008.

ÁVILA, Flávia; BIANCHI, Ana Maria (org.). **Guia de economia comportamental e experimental**. São Paulo, 2015.

BARBOSA, Luiza Kodja. **Paternalismo Libertário: o limite entre a liberdade de escolha e a formulação de políticas públicas**. São Paulo. 2015.

BRENTANI, A. V. M. *et al.* O impacto do desenvolvimento na primeira infância sobre a aprendizagem. **Comitê Científico do Núcleo Ciência pela Infância**. Brasília. 2014.

BOVENS, Luc. **The ethics of nudge**. In: Grüne-Yanoff, Till and Hansson, Sven Ove, (eds.) *Preference Change: Approaches From Philosophy, Economics and Psychology*. Theory and decision library A, v. 42, p. 207-219. 2009.

CONLY, S. **Against autonomy: justifying coercive paternalism**. New York: Cambridge University Press. 2013.

CONLY, S. Paternalism, coercion and the unimportance of (some) liberties. **Behavioural public policy**, v. 1, n. 2, p. 207–218. 2017.

CORRÊA, Camila. **Ensaio sobre programa de parentalidade**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Programa de Pós-Graduação em Economia. Fortaleza, 2023.

COSTA, Fernando Nogueira da. **Comportamentos dos investidores: do *homo economicus* ao *homo pragmaticus***. Campinas: IE/UNICAMP, n. 165, ago. 2009.

CUNHA FILHO, Marcio. Resenha: SUNSTEIN, Cass. *On Freedom*. Princeton: Princeton University Press, 2019. **Revista Brasileira de Ciência Política**, Brasília, n. 31, p. 405-414, jan/abr. 2020.

DE RIDDER, D. *et al.* Simple nudges that are not so easy. **Behavioural Public Policy**, p. 1-19. 2020.

DWORKIN, G. **Paternalism**. The Stanford Encyclopedia of Philosophy. 2020.

FÉLIX, Gláucia Vieira; SILVA, Valesca Camargos. **Paternalismo jurídico justificado frente a hipertrofia da teoria da eficácia horizontal dos direitos fundamentais**.

FESTINGER, Leon. **A Theory of Cognitive Dissonance**. 1957.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HAMILL, Sean D. **To slow speeders, Philadelphia tries make-believe**. 2008.

HANSEN, P.; JESPERSEN, A. Nudge and the manipulation of choice: A framework for the responsible use of the nudge approach to behaviour change in public policy. **European Journal of Risk Regulation**, v. 4, n. 1, p. 3-28. 2013.

HAUSMANN, Daniel; WELCH, Brynn. Debate: to nudge or not to nudge. **Journal of Political Philosophy**, v. 18, p. 123-136. 2010.

HECKAMN, James J. Schools, skills and synapses. **Economic Inquiry**, v. 46, n. 3, p. 289-324. 2008.

JOHNSON, Eric J.; GOLDSTEIN, Daniel. Do defaults save lives? **Science**, v. 302, p. 1338-1339. 2003.

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

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. **Judgment under uncertainty**: heuristic and biases. 1974.

KAHNEMAN, Daniel; TVERSKY, Amos. Prospect Theory: an analysis of decision under risk. 1979.

MANITTO, A. M. *et al.* Importância dos vínculos familiares na primeira infância: estudo II. **Comitê Científico do Núcleo Ciência pela Infância**. São Paulo. 2016.

MARTINELLI, João Paulo Orsini. **Paternalismo jurídico-penal**. Tese (Doutorado) - Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. 2010.

MORATO DE ANDRADE, Otavio. *NudgeRio*: um caso de aplicação de ciência comportamental às políticas públicas. **Revista Cadernos do Desenvolvimento Fluminense**, Rio de Janeiro, n. 16, p. 111-124, 2019.

ORGHIAN, Diana; CABRAL, Gabriel; PINTO, André; FONTANA, Alessandra. Desvio de caráter ou simplesmente humano? Economia comportamental aplicada ao comportamento desonesto. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, v. 8, n. 2, p. 524-541, ago. 2018.

RAMIRO, Thomas; FERNANDEZ, Ramon G. O Nudge na prática: algumas aplicações do paternalismo libertário às políticas públicas. **Textos de Economia**, Florianópolis, v. 20, n. 1, p. 01-18, 13 nov. 2017.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às Ciências Sociais. In I. M. Beuren (Ed.), **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática**, 3 ed., p. 76-97. São Paulo: Atlas, 2006.

RIBEIRO, Marcia Carla Pereira; DOMINGUES, Victor Hugo. Paternalismo libertário e políticas públicas: intervenção e transparência. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, Brasília, v. 11, n. 1. p.104- 120. 2021.

ROCHA, C. A. A. Nudges e paternalismo libertário: apontamentos sobre questões emergentes. **Revista Brasileira de Terapia Comportamental e Cognitiva**, v. 23, p. 1-19, 2021.

ROCHA, Chérid Oliveira Martins. **A relevância da informação contábil na evasão fiscal**: uma análise sob a perspectiva da teoria da dissonância cognitiva. Monografia (Ciências Contábeis) – Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2018.

RODRIGUES JUNIOR, Manoel Lopes. **Nudge**: teoria e prática. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Sócio-Econômico, Programa de Pós-Graduação em Economia. Florianópolis. 2020.

ROWE, M. L.; BAIRD, L. **Guia da Intervenção** (Currículo). 2020a

RUAS DE CARVALHO, Fernando Roberto. **Paternalismo libertário**: características e aplicações. Monografia (Ciências Econômicas) – Departamento de Economia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2014.

SAMSON, Alain. Introdução à economia comportamental e experimental/Parte I. In ÁVILA, Flávia; BIANCHI, Ana Maria (org.). **Guia de economia comportamental e experimental**. São Paulo, 2015.

SIMON, C.; TAGLIABUE, M. Feeding the behavioral revolution: Contributions of behavior analysis to nudging and vice versa. **Journal of Behavioral Economics for Policy**, v. 2, n. 1, p. 91-97, 2018.

SIMON, H. **Judgment and Decision Making** - In Interdisciplinary Reader. Em: ARKES, H.; HAMMOND, K. R. (Eds.). Originally appeared in Simon, H. A. - Reason in Human Affairs. [s.l.] Cambridge University Press, 1986. p. 7–35.

SMITH, Adam. (1776). **A Riqueza das Nações**: Investigação sobre sua Natureza e suas Causas. São Paulo: Abril Cultural, 1983 (Coleção Os Economistas).

SMITH, Adam. **Teoria dos sentimentos morais**: ou, Ensaio para uma análise dos princípios pelos quais os homens naturalmente julgam a conduta e o caráter, primeiro de seus próximos, depois de si mesmos, acrescida de uma dissertação sobre a origem das línguas. São Paulo: Martins Fontes, 2015.

SOMAN, D. *et al.* **Seeing sludge: towards a dashboard to help organizations recognize impedance to end-user decisions and action**. Behavioral Economics in Action at Rotman (BEAR), Toronto, Canada. 2019.

SUNSTEIN, C. R. Nudging: a very short guide. **Journal of Consumer Policy**, v. 37, n. 4, p. 583-588. 2014.

THALER, Richard H.; BENARTZI, Shlomo. Save More Tomorrow: using behavioral economics to increase employee saving. **Journal of Political Economy**, v. 112, n. S1, p. 164-187, fev. 2004.

THALER, Richard H. From cashews to nudges: the Evolution of behavioral economics. **American Economic Review**, v. 108, n. 6, p. 1265-1287, 2018.

THALER, Richard H. **Misbehaving**: A construção da economia comportamental. 2015.

THALER, Richard H. Nudge, not sludge. **Science**, v. 361, n. 6401, p. 431, ago. 2023.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. Libertarian Paternalism is not an oxymoron. **70 The University of Chicago Law Review**, p. 1159–1202, 2003.

THALER, Richard H.; SUNSTEIN, Cass R. **Nudge**: Improving decisions about Health, Wealth and Happiness. 2008.

THALER, R.; TVERSKY, A.; KAHNEMAN, D.; Kahneman; SCHWARTZ, A. 1997. The effect of myopia and loss aversion on risk taking: an experimental test. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 112, n. 2, p. 647-661, 1997.

VARIAN, V. **Microeconomia**: uma abordagem moderna. 1947. Tradução Regina Célia Simille de Macedo. Rio de Janeiro: Elsevier, v. 43, ed. 9. 2015.

WANSINK, Brian. **Comer sem pensar**: o que nos influencia na hora de comer? Editora Sinais de Fogo. 2008.

WEIJERS, Robert J.; KONING, Björn B. de; PAAS, Fred. Nudging in education: From theory towards guidelines for successful implementation. **European Journal of Psychology of Education**, v. 36, n. 3, p. 883–902. 2021.

WHITE, Mark D. **The manipulation of choice**: ethics and libertarian paternalism. 2013.