

A Economia Comportamental E Os *Nudges*
Em Contextos De Escassez Acentuada

(Behavioral Economics And *Nudges*
In The Contexts Of Scarcity)

RAFAEL BERZOTTI

VOL. 5 Nº 3 DEZEMBRO 2018

WWW.E-PUBLICA.PT



COM O APOIO DE:

FCT Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia

ISSN 2183-184x

A ECONOMIA COMPORTAMENTAL E OS NUDGES EM CONTEXTOS DE ESCASSEZ ACENTUADA

(BEHAVIORAL ECONOMICS AND NUDGES IN THE CONTEXTS OF SCARCITY)

RAFAEL BERZOTTI¹

FGV Direito Rio

Praia de Botafogo, 190 - Botafogo, Código postal: 22250-900

Rio de Janeiro - RJ, Brasil,

rafaelberzotti@gmail.com

Sumário: 1. Introdução. 2. A Economia Comportamental em contextos de carência de recursos: a carência cria a sua própria lógica de raciocínio. 3. A Economia Comportamental em contextos de carência de recursos: vieses, heurísticas e mudanças situacionais (*nudges*). 4. Conclusão.

Resumo: Pretendo, neste artigo, preencher algo que identifiquei como uma lacuna na literatura jurídica brasileira. Ainda que a Economia Comportamental esteja em voga também no Brasil, as contribuições dessa disciplina para contextos de escassez acentuada não têm recebido a devida atenção. Apresento, portanto, de maneira descritiva, algumas contribuições desse ramo de estudo para contextos de escassez, fazendo sugestões de ordem prática ao longo do texto a serem observadas pelos reguladores brasileiros quando da formulação de políticas públicas que tenham as pessoas carentes por alvo. Concluo recomendando a realização de experimentos de Economia Comportamental no Brasil, país em que boa parte da população é carente e no qual existem pressões constantes por intervenções regulatórias eficazes e que deem retorno em termos de custo-benefício.

Palavras-chave: *nudge*, economia comportamental, regulação, escassez.

Abstract: *My aim here is to fill a gap in the Brazilian legal literature. Although many have been studying behavioral economics in Brazil, the same can't be said about the contributions of this discipline to the contexts of scarcity. Considering this, I describe here some of these contributions, suggesting throughout the text practical behavioral applications that must be observed by Brazilian regulators when formulating public policies that have the poor as their target. I conclude recommending the realization of behavioral experiments in Brazil, where scarcity is a real problem and where there are constant pressures for cost-effective regulatory interventions.*

Keywords: *nudge*, behavioral economics, regulation, scarcity.

1. Mestrando em Direito da Regulação na FGV Direito Rio (Praia de Botafogo, 190 - Botafogo, Rio de Janeiro - RJ, Brasil, Código postal 22250-900). Pesquisador bolsista na mesma instituição. Endereço eletrônico: rafaerberzotti@gmail.com. O autor agradece à CAPES e à FGV Direito Rio pelo financiamento da presente pesquisa.

1. Introdução

A Economia Comportamental (*behavioral economics*), como se sabe, é um ramo de estudo que examina os fundamentos da Ciência Econômica sob algumas perspectivas da Psicologia. Valendo-se em grande parte de experimentos controlados, questiona o paradigma da racionalidade, do homem econômico (*homo economicus*), que age, sempre e sempre, para maximizar o seu próprio bem-estar.

A racionalidade, a força de vontade e o interesse próprio das pessoas, segundo a Economia Comportamental, são limitados (*bounded rationality*, *bounded willpower* e *bounded self-interest*)². As decisões tomadas no dia a dia são marcadas por vieses cognitivos (heurísticas), que, de certa maneira, dificultam a maximização do bem-estar dos tomadores de decisão. É possível dizer que, segundo a Economia Comportamental, se as pessoas se pudessem ver de fora e com tempo suficiente para refletir, agiriam de maneira diferente. Não tomariam, por exemplo, empréstimos a juros muito altos e poupariam mais do que realmente o fazem para a aposentadoria.

Os vieses mais estudados parecem ser os da forte submissão às normas sociais, inércia, ancoragem, disponibilidade, representatividade, evocação, otimismo excessivo, aversão à perda, contabilidade mental e comportamento de manada³.

Mas esses vieses não se devem ao acaso. Num passado nem tão remoto, tiveram função evolutiva, contribuindo para a perpetuação da espécie. Mesmo hoje cumprem papéis importantes. No entanto, como no mundo atual as pessoas têm preocupações que vão bem além de caçar e fugir dos predadores, a presença desses vieses é não raro ruínosa. Dificulta, como dito, a tomada de decisões inteiramente racionais, que estariam no interesse dos próprios decisores.

É também conhecida a ideia de que o contexto no qual as pessoas tomam as suas decisões têm alguma influência nas próprias decisões. A depender do contexto, de sua formatação, os vieses cognitivos entram em cena com mais ou menos vigor. Por exemplo, o modo como uma pergunta é formulada pode influenciar a resposta. Se uma pergunta sobre a inclinação de uma pessoa ao risco é feita em termos de perda, a resposta tende a ser uma (baixa inclinação ao risco); se é feita em termos de ganho, a resposta provavelmente será outra (propensão ao risco), ainda que do ponto de vista matemático as perguntas coloquem em jogo o mesmo questionamento.

Em boa medida, essa é a lógica que informa o *nudge*, o empurrãozinho para a escolha certa. É a arquitetura da escolha. Trata-se de incentivar as pessoas

2. CHRISTINE JOLLS / CASS R. SUNSTEIN / RICHARD H. THALER, A Behavioral Approach to Law and Economics, *Stanford Law Review*, v. 50, n. 1471, 1998, pp. 1476-1480, pesquisável em: <<https://ssrn.com/abstract=2292029>> (acesso em: 21 jun.2018).

3. JOSÉ DINIZ DE MORAES / BENJAMIN TABAK, As heurísticas e vieses da decisão judicial: análise econômico-comportamental do direito, *Revista Direito GV*, v.14, n. 2, 2018, p. 619, pesquisável em: <<http://www.scielo.br/pdf/rdgv/v14n2/1808-2432-rdgv-14-02-0618.pdf>> (acesso em: 16 dez.2018).

a fazer melhores escolhas através de pequenas alterações no contexto no qual elas (as escolhas) se apresentam. O exemplo mais significativo é o do *buffet* de um restaurante numa escola⁴. A ordem dos alimentos no *buffet* influencia quais alimentos e o quanto deles os alunos consomem. O empurrãozinho aqui consiste em organizar o *buffet* visando a um consumo dos alimentos mais saudáveis. Nenhum alimento, veja-se bem, seria retirado do *buffet*. Só se mexeria na ordem, na disposição dos alimentos. Como não há comando e controle a determinar a tomada de uma decisão (o consumo de alimentos saudáveis) em prejuízo de outra, apenas indução, o *nudge* não seria classicamente paternalista: seria paternalista de maneira libertária, pois o regulado teria a chance de formular a *sua* escolha. E mesmo que tome a decisão induzida, sugerida pelo regulador, concluirá ao final que aquela foi mesmo a melhor opção.

Nudge e paternalismo libertário, como se vê, são ideias distintas. O *nudge* é a indução a uma escolha. O paternalismo libertário é a ideia que está por trás, que move o indutor. Se o indutor toma em conta os interesses do induzido, promovendo-lhe o bem-estar, é então paternalista. O paternalismo aqui é, no entanto, *libertário*, porque a pessoa induzida sempre tem a possibilidade de decidir em sentido contrário. Não se tolhe a liberdade do induzido.

Os principais divulgadores do *nudge* são Richard Thaler e Cass Sunstein. O primeiro é economista comportamental. Ganhou o prêmio Nobel de Economia em 2017. Auxiliou o desenvolvimento da *Behavioral Insights Team*, unidade governamental britânica, conhecida como *Nudge Unit*, destinada a por em prática os achados da Economia Comportamental. O segundo é professor de Direito Constitucional de Harvard e ex-Superintendente do *Office of Information and Regulation Affairs*, uma espécie de agência reguladora americana com competência para revisar os atos de outras agências e garantir que eles sigam as diretrizes gerais do governo central (algo como uma superagência).

Sunstein foi indicado para o OIRA pelo ex-presidente Obama em 2009 e deixou o cargo em 2012. No tempo em que esteve na agência, implementou uma virada comportamental na regulação americana. Pôs em prática as ideias sobre as quais escrevera. Mas não foi só no Reino Unido e nos Estados Unidos que as ideias de Thaler e Sunstein se fizeram sentir. A virada comportamental da regulação propagou-se pelos mais diversos países e contextos, da Austrália ao Qatar, passando ainda pelos relatórios do Banco Mundial⁵. Nesse sentido, relatório de Mark Whitehead, da Universidade de Aberystwyth, dá conta de que ao menos 51 (cinquenta e um) governos nacionais têm-se valido de *nudges* como estratégia regulatória⁶. Pode-se exemplificar com a iniciativa levada a cabo em

4. RICHARD. H. THALER / C. R. SUNSTEIN, *Nudge: o empurrão para a escolha certa: aprimore suas decisões sobre riqueza, saúde e felicidade*, Trad. Marcello Lino, Rio de Janeiro, Elsevier, 2009, pp.1-4.

5. Policymakers around the world are embracing behavioural science, *The Economist*, Londres, 18 mai. 2017, pesquisável em: < <https://www.economist.com/international/2017/05/18/policymakers-around-the-world-are-embracing-behavioural-science>> (acesso em: 22. jun.2018).

6. Policymakers around the world are embracing behavioural science, *The Economist*, Lon-

Belén, na Costa Rica, de se mencionar na fatura da água a média de consumo da região (apelo a normas sociais), o que reduziu em até 5,6% o consumo de água das residências⁷. No Qatar, de outra parte, a Hamad Medical Corporation, uma companhia de assistência médica, ofereceu exames de diabetes durante o Ramadã, período durante o qual a maioria dos cataris estão jejuando. Como não havia a necessidade de se jejuar apenas para se submeter ao exame – o jejum já se dava pelo motivo religioso –, a iniciativa surtiu efeito, com o aumento da taxa de pacientes submetidos à avaliação de diabetes⁸.

Também no Brasil se tem notícia de alguns empurrões regulatórios, valendo a pena mencionar a Lei do Sal, do Espírito Santo (Lei estadual nº 10.369/2015), que apelava para o viés da inércia dos consumidores. Proibia a exposição de recipientes a conter sal sobre a mesa de estabelecimentos que serviam alimentos para consumo imediato (bares, restaurantes), mas não proibia o consumo do sal. O consumidor, para tanto, teria de pedir o sal a alguém vinculado ao estabelecimento. A regra causou polêmica e foi declarada inconstitucional pelo TJ-ES em 2017 por violação ao postulado da proporcionalidade. Menos problemático parece ter sido o uso por escolas da rede estadual de São Paulo de lembretes via SMS aos pais de alunos sobre a importância da frequência escolar. A taxa de reprovação dos alunos, que estavam no nono ano do ensino fundamental, cujos pais receberam esses lembretes caiu 3%. A economia de recursos (*relação custo-benefício*), apontam os formuladores da intervenção, com a queda da repetência foi de R\$12,40 para cada real investido⁹.

Se, de um lado, as intervenções regulatórias por meio de *nudges* têm-se feito sentir na vida dos brasileiros, de outro, também as publicações acadêmicas a tratar da Economia Comportamental e de *nudges* têm-se multiplicado no país. Mas o mesmo não parece possível dizer das potencialidades da Economia Comportamental e, via de consequência, dos *nudges* em *contextos de escassez de recursos (pobreza)*. Isso, no entanto, nos é de interesse. Por se tratar de país em desenvolvimento, ao Brasil interessam intervenções estatais de baixo custo e eficazes destinadas a facilitar a vida dos menos favorecidos. Esse é o objetivo deste texto. Busco preencher algo que vejo como uma lacuna na literatura acadêmica – sobretudo na literatura jurídica –, apresentando algumas

dres, 18 mai. 2017, pesquisável em: < <https://www.economist.com/international/2017/05/18/policymakers-around-the-world-are-embracing-behavioural-science>> (acesso em: 22. jun.2018).

7. ÉRICA FRAGA / ANA ESTELA DE SOUSA PINTO, Escolas públicas de São Paulo usam teorias de Nobel para reduzir evasão, *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 out. 2017, pesquisável em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1927050-escolas-publicas-de-sao-paulo-usam-teorias-de-nobel-para-reduzir-evasao.shtml>> (acesso em: 22 jun.2018).

8. Policymakers around the world are embracing behavioural science, *The Economist*, Londres, 18 mai. 2017, pesquisável em: < <https://www.economist.com/international/2017/05/18/policymakers-around-the-world-are-embracing-behavioural-science>> (acesso em: 22. jun.2018).

9. ÉRICA FRAGA / ANA ESTELA DE SOUSA PINTO, Escolas públicas de São Paulo usam teorias de Nobel para reduzir evasão, *Folha de São Paulo*, São Paulo, 15 out. 2017, pesquisável em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/10/1927050-escolas-publicas-de-sao-paulo-usam-teorias-de-nobel-para-reduzir-evasao.shtml>> (acesso em: 22 jun.2018).

constatações e sugestões úteis da Economia Comportamental para contextos de escassez de recursos materiais.

O meu argumento se desenrola do seguinte modo. Início apresentando as conclusões resultantes de dois estudos que examinaram a demanda por atenção que as situações de escassez criam^{10 11}. Segundo esses estudos, nem é o ambiente de pobreza que reforça a situação de escassez nem são os traços de personalidade das pessoas com menos recursos que geram os ambientes de escassez. *São as situações de carência que criam a sua própria mentalidade*, a sua lógica de raciocínio, deturpando o modo pelo qual as pessoas examinam problemas e tomam decisões. A escassez de recursos, sugerem esses estudos, leva à escassez da cognição. Apresento, então, de maneira breve, as implicações que essas conclusões trazem para os formuladores de políticas públicas.

Na sequência, baseando-me num estudo de Bertrand, Mullainathan e Shafir¹², datado de antes da popularização do termo *nudge*, examino a questão dos vieses cognitivos daqueles que se encontram em situações de escassez. As pessoas carentes não possuem vieses distintos das demais pessoas. O que ocorre é que, como as decisões que as pessoas carentes têm de tomar são *mais determinantes*, a presença desses vieses pode-se mostrar *mais prejudicial*.

Ao longo do texto trago algumas sugestões quanto ao que se pode fazer para aliviar essa situação. Concluo: a) sugerindo a realização de estudos empíricos de Economia Comportamental que testem as conclusões que a literatura tem oferecido; e b) apontando que, como país em desenvolvimento, em que boa parte da população encontra-se em situação de escassez material, o Brasil tem muitas lições a tirar da Economia Comportamental não só em razão dos estudos apresentados mas também porque as intervenções que esse ramo do conhecimento sugere tendem a ser *baratas e barateadoras*. Dão retorno em termos de custo-benefício.

10. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n. 682, 2012, pp. 682-685, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/segerti/capstone/Shah...Shafir,%20Science-2012,%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

11. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, pp. 976-980, 2013, pesquisável em: <https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976_full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

12. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.8-23, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

2. A ECONOMIA COMPORTAMENTAL EM CONTEXTOS DE CARÊNCIA DE RECURSOS: A CARÊNCIA CRIA A SUA PRÓPRIA LÓGICA DE RACIOCÍNIO

Neste ponto, como disse, apresento as conclusões de dois estudos^{13 14} segundo as quais são os ambientes de escassez que geram a sua própria lógica de raciocínio, influenciando a maneira pela qual as pessoas tomam decisões. Faço, ao final, alguns apontamentos de ordem prática, a serem levados em conta pelos formuladores de políticas públicas quando do desenho de programas de governo e da consideração das alternativas regulatórias que têm sobre a mesa.

Shah, Mullainathan e Shafir¹⁵ iniciam o seu artigo dizendo que não é raro que as pessoas de baixa renda se comportem de maneira a reforçar a sua situação de pobreza. Não poupam o suficiente, emprestam demais, não aderem a programas sociais de transferência de renda, ainda que estes consistam no repasse direto de dinheiro. Existem duas maneiras tradicionais de explicar isso. A primeira foca nas circunstâncias da própria carência, como a pouca educação formal, os hábitos não saudáveis, as variáveis demográficas. Seria o ambiente de pobreza que reforçaria a escassez de recursos. O segundo modo de explicar os maus comportamentos das pessoas com menos recursos destaca os traços de personalidade dessas mesmas pessoas. Shah, Mullainathan e Shafir¹⁶, no entanto, sugerem uma terceira via: é a escassez de recursos que cria a sua própria mentalidade, a sua lógica de raciocínio. É a escassez de recursos que condiciona a maneira pela qual as pessoas carentes examinam os problemas que se lhes apresentam e tomam as respectivas decisões.

Quando se tem dinheiro, o pagamento das contas mensais básicas não demanda atenção. Mas se o dinheiro é escasso, a quitação dessas contas não é tão fácil. Exige, por isso, atenção incomum dos responsáveis por elas. Ter menos faz com que a atenção despendida a atividades corriqueiras seja maior.

Mas essa ideia, essa hipótese estaria restrita à escassez de recursos materiais? Segundo Shah, Mullainathan e Shafir¹⁷, não: trata-se de conclusão que decorre

13. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, pp. 682-685, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/seger-ti/capstone/Shah...Shafir.%20Science-2012.%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

14. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, pp. 976-980, 2013, pesquisável em: <https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976_full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

15. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, p. 682, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/seger-ti/capstone/Shah...Shafir.%20Science-2012.%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

16. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, p. 682, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/seger-ti/capstone/Shah...Shafir.%20Science-2012.%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

17. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too

da escassez de qualquer recurso, *inclusive* do tempo. É a escassez por si mesma que aumenta a demanda por atenção. Se, entretanto, a escassez demanda que se preste atenção a determinadas situações, outras tantas restarão negligenciadas. Os recursos cognitivos das pessoas são limitados¹⁸. Enquanto se está a focar nas contas do mês, pode ser que sejam negligenciadas pequenas questões relacionadas à saúde, ao futuro ou à simples manutenção do próprio lar¹⁹. Isso ajuda a explicar outro problema frequente entre pessoas de baixa renda. A tomada de empréstimos a juros extorsivos. O foco das pessoas cuja atenção está nas contas do mês direciona-se para os benefícios desses empréstimos, não para os seus malefícios.

É partindo dessas hipóteses que Shah, Mullainathan e Shafir²⁰ conduziram experimentos controlados para *medir* a atenção dos participantes na situação presente. Neles, designaram randomicamente orçamentos aos participantes, separando-os entre ricos (com boa margem orçamentária) e pobres (com orçamento bastante curto). Também houve a designação randômica da possibilidade de *emprestar* recursos futuros ou não. Com esses orçamentos e essas possibilidades, os participantes tomaram parte em jogos, como: a) o da roda da fortuna (*Wheel of Fortune*), em que se pede que se adivinhem as letras em quebra-cabeças de palavras; b) um jogo eletrônico de tiro semelhante ao *Angry Birds*; e c) o *Family Feud*, um jogo de perguntas e respostas. O orçamento, nesses casos, consistia no número de tentativas disponíveis aos participantes (palpites ou tiros nos dois primeiros jogos) ou no tempo disponível para cada resposta (no *Family Feud*). Depois de jogar o primeiro jogo (*Wheel of Fortune*), os participantes tinham ainda de realizar tarefas destinadas a avaliar as suas funções cognitivas. Essas tarefas, veja-se bem, não lidavam com o problema da escassez, mas serviam para media a influência da escassez criada pelo jogo anterior nas funções cognitivas dos participantes.

A conclusão do experimento foi a seguinte: participantes que *tinham menos* recursos nos jogos, aí incluído o tempo disponível para as respostas (no *Family Feud*), *saíram-se pior* nos jogos e no desempenho das tarefas que avaliavam as funções cognitivas. Ainda: os participantes com menos recursos tendiam a *emprestar significativamente mais* que os participantes com mais recursos. Focavam no presente em prejuízo do futuro. Há mais. Os dados respeitantes à

little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, p.682, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/segerti/capstone/Shah...Shafir,%20Science-2012,%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

18. CHRISTINE JOLLS / CASS R. SUNSTEIN / RICHARD H. THALER, A Behavioral Approach to Law and Economics, *Stanford Law Review*, v. 50, n.º 1471, 1998, pp.1476-1480, pesquisável em: <<https://ssrn.com/abstract=2292029>> (acesso em: 21 jun.2018).

19. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, “Some consequences of having too little”, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, p. 682, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/segerti/capstone/Shah...Shafir,%20Science-2012,%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

20. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º682, 2012, pp.683-684, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/segerti/capstone/Shah...Shafir,%20Science-2012,%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

performance indicaram que os empréstimos eram prejudiciais aos participantes que os tomavam. Os participantes que *não podiam emprestar saíram-se melhor*, tiveram melhor performance que aqueles para os quais os empréstimos estavam disponíveis. E o efeito dos empréstimos em face do desempenho, registre-se, *só se fez sentir nos participantes pobres*.

No que concerne à atenção, os experimentos sugeriram que a escassez cria uma demanda maior por foco na situação que se apresenta no momento e consequentemente faz com que se negligenciem as situações que não estão em foco. No jogo eletrônico semelhante ao *Angry Birds*, os participantes com menos recursos *gastavam mais tempo* para dar os tiros. E a constatação disso se fez possível já no primeiro tiro, o que invalida, portanto, hipóteses explicativas como a que diz do cansaço dos participantes. Quando do primeiro tiro, o jogador ainda não está cansado.

A implicação disso para políticas públicas é que determinadas intervenções devem-se destinar a deslocar o foco das pessoas com menos recursos para o futuro. Shah, Mullainathan e Shafir²¹ não descrevem quais intervenções seriam essas – até porque a pesquisa que realizaram não chegou a avaliar empiricamente uma intervenção possível nem a sua eficácia –, deixando a questão em aberto para pesquisas futuras.

Mais à frente, quando vier a tratar dos vieses comportamentais e das decisões ruins que eles induzem em situações de carência, apresentarei a sugestão da literatura de que os programas de transferência de renda ou os pagamentos por empregadores privados se deem por meio de contas bancárias – em lugar de pagamentos com dinheiro vivo. Contas bancárias, a literatura comportamental sugere, induzem a economia de recursos e a sua melhor gestão, sobretudo se vinculadas a depósitos automáticos em poupança (*defaults* inteligentes). Esse é o primeiro apontamento que entendo pertinente nesta altura do texto. Se, como indicam Shah, Mullainathan e Shafir²², o estudo que realizaram sugere intervenções regulatórias que visem ao futuro, que realcem o futuro das pessoas carentes em lugar do presente, uma das maneiras de atingir esse objetivo é por meio de contas bancárias e depósitos automáticos. Os formuladores de políticas públicas devem ter isso em conta quando pretenderem adotar soluções destinadas a melhorar a situação das pessoas com menos recursos.

O segundo estudo que dou a conhecer neste ponto é o conduzido por Mani et al.²³, que expõe a realização de um experimento controlado e a análise de

21. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, pp. 682-685, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/segerti/capstone/Shah...Shafir.%20Science-2012.%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

22. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, pp. 682-685, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/segerti/capstone/Shah...Shafir.%20Science-2012.%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

23. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, pp. 976-980, 2013, pesquisável em: <https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976_full_.pdf>

um experimento natural, a examinar também a relação entre pobreza e as funções cognitivas das pessoas. Tal qual Shah, Mullainathan e Shafir²⁴, Mani et al.²⁵ iniciam o seu artigo com um questionamento: qual a relação entre pobreza e comportamentos contraproducentes? Os pobres, como se sabe, são menos prevenidos com relação à sua saúde, não raro falham em tomar determinada medicação a tempo e modo, atrasam-se com alguma frequência a seus compromissos, são trabalhadores menos produtivos, pais menos atentos e não tomam o devido cuidado com suas finanças. Se por si mesmos esses comportamentos são ruins, em situações de carência, tendem a ser piores, pois são capazes, dizem os autores, de *aprofundar as condições de pobreza*.

Existem explicações para tanto que focam nas condições ambientais em que vivem as pessoas carentes (empréstimos predatórios, transporte ruim, etc.). O foco de Mani et al.²⁶, contudo, situa-se nos processos mentais requeridos pela carência de recursos. Quem é pobre têm de lidar com receitas esporádicas, fazer malabarismos com suas despesas e enfrentar *tradeoff* bem complicados. Mesmo se não se está a lidar diretamente com uma decisão financeira, as preocupações daí decorrentes podem-se manter presentes na mente e causar demasiada distração.

O ser humano tem capacidade cognitiva limitada (relembrando: *bounded rationality*, *bounded willpower* e *bounded self-interest*). Preocupações orçamentárias tendem a deixar pouco espaço para que a atenção se volte para outras situações. Comparam Mani et al.²⁷: tal qual um controlador de ar focado numa colisão está suscetível a negligenciar outros aviões, as pessoas carentes, quando focadas em preocupações financeiras imediatas, perdem a sua capacidade de dar a outros problemas a consideração que merecem, o que, veja-se bem, *sugere uma relação causal* entre a pobreza e as funções cognitivas.

E como embasar empiricamente essa teorização? A hipótese foi testada, como dito, por meio de dois estudos. O primeiro consistiu de quatro experimentos, realizados com compradores num *shopping center* de Nova Jersey, do qual participaram pessoas cuja renda familiar ficava entre \$20.000,00 (baixa renda) e \$70.000,00 anuais (renda média), correspondendo, ao tempo da pesquisa, a um corte transversal de renda nos Estados Unidos. O experimento foi o seguinte: os participantes foram apresentados a 4 (quatro) cenários hipotéticos a descrever

(acesso em: 16 dez. 2018).

24. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, p. 682, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/seger-ti/capstone/Shah...Shafir.%20Science-2012.%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

25. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, pp. 976, 2013, pesquisável em: <https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976_full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

26. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 976, 2013, pesquisável em: <https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976_full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

27. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 976, 2013, pesquisável em: <https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976_full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

um problema financeiro palpável e comum, do dia a dia. A finalidade disso foi ativar preocupações financeiras na mente dos participantes. Depois disso, eles foram submetidos a dois testes psicológicos comumente utilizados para aferir funções cognitivas: o de Raven, geralmente empregado em estudos de QI, e um teste de compatibilidade espacial.

Os participantes na maior faixa de renda saíram-se melhores do que os participantes em faixas inferiores. Como os testes lançados diziam com a inteligência espacial dos participantes, dizem Mani et al.²⁸, foi possível controlar o experimento pelas habilidades linguísticas. Ainda: como se desenharam quatro cenários distintos, aplicando-se sempre os mesmos testes, controlou-se o que se designou como “ansiedade matemática”. Isso porque, em um dos cenários, o problema orçamentário ao qual os participantes foram submetidos não trabalhava com finanças (*nonfinancial scenario*). Recriou-se o problema matemático abstrato, mas sem que ele evocasse preocupações financeiras.

A conclusão é manifesta: preocupações orçamentárias atingem com mais força as capacidades cognitivas daqueles que têm menos recursos, roubando-lhes a atenção – inclusive futura – para a resolução de outros problemas. Mesmo que *consistente internamente*, a conclusão, no entanto, apresentava limites. À atribuição causal realizada por meio do estudo faltou validação externa (verificação da hipótese no mundo real)²⁹. É possível que, na vida real, os ricos, porque têm de efetuar maiores gastos, vejam-se diante de situações tão ou mais difíceis que aquelas que se põem perante as pessoas com menos recursos. É também possível que as pessoas carentes estruturem as suas vidas de maneira a evitar as preocupações orçamentárias desenhadas no estudo. Foi, portanto, para controlar esses fatores que os pesquisadores conduziram o estudo de campo (o segundo experimento), que permitiu aferir o que acontece na mente das pessoas quando a renda varia *naturalmente*.

Do experimento de campo, participaram quatrocentos e sessenta e quatro fazendeiros indianos que plantavam cana em cinquenta e quatro vilas nas áreas que rodeiam os distritos de Villupuram e Tiruvannamalai, em Tamil Nadu, Índia. Foram escolhidos aleatoriamente. Cuidava-se de fazendeiros que recebiam ao menos 60% de sua renda da colheita de cana. Num período de quatro meses, eles foram entrevistados duas vezes: uma antes e outra depois da colheita. Mani et al.³⁰ controlaram possíveis efeitos de calendário, a fim de que os meses em que a pesquisa foi realizada não prejudicassem os resultados.

Os fazendeiros indianos da região pesquisada, note-se, experimentam ciclos de

28. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 977, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

29. ANANDI MANI et. al, “Poverty impedes cognitive function”, *Science*, v. 341, n.º 6149, pp.979-980, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

30. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 979, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

pobreza – pobres antes da colheita – e de riqueza – ricos depois da colheita –, a permitir, portanto, a comparação das suas capacidades cognitivas a depender do ciclo em que se encontram. A pesquisa mostrou que os fazendeiros enfrentaram pressões financeiras de ordem psicológica maiores *antes da colheita* (ciclo de pobreza). Tanto assim que empenharam seus bens com maior frequência e mostraram-se mais propensos a tomar empréstimos. Antes da colheita, respondiam com maior frequência “sim” quando perguntados sobre se enfrentaram problemas recentes (nos últimos quinze dias) para lidar com suas despesas comuns³¹.

Não foram só entrevistas que deram base às conclusões desse experimento. Mani et al.³² valeram-se também do teste de Raven para aferir a inteligência fluida dos participantes, mas, por questões de alfabetização numérica, não puderam administrar o mesmo teste no que concernia à cognição especial. Valeram-se então da tarefa de Stroop. Conclusão: as diferenças estatísticas de performance antes e depois da colheita foram significativas não só com relação aos erros cometidos pelos participantes mas também foi possível constatar que a colheita influenciava o tempo que os participantes demoravam para fornecer as respostas.

Mani et al.³³ não deixaram de enfrentar outras explicações causais que se poderiam dar ao resultado, como o cansaço físico (preparar a plantação, antes da colheita, é evidente, demanda esforço físico) ou a ansiedade relacionada ao resultado da colheita. Indicaram, no entanto, que na prática essas explicações se mostraram pouco plausíveis. De um lado, os fazendeiros usam trabalho de terceiros na plantação, o que anula a hipótese do cansaço físico, e, de outro, o tamanho das colheitas é, na região pesquisada, razoavelmente estável ao longo dos anos, invalidando a hipótese da ansiedade. Mais: há uma diferença de tempo entre a colheita e o pagamento por ela, momento no qual os problemas financeiros dos fazendeiros são realmente resolvidos. As entrevistas no ciclo de pobreza (antes da colheita) realizaram-se, em boa parte das vezes, depois da colheita *mas antes do pagamento por ela*. E os resultados ainda assim se mantiveram consistentes. Ou seja, as explicações fundadas no cansaço físico e na ansiedade não se mostravam consistentes³⁴.

Concluíram os pesquisadores que a captura de atenção é a explicação mais plausível para os resultados encontrados, mesmo porque consistente com outros

31. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 979, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

32. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v.341, n.º 6149, p. 979, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

33. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 979, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

34. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, pp. 979-980, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

estudos, mencionados no texto, que tratam da mesma temática³⁵. A implicação prática é a de que a escassez de recursos materiais *não é só escassez de recursos materiais*. Significa também *escassez de recursos cognitivos*. A pobreza impõe sobrecarga cognitiva e impede o desenvolvimento das capacidades cognitivas. O problema *não diz com traços cognitivos dos menos favorecidos*, mas com a situação na qual se encontram. Qualquer pessoa na mesma situação – escassez de recursos materiais – ver-se-á em meio aos mesmos problemas – escassez de recursos cognitivos.

A título de comparação, Mani et al.³⁶ apontam que pesquisas realizadas com pessoas que não dormiram em determinada noite indicaram resultados bastante parecidos: os participantes obtiveram o mesmo desempenho no teste de Raven. Mais que isso, resultados similares no teste de Raven foram encontrados quando o teste foi administrado a alcoolistas crônicos. Ou seja, a presença, na mente das pessoas, de preocupações financeiras assemelha-se a perder uma noite inteira de sono ou ter uma doença crônica (alcoolismo) em se tratando do desenvolvimento das capacidades humanas de cognição³⁷.

É importante que os formuladores de políticas públicas que tenham as pessoas carentes por alvo tomem contato com esses resultados, para que não sobrecarreguem mais do que já é naturalmente onerada a mente das pessoas em situações de escassez. Na prática, deve-se evitar impor aos menos favorecidos: exigências como o preenchimentos de longos formulários, a demandar informações muito pessoais dos carentes; a preparação para entrevistas complexas, nas quais uma autoridade escrutine minuciosamente a vida de alguma pessoa carente que esteja a pleitear algum benefício governamental; a formulação de regras complicadas, que não tenham relação com o vocabulário diário dos menos favorecidos.

As sugestões de ordem positiva – no sentido de fazer algo e não só deixar de fazer –, ainda com base em Mani et al.³⁸, são intervenções regulatórias como *defaults* inteligentes, a simplificação de formulários e a ajuda, sempre que possível, aos carentes no seu preenchimento. Ainda: lembretes pontuais, via SMS e Whatsapp, a respeito de compromissos. Pequenas mudanças como essas podem surtir grande impacto.

Mesmo a colocação em prática de programas governamentais *a transmitir informações* aos menos favorecidos (como informações relativas a doenças ou a

35. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 980, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

36. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 980, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

37. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 980, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

38. ANANDI MANI et. al, Poverty impedes cognitive function, *Science*, v. 341, n.º 6149, p. 980, 2013, pesquisável em: < https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976.full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

questões sanitárias) devem levar em conta as conclusões apontadas. A literatura indica que ter de lidar com novas informações significa oneração cognitiva. E a literatura também sugere que se deve evitar onerar cognitivamente aqueles cujo contexto já sobrecarrega bastante as suas mentes: os materialmente menos favorecidos.

3. A ECONOMIA COMPORTAMENTAL EM CONTEXTOS DE CARÊNCIA DE RECURSOS: VIESES, HEURÍSTICAS E MUDANÇAS SITUACIONAIS (*NUDGES*)

Apresento aqui as conclusões da Economia Comportamental quanto aos vieses e heurísticas das pessoas carentes, fazendo apontamentos, ao longo do texto, acerca de mudanças situacionais (*nudges*) que podem surtir efeitos interessantes na melhora da vida dos mais pobres. Em artigo datado de antes da popularização do termo *nudge*, Bertrand Mullainathan e Shafir³⁹ propõem mudanças de *marketing* – o que, digo eu, hoje seriam designadas *nudges* – nas políticas públicas que têm por alvo os mais carentes.

Iniciam sugerindo algo bem próximo daquilo que indicaram Shah, Mullainathan e Shafir⁴⁰: o comportamento daqueles que possuem menos recursos não é nem o resultado de uma “cultura de pobreza”, povoada por valores distorcidos, nem a adaptação calculada às particularidades circundantes bastante ruins. Em lugar disso, os menos favorecidos possuem os mesmos padrões comportamentais dos demais pessoas, os quais são marcados pelos mesmos vieses e erros sistemáticos. O que ocorre é que, na pobreza, há *menos margem para erros*, ou seja, determinados comportamentos, quando desviantes (de uma escolha ótima), far-se-ão visíveis de maneira mais pronunciada.

O entorno, *o contexto conta*. Enquanto as pessoas mais favorecidas veem-se, com bastante frequência, diante de situações que lhes promoverão o bem-estar de maneira automática ou graças a pequenos esforços – por meio, por exemplo, de lembretes automáticos, secretários e assistentes, depósitos automáticos, tecnologias de ponta e afins –, os mais carentes confrontam-se no dia a dia com obstáculos institucionais, sociais e psicológicos que tendem a reforçar a situação de escassez⁴¹.

39. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.8-23, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

40. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, p. 682, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/segeri/capstone/Shah...Shafir.%20Science-2012.%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

41. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.8, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

Sob essa perspectiva, aliás, o *marketing* não seria imune a críticas, já que, pelo menos às vezes, contribui para fazer a vida dos menos favorecidos ainda pior. Não são raras as campanhas agressivas que tomam os pobres por alvo, como as de redes de *fast-food* e *junk-food*, de cigarros, de bebidas alcoólicas, de empréstimos predatórios⁴². Pouco, entretanto, faz-se por meio do *marketing* para promover alternativas salutaras direcionadas aos mais pobres.

Uma explicação para isso, sugerem Bertrand, Mullainathan e Shafir⁴³, estaria na subestimação das pequenas mudanças no contexto, manipulações sutis de *marketing* – as quais, reitero, hoje seriam designadas *nudges* – capazes de fazer uma real diferença na vida dos menos favorecidos. Essa subestimação, entretanto, não se justifica. A interação entre fatores comportamentais e mudanças situacionais, sugerem os autores, pode surtir grande impacto.

O primeiro conceito de Psicologia utilizado pelo *marketing* a embasar essa sugestão é o *construal*⁴⁴. Ele toma em conta a seguinte constatação: as pessoas são pouco estimuladas pelas experiências reais objetivas; os estímulos, em vez disso, *constroem-se* na mente das pessoas, domínio no qual são interpretados e entendidos (ou mal interpretados e mal compreendidos). *Os comportamentos dão-se em resposta aos estados mentais, e não a partir de situações concretas*. Nesse sentido, intervenções sociais, ainda que bem intencionadas, podem vir a não atingir os seus objetivos se não considerarem o modo como o público alvo construiu-as. Pode ser que sejam vistas como estigmatizantes ou descabidamente paternalistas⁴⁵.

Bertrand, Mullainathan e Shafir citam um exemplo, estudado por Cialdini⁴⁶, de intervenção social que não atinge os seus objetivos. Há casos em que se busca evitar um comportamento realçando a sua frequência indesejada (“muitas pessoas estão tomando determinada atitude indesejada”). A mensagem, entretanto, que não raro se forma na mente do público alvo *reforça* o comportamento (“muitas pessoas estão tomando essa atitude”). O que se conclui daí? O modo como se formula uma mensagem destinada a alterar um comportamento *importa bastante*.

42. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / EL DAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p. 8, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

43. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / EL DAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.8, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

44. Não encontrei tradução para o português.

45. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / EL DAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p. 9, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

46. Citado por MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / EL DAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p. 9, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

Em termos de políticas públicas destinadas às pessoas com menos recursos, a questão que deve incomodar o formulador é a de como o público alvo perceberá determinada mensagem. *Não basta* a transmissão de *informações úteis* a respeito, por exemplo, da propagação de doenças e da adoção de comportamentos destinados a evita-las. A formatação (o formato) da mensagem importa. Que estímulo determinada mensagem criará na cabeça dos destinatários? É difícil saber de antemão. A sugestão é a de que se promovam *estudos pontuais*, a fim de que se saiba qual será a imagem mental que determinada mensagem produzirá no público alvo.

Se o que se quer, por exemplo, é que pessoas dos estratos mais baixos da população adiram com mais frequência aos serviços de um banco, o formulador de políticas públicas deve ter em conta que *situações não familiares* tendem a onerar cognitivamente as pessoas. Recursos mentais de pessoas carentes que, em outras circunstâncias, se destinariam ao foco na realidade objetiva podem vir a ser usados para lidar com o desafio imaginado (construído) relacionado a determinado estigma. Deve-se, então, prestar atenção ao contexto no qual as pessoas com menos recursos serão inseridas se se quer promover intervenções socialmente positivas. O contexto não pode onerar o raciocínio do público alvo mais que o necessário. Pelo contrário, sempre que possível, deve contribuir para a adoção do comportamento desejado.

A ideia de que o contexto influencia a tomada de decisão, aliás, consiste na segunda contribuição da Psicologia estudada por Bertrand, Mullainathan e Shafir⁴⁷. Não se trata de truísmo, mas de conclusão cientificamente embasada, inclusive em experimentos controlados. Os casos citados pelos autores acerca disso são os clássicos estudos de Milgram (1974) e do Bom Samaritano (1973), o primeiro a detalhar a aplicação, pelos participantes do grupo de tratamento, de choques elétricos em pessoas inocentes do grupo de controle; e o segundo a demonstrar o quanto a falta de tempo pode determinar ou não a adoção de comportamentos altruístas.

A implicação prática é a de que os criadores de programas públicos destinados a atender os menos favorecidos devem criar contextos situacionais que facilitem as vidas dos destinatários da intervenção, e não que as atribuem ainda mais. A *simplicidade* – a simplificação das regras e procedimentos – deve ser um *fim em si mesmo*. Deve ser algo a ser buscado sempre. Burocratas, via de regra, são *experts*. São pessoas versadas em áreas do conhecimento não acessíveis ao restante da população. Acostumam-se com a linguagem da sua área de conhecimento sem perceber a assimetria de informação que se forma entre o seu trabalho e a sua clientela, o seu público.

Na mesma linha do contexto colocam-se os estudos comportamentais acerca

47. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, pp. 9-10, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

dos canais (“channel factors”) e dos sistemas de tensão (“tension systems”). Pequenas mudanças situacionais podem ter um grande impacto, o que nem sempre é atingido por intervenções regulatórias robustas. *Comportamentos podem ser induzidos ou bloqueados pela abertura de canais*. O exemplo aqui vem de Leventhal, Singer e Jones⁴⁸. Participantes de uma pesquisa foram informados a respeito dos riscos do tétano e da importância da respectiva vacina. A informação, entretanto, não foi transmitida do mesmo modo para todos os participantes. Alguns receberam *um mapa* junto da informação; outros não. Dos que receberam a informação acompanhada de um mapa do lugar no qual se poderiam vacinar (*o canal do caso*), 28% dirigiram-se ao local de vacinação. Por outro lado, daqueles que apenas foram informados acerca dos benefícios da vacinação mas sem receber o mapa, apenas 3% conduziram-se ao local.

Para não sair da área da saúde, a indicação aqui, em termos de programas governamentais, é no sentido de que se adotem pequenas mudanças contextuais, como lembretes por Whatsapp ou SMS a respeito de horários de consultas e a respeito dos horários de se tomar determinada medicação⁴⁹, bem assim que, no caso de encaminhamentos para especialistas, depois da triagem por um clínico geral, adotem-se *os mapas da rede de saúde pública* (a conter rotas de transporte público) se o paciente tiver de se encaminhar a um local distinto daquele da triagem⁵⁰.

48. Citados por MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELДАР SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, pp. 9-10, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

49. VERVLOET et al. revisaram a literatura científica que examinou a eficácia desses lembretes e chegaram à conclusão de que, de fato, a adoção de lembretes eletrônicos dá resultados de curto prazo significantes e de que, ainda que os resultados de longo prazo não restassem claros na literatura, poderiam ser atingidos a depender da formatação dos lembretes (MARCIA VERVLOET et al., The effectiveness of interventions using electronic reminders to improve adherence to chronic medication: a systematic review of the literature, *Journal of the American Medical Informatics Association*, n.º 19, pp. 696-704, 2012, disponível em: <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3422829/pdf/amiajnl-2011-000748.pdf>> (acesso em: 21 jun. 2018)). CHOW também revisou a literatura a respeito do tema e concluiu que: a) no Reino Unido, o envio de mensagens de celular aumentou em 20% o comparecimento de mulheres a consultas destinadas a investigar o câncer de mama; b) em Nova York, pacientes que sofrem de dores crônicas tiveram melhora em seu estado quando receberam SMSs diários; e c) mensagens de texto dobraram as chances de que pacientes que sofrem de doenças crônicas tomem a sua medicação em tempo (CLARA CHOW, Text message medication reminders can save the lives of those with chronic illness, *The Conversation*, 22 mar. 2016, disponível em: <<http://theconversation.com/text-message-medication-reminders-can-save-the-lives-of-those-with-chronic-illness-54400>> (acesso em: 21 jun. 2018)).

50. VIEGAS e PENNA destacam que se deve dar integral atenção às demandas dos usuários dos serviços de saúde pública no Brasil, com o emprego de todas as tecnologias disponíveis. As sugestões lançadas no presente texto, quer-se crer, vão nessa linha (SELMA MARIA DA FONSECA VIEGAS / CLÁUDIA MARIA DE MATTOS PENNA, O SUS é universal, mas vivemos de cotas, *Ciênc. saúde coletiva*, Rio de Janeiro, v. 18, n.º 1, pp. 181-190, jan. 2013, disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232013000100019&lng=en&nrm=iso> (acesso em: 18 out. 2018)).

No que respeita aos sistemas de tensão⁵¹, consistem na compreensão da mente humana como uma soma de impulsos na qual os incentivos, caso se dirijam contra forças que lhes façam oposição, surtem pouco impacto. Produzirão, de outra parte, profundo efeito caso o sistema esteja delicadamente balanceado, de modo a favorecer o incentivo⁵². As pesquisas de conformidade conduzidas por ASCH⁵³ exemplificam a questão. Nelas, os participantes raramente discordavam da opinião do grupo, ainda que os julgamentos de grupo se mostrassem *visivelmente errados diante da realidade objetiva*. No entanto, se no grupo de tratamento ao menos um dos participantes discordasse das opiniões do grupo de maneira que ela deixasse de ser unânime, a chance de que os pesquisados se conformassem com a opinião do grupo *reduzia-se* em 80%.

As pessoas, portanto, tendem a mudar seus comportamentos com mais frequência desde que a mudança esteja em acordo com as atitudes do seu *grupo social de referência*. A constituição, por formuladores de políticas públicas, de grupos comunitários e a inserção, no interior desses mesmos grupos, de mensagens destinadas à alteração de comportamentos pouco saudáveis – o não uso de preservativos, o abuso de drogas lícitas ou mesmo o hábito de não lavar as mãos antes das refeições – podem-se mostrar mais proveitosas que intervenções de larga escala. A criação de novos grupos sociais, aliás, permite a formação de *novas normas sociais*, cuja observância, documenta a literatura da Análise Econômica do Direito, tende a ser maior que a das regras do ordenamento positivo⁵⁴. É no momento da criação dessas normas, isto é, é no momento da criação dos grupos de trabalho que os formuladores de políticas públicas devem focar os seus esforços, disseminando as informações a respeito dos comportamentos que queiram incentivar.

Nessa linha, uma iniciativa que de certo modo se assemelha ao fornecimento de mapas com rotas de hospitais é a documentada no Reino Unido em 2014, levada a efeito pelo Behavioural Insights Team (BIT). Ao custo de \$58 cada, o órgão enviou correspondências em nome de Ben, um *suposto estudante* da

51. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, pp. 9-10, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

52. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p. 10, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

53. Citado por MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p. 10, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

54. O texto clássico a respeito do tema é o de ELLICKSON, que dialoga diretamente com o Teorema de Coase, ideia fundante da Análise Econômica do Direito (ROBERT C. ELLICKSON, Of Coase and cattle: dispute resolution among neighbors in Shasta County, *Faculty Scholarship Series*, Paper 466, disponível em: <https://digitalcommons.law.yale.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1465&context=fss_papers>, acesso em: 21 jun. 2018).

Universidade de Bristol, a estudantes que haviam se saído bem no General Certificate of Secondary Education (GCSE), um exame geralmente aplicado aos jovens britânicos aos dezesseis anos. Os destinatários, no entanto, pertenciam a instituições das quais *poucos estudantes progrediam rumo à vida universitária aos dezoito anos* (tratava-se de escolas frequentadas por pessoas de baixa renda). Na carta, Ben explicava não só que empregadores se importam com a reputação da universidade frequentada por um candidato a uma vaga de emprego mas também que as universidades mais conceituadas do Reino Unido podiam ser a opção mais barata, porque têm mais opções de financiamento estudantil. Concluía dizendo que, ao tempo em que tinha a idade dos destinatários, não sabia disso. Como não bastasse, alguns dos destinatários receberam outra carta semelhante um mês depois, a fim de reforçar a mensagem.

O resultado foi o esperado: os estudantes que receberam as *duas cartas* ingressaram em maior número em universidades conceituadas que aqueles que receberam *apenas uma das cartas*. E estes últimos (uma carta), por sua vez, tiveram maior índice de ingresso em comparação com estudantes que não receberam quaisquer das correspondências (zero cartas)⁵⁵.

Quanto aos padrões (*defaults*), ideia que se liga ao *viés da inércia*, Bertrand, Mullainathan e Shafir⁵⁶ citam o experimento natural observado na Europa concernente à doação de órgãos por motoristas. Nos países que adotam a doação como o padrão (*default*), os motoristas são doadores de órgãos em 98% dos casos, enquanto que nos países que adotam a solução contrária – não se ser doador por padrão – os motoristas são doadores em apenas 15% das vezes. O exemplo serve para contextualizar a baixa participação das pessoas que vivem na pobreza no *sistema financeiro* americano. Diz-se que 10% das famílias americanas, a maior parte delas vivendo com poucos recursos materiais, não possuem contas bancárias. Repete-se aqui a sugestão de que empregadores de pessoas que vivem em condições de pobreza adotem como padrão (*default*) o pagamento de salários por meio de contas bancárias. A intervenção se deveria dar por meio de uma regra a obrigar os empregadores a tanto, ou seja, uma regra de comando e controle determinando o *nudge* por uma pessoa privada (o empregador) em favor de outro privado (a pessoa de baixa renda).

Uma ressalva parece importante nesse caso. É também assentada na literatura da economia comportamental a constatação de que, quando não estão manuseando “dinheiro vivo”, as pessoas tendem a gastar mais. Se há um (bem) *intermediário* entre o dinheiro – como um cartão de débito ou de crédito ou mesmo as fichas de um cassino – e o dono desse mesmo dinheiro, a sensação de perda quando

55. Policymakers around the world are embracing behavioural science, *The Economist*, Londres, 18 mai. 2017, pesquisável em: < <https://www.economist.com/international/2017/05/18/policymakers-around-the-world-are-embracing-behavioural-science>> (acesso em: 22. jun.2018).

56. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.11, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

da compra de alguma coisa é menor. Isto é, o método de pagamento influencia o quanto se gasta⁵⁷.

É evidente que uma coisa é ter conta em banco e outra é se valer de serviços de cartão para pagamento de despesas. O ideal seria o oferecimento de serviços bancários às pessoas carentes sem que os cartões servissem como meio de pagamento. Isso, no entanto, parece pouco provável. Não existem serviços financeiros sem o uso de cartões. E não existem cartões que não sirvam como meio de pagamento. Sob essa perspectiva, então, não parece tão ruim que parte das pessoas que possuam menos recursos não possuam contas bancárias. Sem contas, não têm acesso a cartões. E sem cartões, não entrarão tanto no crediário, já que pagarão com mais frequência com dinheiro vivo. Como não se encontraram pesquisas neste sentido, conclui-se o ponto com a sugestão de que se realizem estudos empíricos que meçam a relação entre os custos e benefícios de se ter uma conta bancária – em comparação a não se a ter – e de se usar cartões como meio de pagamento – em comparação com o seu não uso. Os benefícios de se possuir uma conta bancária (poupar-se mais) compensam os malefícios do uso de cartões? Esse é o problema de pesquisa que se deve investigar.

Sem sair da questão dos *defaults*, mais um exemplo clássico – e uma das áreas pelas quais Richard Thaler se interessou inicialmente⁵⁸ – é o das pensões. No Reino Unido, o cadastramento automático de trabalhadores do setor privado em poupanças previdenciárias, de 2012 a 2015, significou um incremento de 37 pontos percentuais na participação nos sistemas de previdência patrocinados pelos empregadores⁵⁹. Como no Brasil se está, ao tempo da redação do presente texto (segundo semestre de 2018), a discutir a reforma da previdência, estudos nesse sentido ganham especial relevo. Uma mudança pequena e de baixo custo pode ter um grande impacto na vida das pessoas.

Voltando ao tema das contas bancárias, Bertrand, Mullainathan e Shafir⁶⁰ reiteram a questão da percepção do grupo social. Não se pode excluir a hipótese de que as pessoas dos estratos sociais menos favorecidos vejam os serviços bancários como destinados a pessoas de maior renda. A necessidade de, no momento da abertura

57. NELSON D. SCHWARTZ, Credit cards encourage extra spending as the cash habit fades away, *The New York Times*, Nova York, 25 mar. 2016, disponível em: <<https://www.nytimes.com/2016/03/27/your-money/credit-cards-encourages-extra-spending-as-the-cash-habit-fades-away.html>> (acesso em: 21 jun. 2018).

58. DAVID HALPERN, Behavioural economics' may sound dry – but it can change your life, *The Guardian*, Londres, 10 out. 2017, disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/10/behavioural-economics-richard-thaler-nudge-nobel-prize-winner>> (acesso em: 21 jun. 2018).

59. JONATHAN CRIBB / CARL EMMERSON, What happens when employers are obliged to nudge. Automatic enrollment and pension saving in the UK, *Institute for Fiscal Studies*, Londres, 2016, pp. 1-46, pesquisável em: <<https://www.ifs.org.uk/uploads/publications/wps/wp1619.pdf>> (acesso em: 21 jun. 2016).

60. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELДАР SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.11-13, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

de uma conta bancária, se ter de passar pelo escrutínio de uma autoridade (o bancário) pode dar lugar a emoções que deixem as pessoas mais vulneráveis a *sentimentos de inferioridade*. As pessoas com menos possibilidades podem-se ver como tendo “o seu lugar na sociedade”, cientes de que não conseguirão se adequar a certas normas sociais (“o padrão dos ricos”)⁶¹.

Com efeito, embasados em estudos de Turner⁶² e Lebouef e Shafir⁶³, a Bertrand, Mullainathan e Shafir⁶⁴ não escapou a questão da *identidade saliente*. As pessoas tendem a retirar a sua identidade do(s) grupo(s) de referência ao(s) qual(is) pertence(m). Se um estereótipo recai sobre determinado grupo social, o desempenho das pessoas que pertencem a esse grupo poderá ser prejudicado na realização de tarefas que reforcem o estereótipo. O exemplo fica por conta do experimento, conduzido por Croizet e Claire⁶⁵, em que se aplicou um teste a estudantes de baixa renda. O teste foi apresentado como *medida da capacidade intelectual* (o estereótipo) daqueles que estavam a ser testados. O grupo de controle – pessoas *não pertencentes* à camada de baixa renda – saiu-se *melhor no exame*. No entanto, quando aplicado o mesmo teste *sem a referência à mensuração da capacidade intelectual dos testados*, não se constatarem diferenças na performance dos estudantes de baixa renda e dos demais. A conclusão a se tirar dessa questão para a formulação de políticas públicas é a seguinte: as intervenções devem promover as identidades salientes que tendam a produzir uma resposta mais positiva. Se o objetivo, por exemplo, é o de se aumentar a adesão a um programa social de transferência de renda, a identidade saliente do público alvo a ser considerada pelo formulador pode ser, por exemplo, a da pessoa que se vê em *vias de ascensão social graças àquela política pública específica*. Deve-se *salientar o lado positivo da questão*.

O enquadramento (*framing*) das políticas públicas também é questão relevante, de vez que, no geral, as pessoas são avessas ao risco. Bertrand, Mullainathan e

61. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p. 13, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

62. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.13, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

63. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.13, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

64. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.13-14, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

65. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p. 14, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

Shafir⁶⁶ destacam que a literatura comportamental tem concluído que o realce das perdas associadas à não adoção de determinada atitude tende a ser mais eficaz que o apontamento dos ganhos. Se o que se quer é aumentar a adesão de determinado grupo a contas bancárias, o que se deve destacar, então, é *o quanto se está a perder* por não se ter uma conta bancária. Isso tende a ser mais efetivo que o realce dos ganhos advindos dos serviços bancários.

Bertrand, Mullainathan e Shafir⁶⁷ examinam também os programas de transferência de renda sob a perspectiva comportamental. Há casos em que, mesmo havendo a entrega direta de dinheiro aos beneficiários, a taxa de sucesso dos programas fica aquém do que se espera. Nem todos os que deveriam buscar essa ajuda o fazem. E por que isso ocorreria? A resposta da Economia tradicional situar-se-ia na hipótese do estigma, que seria um custo relacionado a esses programas. O custo não compensaria o benefício. Mas a perspectiva comportamental tem ainda outras explicações.

A primeira questão para a qual se deve atentar aqui é a de se o público alvo *entende o funcionamento* dos programas de transferência de renda. O entendimento de como funcionam certas regras e benefícios financeiros não é um problema exclusivo das pessoas de baixa renda. Mesmo as pessoas de outras camadas sociais, inclusive as que investem em valores mobiliários, *têm pouco conhecimento das regras* relacionadas a certos serviços financeiros, como por exemplo os serviços previdenciários a que pertencem⁶⁸. De regra, os beneficiários não sabem a qual sistema de previdência estão ligados. Não raro, são os serviços financeiros que são pouco transparentes. A *transparência*, portanto, deve ser um dos objetivos do formulador de políticas públicas.

A segunda questão que se deve ter em conta relaciona-se com os pequenos aborrecimentos ligados à execução dos programas de transferência de renda. Formulários muito longos e muito complicados, que focam nas penalidades às quais os pretendentes estarão sujeitos no caso de fornecerem informações incorretas; a exigência de que se forneçam informações bastante particulares; os horários nos quais se deve comparecer a órgãos governamentais para participar de certos programas: tudo isso pode contar negativamente para a taxa de sucesso dos programas.

66. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.14, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

67. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.16-18, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

68. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, p.17, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

Ainda no que respeita aos formulários, se muito simples, podem fazer com que pareça que a adesão a certos programas sociais é muito fácil, o que facilita a fraude. Uma opção seria a criação de um formulário padrão para uma série de serviços públicos. Por meio de algum esforço mental, os destinatários do programa poder-se-iam ver beneficiários de uma série de serviços – e não só de um deles. Trata-se de *incentivar a compreensão* de certas informações. A compreensão valeria a pena, dados os benefícios a ela associados (adesão a uma *variedade* de programas sociais).

Por fim, pode haver procrastinação. Se os programas exigem recertificação frequente, com novos formulários a se preencher, é provável que a sua taxa de sucesso caia com o tempo. A recertificação pode-se encaixar no problema dos aborrecimentos. Cada pequeno aborrecimento conta negativamente para o sucesso de programas de transferência de renda. E o que se pode fazer com relação a isso? Volta-se aqui à ideia dos lembretes eletrônicos, que impactam a procrastinação com bastante força. Mas os lembretes eletrônicos não são tudo. Os *deadlines* também importam bastante. Não podem ser *nem muito curtos*, de maneira a tornar irreal a sua observância, *nem muito longos*, de modo que não incentivem o público alvo a ir atrás do programa.

As implicações que Bertrand, Mullainathan e Shafir⁶⁹ expõem, a ser consideradas pelos formuladores de políticas públicas que tenham a população de baixa renda como alvo, são: a) a simplicidade e a transparência importam; b) tal qual nos mercados, a persuasão importa, isto é, os programas, ainda que bem intencionados e corretamente formulados, não funcionam por si mesmos; c) os detalhes dos programas importam; e d) a honestidade importa. Ou seja, os fatores comportamentais importam e devem ser levados em conta.

Espero ter deixado clara a relevância das informações apresentadas no texto para o contexto brasileiro, ao qual, porque país em desenvolvimento e de acentuada desigualdade social, interessam intervenções que facilitem a vida das pessoas menos favorecidas. A Economia Comportamental, como dito, tira suas conclusões de experimentos da realidade objetiva, controlados ou naturais. Cabe aos formuladores de políticas públicas testar não só os programas que pretendem por em prática mas também as conclusões a que chegou a literatura comportamental em outros contextos (inclusive as que redigi acima). É com testes e aprendizado (tentativa e erro) que a Economia Comportamental pode melhorar a qualidade da nossa intervenção regulatória na vida dos menos favorecidos.

Mas é só isso? Isto é, existe algo mais a apontar com relação à Economia Comportamental que favoreça a sua adoção no Brasil? Concluo indicando também que, dada a pressão, no Brasil, pelo controle do orçamento público, a Economia Comportamental e a intervenção por meio de *nudges* pode ser

69. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, pp.19-21, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

especialmente relevante. David Halpern⁷⁰, atual diretor do Behavioural Insights Team – BIT, informa que, quando da criação desse órgão (o BIT), em 2010, os envolvidos na iniciativa, em meio a bastante desconfiança, assumiram a missão de ou conseguir um resultado econômico que trouxesse *dez vezes mais benefícios* que custos (o BIT foi orçado, naquele tempo, em £500,000/ano) ou então ver a unidade desativada. A iniciativa superou essas expectativas: a unidade poupou aproximadamente *vinte vezes o quanto custava a sua manutenção aos contribuintes*⁷¹. Se essa economia de recursos chegar com a mesma força aqui no Brasil, será igualmente bem-vinda.

4. Conclusão

Busquei neste texto preencher aquilo que identifiquei como uma lacuna na literatura – e sobremaneira na literatura jurídica – a respeito da Economia Comportamental e dos *nudges*: a que conclusões a Economia Comportamental tem chegado no que respeita aos contextos de escassez (pobreza) e quais as soluções regulatórias que se podem adotar nesses ambientes.

Apresentei, inicialmente, as conclusões e respectivas sugestões de dois textos quanto à *demanda por atenção* que situações de escassez criam^{72 73}, concluindo que cumpre aos formuladores de políticas públicas *não onerar* ainda mais a mente dos menos favorecidos com exigências descabidas (entrevistas e formulários complexos, submissão a regras complicadas).

Na sequência, baseando-me num estudo de Bertrand, Mullainathan e Shafir⁷⁴, datado de antes da popularização do termo *nudge*, analisei a questão dos vieses cognitivos daqueles que se encontram em situações de escassez. Ao longo do texto, lancei sugestões de ordem prática a serem consideradas pelos formuladores de programas governamentais que tenham as pessoas carentes

70. DAVID HALPERN, Behavioural economics' may sound dry – but it can change your life, *The Guardian*, Londres, 10 out. 2017, disponível em: <<https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/10/behavioural-economics-richard-thaler-nudge-nobel-prize-winner>> (acesso em: 21 jun. 2018).

71. Policymakers around the world are embracing behavioural science, *The Economist*, Londres, 18 mai. 2017, pesquisável em: <<https://www.economist.com/international/2017/05/18/policymakers-around-the-world-are-embracing-behavioural-science>> (acesso em: 22. jun.2018).

72. ANUJ K. SHAH / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Some consequences of having too little, *Science*, v. 338, n.º 682, 2012, pp. 682-685, pesquisável em: <<http://faculty.missouri.edu/segerti/capstone/Shah...Shafir.%20Science-2012.%20consequences%20of%20having%20too%20little.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

73. ANANDI MANI et. al, “Poverty impedes cognitive function”, *Science*, v. 341, n.º 6149, pp. 976-980, 2013, pesquisável em: <https://scholar.harvard.edu/files/sendhil/files/976_full_.pdf> (acesso em: 16 dez. 2018).

74. MARIANNE BERTRAND / SENDHIL MULLAINATHAN / ELDAR SHAFIR, Behavioral economics and marketing in aid of decision making among the poor, *Journal of Public Policy & Marketing*, v. 25, n.º 1, 2006, pp.19-21, pesquisável em: <<https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/2962609/behavioral%20economics%20and%20marketing.pdf>> (acesso em: 16 dez. 2018).

como público alvo. É interessante que os governos e os reguladores brasileiros comecem a, com frequência, desenhar experimentos controlados destinados não só a testar a eficácia das políticas públicas que pretendem colocar em prática mas também a examinar as conclusões da Economia Comportamental tiradas de experimentos realizados em outros países. É por meio desse aprendizado (experimentos, tentativa e erro) que os *nudges* entre nós realmente poderão surtir efeitos positivos.

Conclui com o apontamento de que as intervenções regulatórias por meio de *nudges* pode ser especialmente relevante no Brasil, tendo em conta as pressões atuais pelo controle do orçamento público. No Reino Unido, está documentado o fato de que a Economia Comportamental poupou recursos dos contribuintes. Pode também vir a ser o caso entre nós.
