



A ECONOMIA COMPORTAMENTAL COMO INCENTIVADOR DO CONSUMO CONSCIENTE

Rafael Líneker de Deus SILVA, Universidade Estadual de Maringá, rldsilva@uem.br
Kézia de Lucas BONDEZAN, Universidade Estadual de Maringá, klbondezan@uem.br.

Referência:

SILVA, Rafael Líneker de Deus; BONDEZAN, Kézia de Lucas. A economia comportamental como incentivador do consumo consciente. In: SIMPPA - SIMPÓSIO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO. 4., 2024, Maringá. **Anais eletrônico...** Maringá: PPA, 2024. p. 16-32. Disponível em: <https://ppa.uem.br/iv-simppa-2024x/anais>. Acesso em: 25 nov. 2024.

RESUMO

É comum as pessoas tomarem decisões falhas, especialmente no que se refere ao consumo. Diante de uma conjuntura em que os recursos naturais ganham relevância pela sua possibilidade de escassez, torna-se necessário repensar a forma de se tomar decisões. Uma abordagem é a da Economia Comportamental, que estuda a tomada de decisões financeiras. Neste contexto, o problema da pesquisa é: como a Economia Comportamental pode contribuir com insights para o consumo consciente? Essa questão está alinhada ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) de consumo e produção responsáveis. Para respondê-la, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em artigos e publicações científicas relacionados ao tema. Os resultados mostram que o Reino Unido é um dos principais desenvolvedores de políticas públicas baseadas na Economia Comportamental. No Brasil, apesar dos benefícios potenciais, há muitos desafios jurídicos e uma percepção equivocada de que os incentivos propostos implicariam em coerção ou limitação da liberdade de escolha.

Palavras chave: Nudges. Economia Comportamental. Viés.

BEHAVIORAL ECONOMICS AS AN ENCOURAGEMENT OF CONSCIOUS CONSUMPTION

ABSTRACT

It is common for people to make flawed decisions, especially when it comes to consumption. Faced with a situation in which natural resources gain relevance due to their possibility of scarcity, it becomes necessary to rethink the way decisions are made. One approach is Behavioral Economics, which studies financial decision-making. In this context, the research

problem is: how can Behavioral Economics contribute insights for conscious consumption? This issue is aligned with the Sustainable Development Goal (SDG) of responsible consumption and production. To answer it, a bibliographical search was carried out in articles and scientific publications related to the topic. The results show that the United Kingdom is one of the main developers of public policies based on Behavioral Economics. In Brazil, despite the potential benefits, there are many legal challenges and a mistaken perception that the proposed incentives would imply coercion or limitation of freedom of choice.

Keywords: Nudges. Behavioral Economics. Bias.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do dia, toda pessoa toma uma infinidade de decisões, muitas vezes sem refletir suas ações ou mesmo de forma incongruente com seus objetivos pessoais. Isso porque, segundo os estudiosos da Economia Comportamental, nossa mente está carregada de vieses, heurísticas e racionalidade limitada.

Em um mundo tecnológico com grandes empresas utilizando cada vez mais dados sobre as influências psicológicas no comportamento humano com a finalidade de incentivar o consumo desenfreado e geração de lucros, os agentes podem acabar sentindo dificuldades em consumir com equilíbrio e de modo mais consciente.

A Economia Comportamental apresenta o conceito de *Nudge*, que, em português literal, significa 'empurrão', uma dica ou sugestão. As empresas costumam utilizar de diversos nudges sobre os consumidores a fim de alcançar seus objetivos particulares. Entretanto também pode se tratar de um método pelo qual os agentes públicos podem ajudar as pessoas a perceber o que é importante sem necessariamente obrigá-las a realizar um determinado ato (THALER e SUNSTEIN, 2019).

Nesta perspectiva, o objetivo deste estudo é analisar como a Economia Comportamental pode contribuir com insights para o consumo consciente. Para atingir tal objetivo, o trabalho está dividido em quatro seções, sendo a primeira, esta breve introdução. Na segunda seção, serão analisados alguns aspectos teóricos da Economia Comportamental. A terceira seção apresenta discussões sobre Economia Comportamental no consumo consciente, e por fim, na seção 4, são apresentadas as considerações finais.

2 ASPECTOS TEÓRICOS DA ECONOMIA COMPORTAMENTAL

Os estudos da Economia Comportamental, se fundamentam na racionalidade limitada, contrária à racionalidade ilimitada presente nos estudos econômicos clássicos; heurísticas, atalhos mentais que nos auxiliam no dia a dia; e nos vieses cognitivos, processos mentais inconsistentes não lógicos, como ancorar uma decisão no fundamento errado ou mesmo o viés do *status quo*, um desejo de inércia nas ações.

Uma forma de aplicação dos conhecimentos da Economia Comportamental se apresenta pela forma de "*nudges*", incentivos modestos a fim de direcionar os indivíduos em um sentido mais racional e menos enviesado (THALER e SUNSTEIN, 2019). Um *nudge* respeita a autonomia individual, logo propõe mudanças de comportamento sem uma prática coercitiva, sendo meramente uma mudança na arquitetura de escolha.

Para Meneguín e Ávila (2015), o Estado deve representar a figura de proteção do interesse público contra os domínios particulares, suas ações devem se concretizar na forma de políticas públicas, ações ordenadas em prol do bem estar comum a todos, para os autores, no Brasil, dadas as dificuldades financeiras, a Economia Comportamental poderia fazer mais pelo bem-estar social do que uma regulamentação rígida, custosa e obrigatória.

3 DISCUSSÕES SOBRE A ECONOMIA COMPORTAMENTAL NO CONSUMO CONSCIENTE

Escolhas sob incerteza, este é o campo que as pessoas se encontram diariamente. Desta forma, a mente humana busca todo apoio possível para suas decisões. Para Oliveira e Madureira (2020) as emoções e vieses impactam diretamente na forma de pensar e agir, e embora seja complexo compreender e controlar plenamente o papel das emoções nas decisões, a publicidade pode tornar o processo mais tendencioso e controlável, influenciando o contexto e condicionando o resultado final. O problema, assim, se encontra na fala de Ayroza e Borges (2018) que acreditam ser evidente que “o desconhecimento das diferentes formas de manipulação e indução ao consumo de bens e serviços contribui para que os consumidores se tornem mais vulneráveis aos ardis elaborados pelos fornecedores.”

Considerando o Estado como o agente capaz de minimizar essa influência das empresas, a primeira nação a criar um departamento para o uso da Economia Comportamental em suas políticas foi o Reino Unido, o Behavioral Insights Team (BIT), também denominado de Nudge Unit. Suas experiências lograram reduzir em 20% o desperdício de comida no comércio com adoção de pratos menores. Além de diminuir o consumo de ultraprocessados obrigando as empresas a informar dados sobre sódio, açúcares e demais itens presentes. A ideia é conscientizar sobre o consumo de alimentos, não proibindo o consumo mas apresentando informações acessíveis para que o consumidor possa refletir sobre suas escolhas. (STOICOV, 2014).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se por um lado, as empresas podem fazer tudo o que a lei não lhes proíbe, por outro, os governos apenas realizam o que a lei lhes permite. Com isso a Economia Comportamental avançou no setor privado e se mantém lenta no setor público de grande parte dos países. Na Europa, onde a adoção da Economia Comportamental para aprimorar políticas públicas, o resultado tem sido bastante significativo, entretanto seu uso ainda parece distante da realidade brasileira.

O Estado tem o dever de guiar as pessoas em direção ao que realmente é importante, seja na saúde, previdência ou em outros aspectos da vida da população. No entanto, a legitimidade do Estado para atuar por meio de *nudges* a fim de aumentar o bem-estar social, depende da aceitação da sociedade. A proposta enfrenta diversas críticas, em que se apontam os impactos dos nudges como limitadores da autonomia individual. O debate jurídico segue nas instituições competentes brasileiras, mas ainda são necessários mais estudos para que essa abordagem se prove viável para toda a sociedade.

REFERÊNCIAS

AYROZA, I.F.L, BORGES, L.M. Exercício do direito à informação e consumo consciente: contribuições da economia comportamental para o direito do consumidor. **Revista de Direito do Consumidor**. vol. 119. ano 27. p. 385-407. São Paulo: Ed. RT, set.-out. 2018.

MENEGUIN, Fernando B. ÁVILA, Flávia . A ECONOMIA COMPORTAMENTAL APLICADA A POLÍTICAS PÚBLICAS. **Guia de Economia Comportamental e Experimental** (pp.209-219). 2015. Disponível em <<https://www.economicomportamental.org/guia/>> Acesso em 20 set 2024.

OLIVEIRA, G.F., MADUREIRA, E.M.P. A influência da Economia Comportamental na publicidade contemporânea. Revista *Thêma et Scientia* – Vol. 10, n. 2, jul/dez 2020.

STOICOV, Carla. **Economia comportamental nas políticas públicas**. Disponível em <https://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/c_a_r_l_a_s_t_o_i_c_o_v.pdf> Acesso em 30 out 2024.

THALER, Richard H. SUNSTEIN, Cass R. **Nudge: como tomar melhores decisões sobre saúde, dinheiro e felicidade** / tradução Ângelo Lessa. — 1ª ed. — Rio de Janeiro : Objetiva, 2019.