

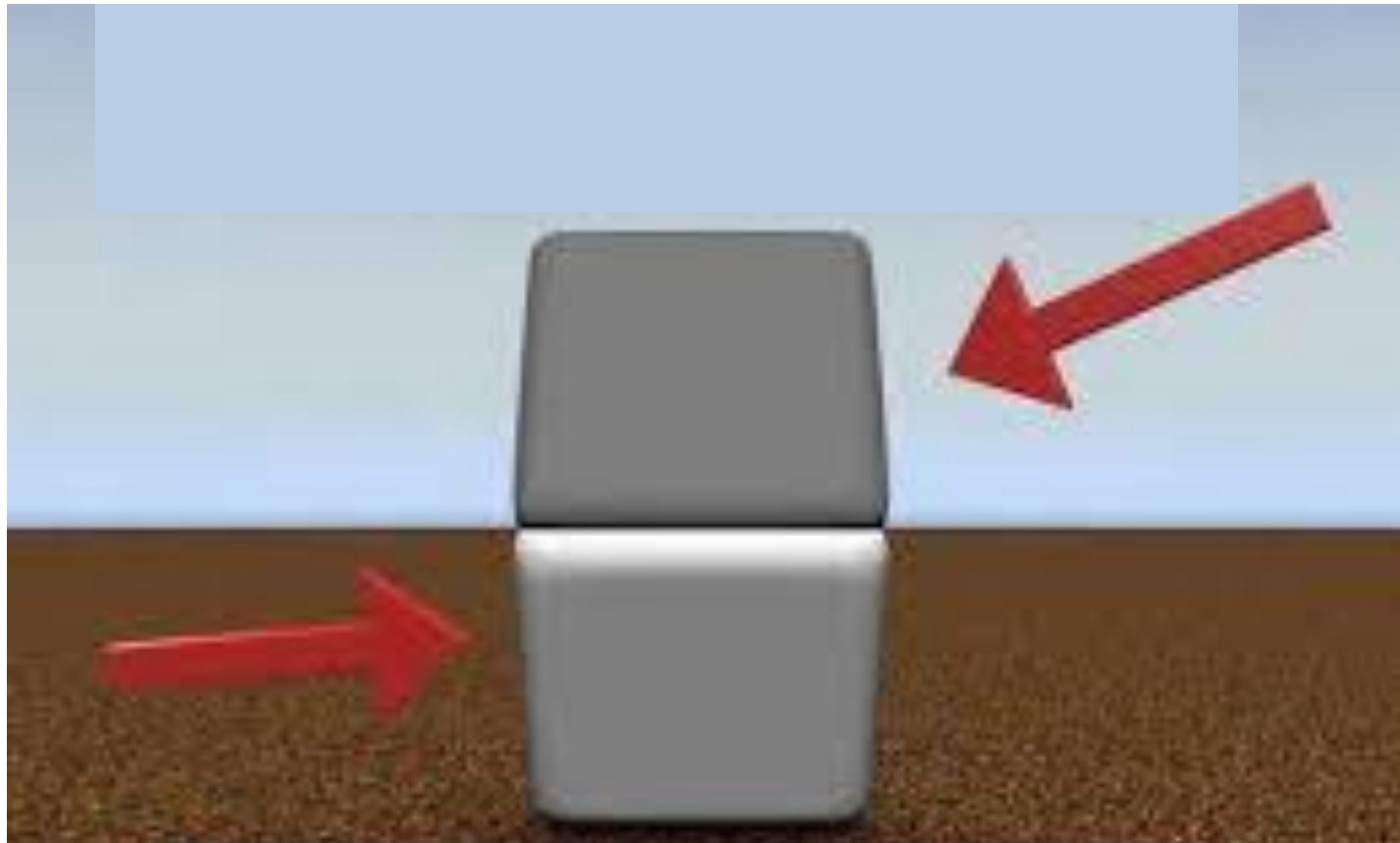


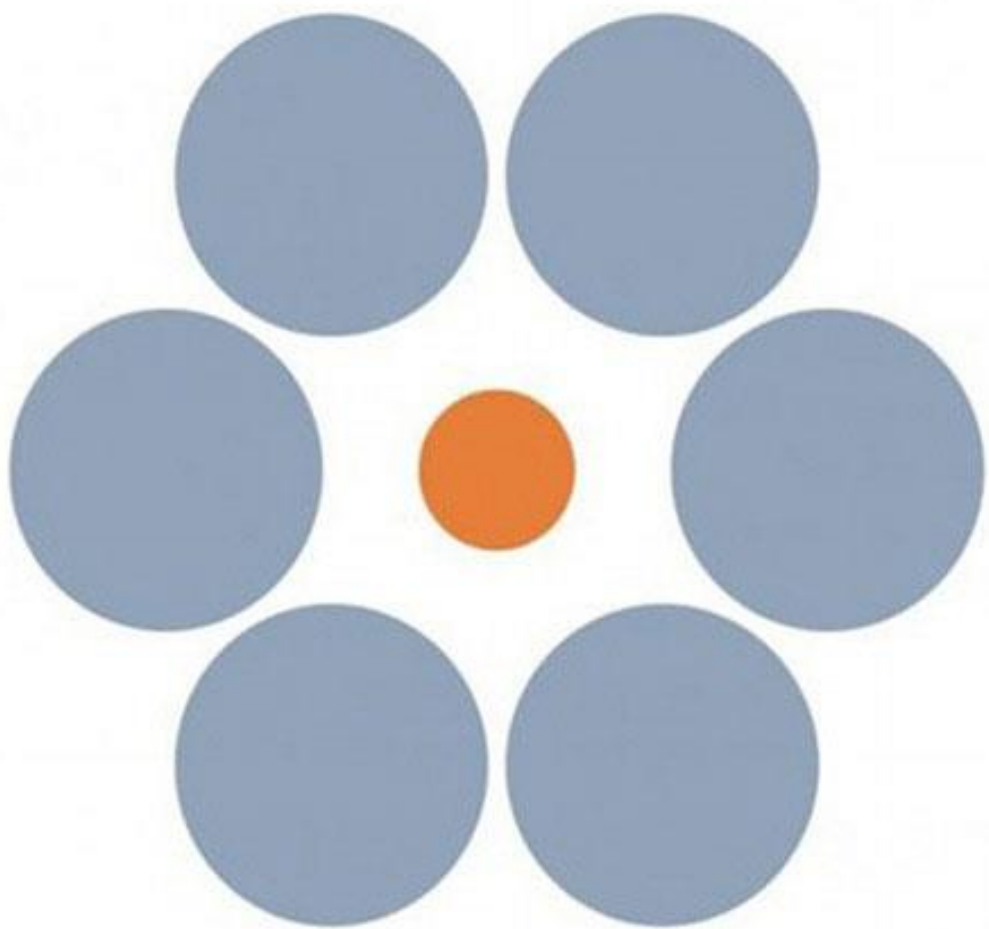
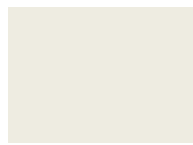
Insights Comportamentais e Integridade na Gestão Pública

Antonio Claret Campos Filho
ENAP

Fortaleza, 06 de Dezembro de 2018

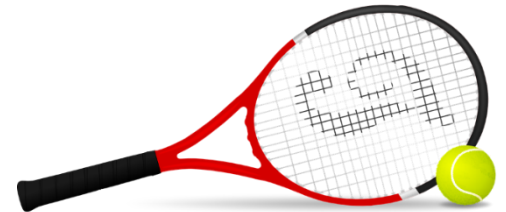






Responda o mais rápido que puder:

- Uma raquete e uma bola custam R\$ 1,10
- A raquete custa R\$ 1,00 a mais que a bola
- **Quanto custa a bola?**



O perfil de Linda

Linda tem 31 anos, é solteira, branca e muito inteligente. É formada em filosofia. Quando era estudante, preocupava-se profundamente com questões de discriminação e justiça social, e também participava de manifestações antinucleares.

O perfil de Linda

Linda tem 31 anos, é solteira, franca e muito inteligente. É formada em filosofia. Quando era estudante, preocupava-se profundamente com questões de discriminação e justiça social, e também participava de manifestações antinucleares.

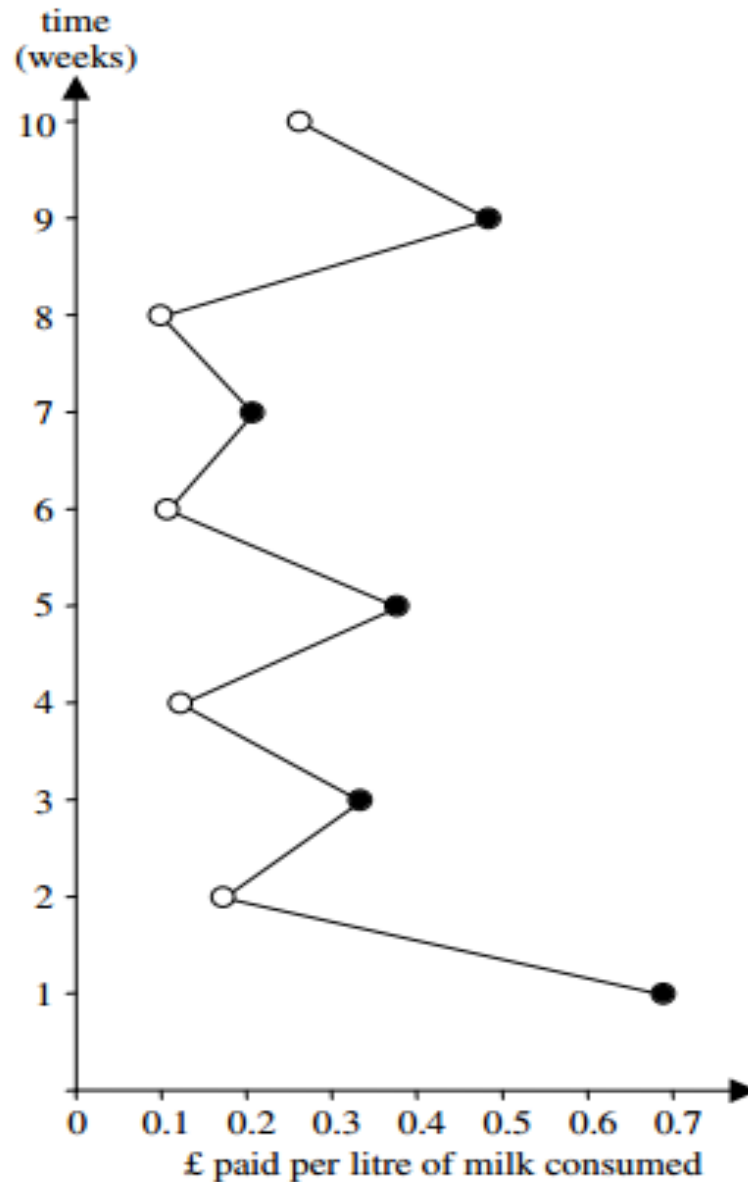
- Qual a alternativa mais provável?
 - A) Linda é uma caixa de banco.
 - B) Linda é uma caixa de banco ou astronauta
 - C) Linda é uma caixa de banco e é ativa no movimento feminista.



Sirva-se ... e contribua com R\$ 2



“Caixinha da Honestidade”



a function of week and image type.



“Caixinha da Honestidade”

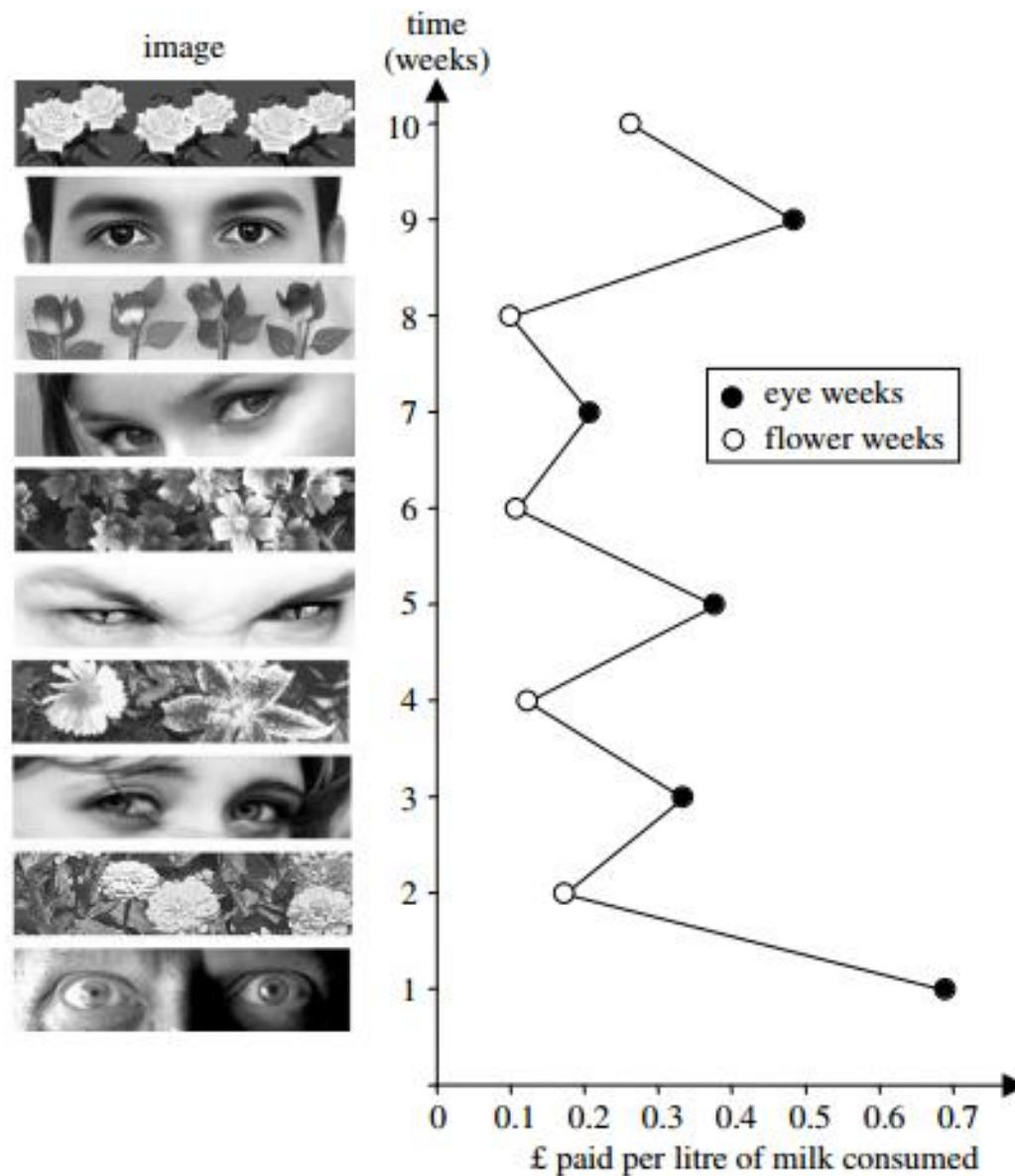


Figure 1. Pounds paid per litre of milk consumed as a function of week and image type.

Priming

- O ambiente pode influenciar de forma não consciente a tomada de decisões.
- a exposição a um determinado estímulo ou evento afeta a resposta a eventos subsequentes.
- Significados (como palavras ou imagens) que evoquem memórias associativas influenciam o comportamento das pessoas submetidas ao ***prime***.

Economia Comportamental

- **Ponto de partida:**
 - questionamento do modelo do agente racional (*homo economicus*)
 - a partir de evidências empíricas (experimentais ou de campo)
 - sobre como os seres humanos tomam decisões.

Ciências Comportamentais

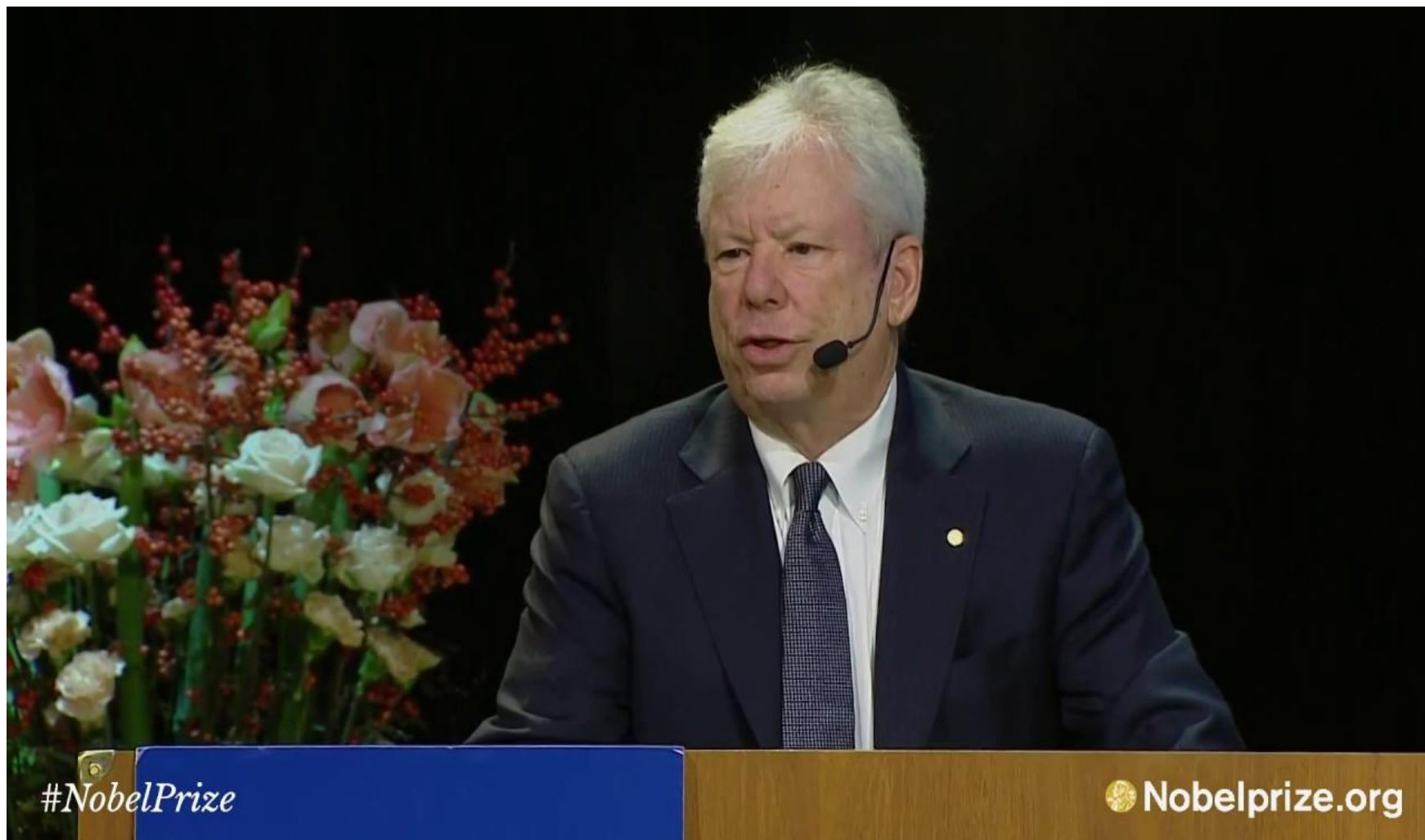
- **Campo interdisciplinar:**
 - Psicologia
 - Economia
 - Administração
 - Sociologia
 - Biologia
 - Neurociência
 - Direito
 - outras



**Daniel
Kahneman**



**Amos
Tversky**



Richard Thaler – Nobel em 2017

https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/economic-sciences/laureates/2017/thaler-lecture.html





Behavioural Insights and Public Policy

Institutions applying BI to public policy around the world



Institutions inside government

Institutions outside government

Multi-national organisations

e: OECD Research (2018)



Economia comportamental, insights comportamentais ou ciências comportamentais aplicadas?

- **KAHNEMAN: applied behavioral science as a better label than behavioral economics for this emerging discipline.**
- **Relatório UE 2016:**
 - **Economia comportamental:** disciplina científica que aplica insights psicológicos e sociológicos ao comportamento humano para explicar tomada de decisões econômicas.
 - **Insights comportamentais :** resultam de pesquisa multidisciplinar em campos como psicologia, economia, sociologia e ciências neurais para entender como os seres humanos se comportam e tomam decisões na vida cotidiana.

Tomada de Decisões

Decisões são tomadas em diversos âmbitos das políticas públicas, desde decisões macro sobre criar uma política e como estruturá-la até decisões relacionadas a comportamentos individuais.

- no âmbito do ciclo das políticas públicas (decision-makers: políticos, burocratas)
- no âmbito do desenho de programas - choice architecture (policy-makers: burocratas)
- no âmbito do acesso e utilização de serviços públicos (cidadãos, street level bureaucracy)

Os estudos sobre tomada de decisão podem ser classificados em dois tipos:

- **Modelos prescritivos:** como as decisões *devem ser* tomadas (juízo de valor). Abordagem normativa. Método dedutivo
- **Modelos descritivos:** como as decisões *são* tomadas. Abordagem empírica, baseada em evidências. Método indutivo.

O agente do processo decisório

- Racional
- Informado
- Coerente
- Maximizador do auto-interesse
- Individual

O agente do processo decisório

- Racional (?)
- Informado (?)
- Coerente (?)
- Maximizador do auto-interesse (?)
- Individual (?)

Econs X Humans ...

“Se você ler os manuais de economia, aprenderá que o *homo economicus* pode pensar como Albert Einstein, armazenar tanta memória quanto o Big Blue da IBM e exercitar a força de vontade de Mahatma Gandhi. Isso mesmo. Mas as pessoas que conhecemos não são assim!”.

(If you look at economic textbooks, you will learn that *homo economicus* can think like Albert Einstein, store as much memory as IBM's Big Blue, and exercise the willpower of Mahatma Gandhi. Really. **But the folks that we know are not like that**).

Thaler & Sunstein (2009)



Exemplo de decisão inconsistente

(Thaler, 2015)

O custo de eliminar um risco

(Thaler, 2015)

- Cenário 1: Imagine que você foi contaminado por um vírus, letal em 0,1 % dos casos de infecção no prazo máximo de 1 semana, após o qual os sobreviventes não teriam qualquer sequela. Quanto você pagaria por um antídoto 100% seguro?

O custo de eliminar um risco (2)

(Thaler, 2015)

- Cenário A: Imagine que você foi convidado a participar de um experimento que consiste em ficar 5 minutos em uma sala contaminada com um vírus (para o qual não há antídoto), letal em 0,1 % dos casos de infecção no prazo máximo de 1 semana, após o qual os sobreviventes não teriam qualquer sequela. Qual valor a levaria a aceitar participar do experimento?

- Cenário 1: Imagine que você foi contaminado por um vírus, letal em 0,1 % dos casos de infecção no prazo máximo de 1 semana, após o qual os sobreviventes não teriam qualquer sequela. Quanto você pagaria por um antídoto 100% seguro?
(valor médio: \$ 2.000)
- Cenário 2: Imagine que você foi convidado a participar de um experimento que consiste em ficar 5 minutos em uma sala contaminada com um vírus (para o qual não há antídoto), letal em 0,1 % dos casos de infecção no prazo máximo de 1 semana, após o qual os sobreviventes não teriam qualquer sequela. Qual valor a levaria a aceitar participar do experimento?
(valor médio: \$ 500.000)

O QUE JUSTIFICA TAMANHA DISCREPÂNCIA DE VALORES PARA NEUTRALIZAR O MESMO RISCO?

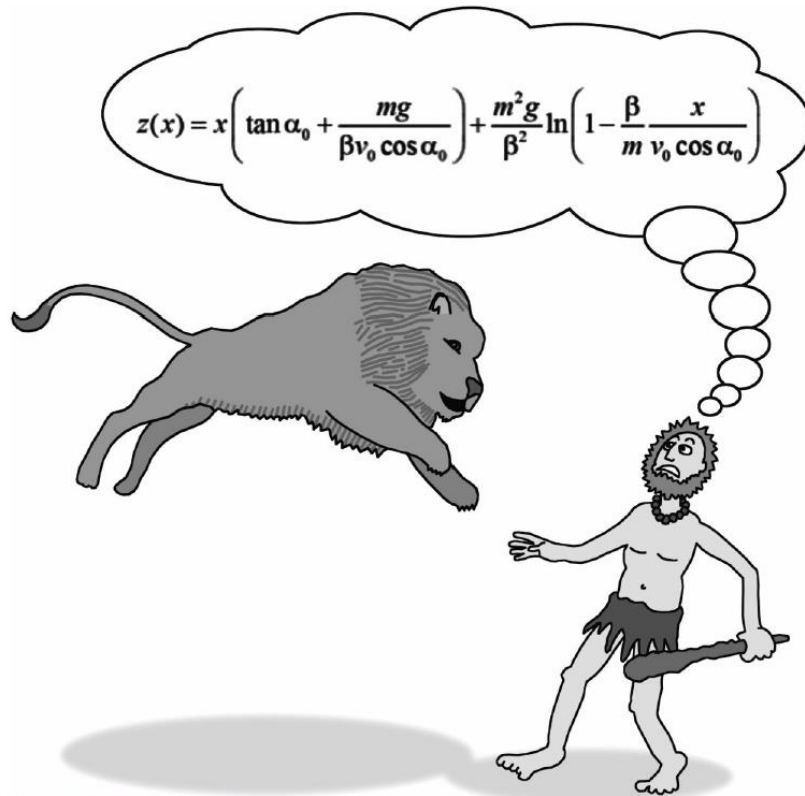


Figure 4-1. Fear keeps us from thinking too long in dangerous situations.

INSIGHTS COMPORTAMENTAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS

**As pessoas (tanto os cidadãos
usuários das políticas como
servidores) muitas vezes não decidem
decidem como agentes racionais:**

➤ **Racionalidade limitada**



INSIGHTS COMPORTAMENTAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS

**As pessoas (tanto os cidadãos
usuários das políticas como
servidores) muitas vezes não decidem
como agentes racionais:**

- Racionalidade limitada
- **Atenção Limitada**



INSIGHTS COMPORTAMENTAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS

**As pessoas (tanto os cidadãos
usuários das políticas como
servidores) muitas vezes não decidem
como agentes racionais:**

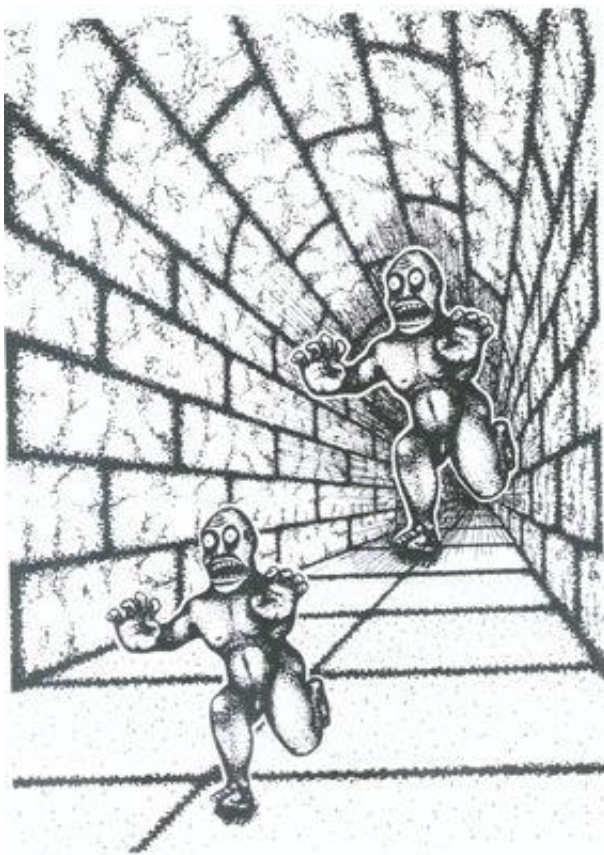
- Racionalidade limitada
- Atenção limitada
- **Auto-controle limitado**



INSIGHTS COMPORTAMENTAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS

As pessoas (tanto os cidadãos usuários das políticas como servidores) muitas vezes não decidem como agentes racionais:

- Racionalidade limitada
- Auto-controle limitado
- Atenção Limitada
- Diferentes percepções e modelos mentais



INSIGHTS COMPORTAMENTAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS

**As pessoas (tanto os cidadãos
usuários das políticas como
servidores) muitas vezes não decidem
como agentes racionais:**

- Racionalidade limitada
- Auto-controle limitado
- Atenção Limitada
- Diferentes percepções e modelos mentais
- **Forte influência do contexto**

Dois modos de processamento mental



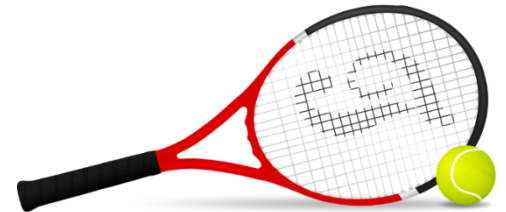
Sistema 1: opera de forma automática, associativa, intuitiva e rápida, com pouco esforço e sem controle voluntário.

Sistema 2: aloca atenção às atividades mentais laboriosas que o requisitam, incluindo cálculos complexos. Racional, lógico, dedutivo, estruturado. Oneroso.



Responda o mais rápido que puder:

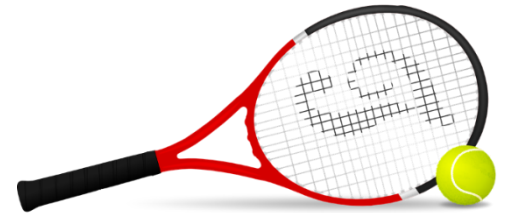
- Uma raquete e uma bola custam R\$ 1,10
- A raquete custa R\$ 1,00 a mais que a bola
- **Quanto custa a bola?**



Respostas

- R\$ 0,10

Resposta do "Sistema 1"



Respostas

- R\$ 0,05

Resposta do "Sistema 2"

Raquete (x); Bola (y)

$$x+y = 1,10$$

$$X = 1 + y$$

$$1+y+y=1,10$$

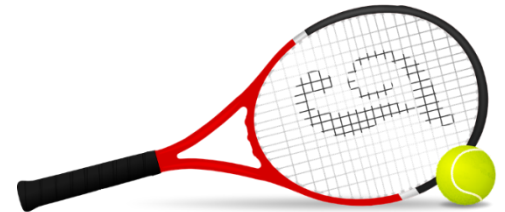
$$1+2y=1,10$$

$$2y=1,10-1$$

$$2y=0,10$$

$$y=0,05$$

$$1,05 + 0,05 = 1,10$$



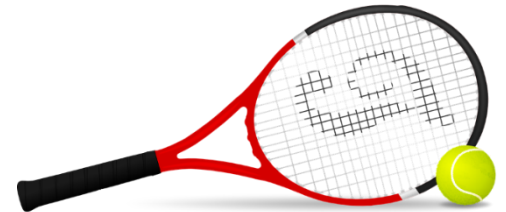
Respostas

R\$ 0,05

Se a bola custasse R\$0,10, como a raquete custa R\$ 1 a mais, a soma seria R\$1,20...

Preciso ajustar...

$$1,05 + 0,05 = 1,10$$



Julgamento sob incerteza: Heurística e vieses (Tversky & Kahneman, 1974)

- As pessoas se apoiam em um número limitado de princípios heurísticos que reduzem as tarefas complexas de avaliar possibilidades e predizer valores a operações mais simples de juízo
- **De modo geral, essas heurísticas são bastante úteis, mas às vezes levam a erros graves e sistemáticos.**

Heurísticas empregadas para prever probabilidades e valores (Tversky & Kahneman, 1974)

1. Representatividade ou similaridade
2. Disponibilidade
3. Ancoragem e Ajuste

O perfil de Linda

- Qual a alternativa mais provável?
 1. Linda é uma caixa de banco ou uma astronauta
 2. Linda é uma caixa de banco.
 3. **Linda é uma caixa de banco e é ativa no movimento feminista**

**A representatividade frequentemente
vence a lógica**



Teoria prospectiva

- Modelo **descritivo** da tomada de decisão em situações de risco e incerteza
- crítica à teoria da utilidade esperada (*expected utility theory*) – segundo a qual a utilidade dos resultados é ponderada por suas probabilidades

“Decision-making at risk can be viewed as a choice between prospects or gambles”.

(Kahneman & Tversky, 1979)

Exercício

Teoria prospectiva

Considere as seguintes opções e escolha:

a) 80 % de chance de ganhar \$ 4000

Ou

b) 100 % de chance de ganhar \$ 3000

Teoria prospectiva

Considere as seguintes opções e escolha:

a) 80 % de perder \$ 4000

Ou

b) 100 % de chance de perder \$ 3000

Teoria prospectiva

Considere as seguintes opções e escolha:

a) 80 % de chance de ganhar \$ 4000

(20% das escolhas)

Ou

b) 100 % de chance de ganhar \$ 3000

(80% das escolhas)

Teoria prospectiva

Considere as seguintes opções e escolha:

a) 80 % de chance de perder \$ 4000

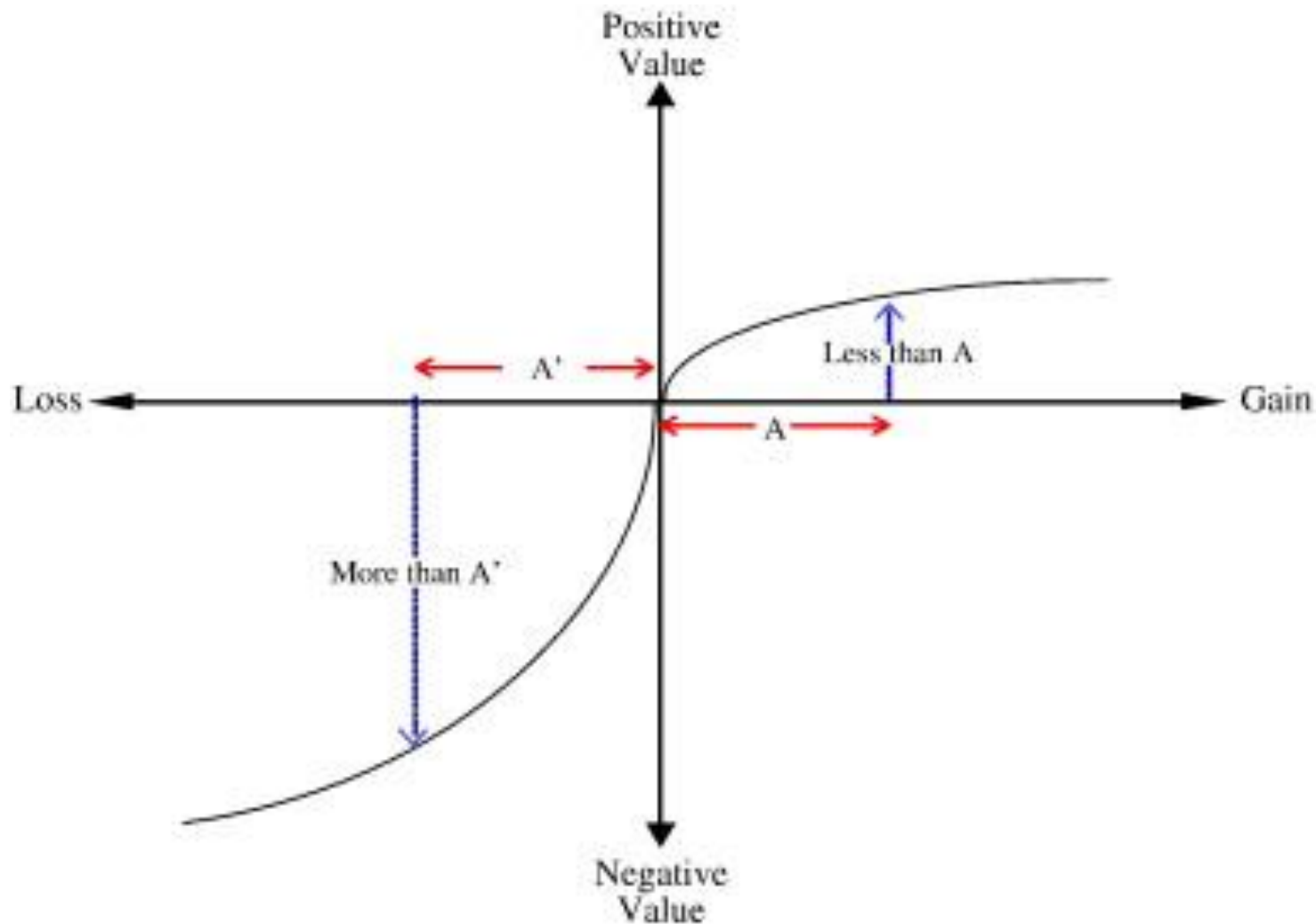
(92% das escolhas)

Ou

b) 100 % de chance de perder \$ 3000

(8% das escolhas)

Prospect Theory: value function



“Doença Asiática”

600 pessoas estão infectadas com uma doença 100% letal, para a qual duas estratégias terapêuticas são propostas:

1. A alternativa A salva 200 pessoas com certeza
2. A alternativa B oferece $\frac{1}{3}$ de chance de salvar a todos e $\frac{2}{3}$ de não salvar ninguém.

Qual a sua escolha?

“Doença Asiática”

600 pessoas estão infectadas com uma doença 100% letal, para a qual duas estratégias terapêuticas são propostas:

1. Com a alternativa A, 400 pessoas morrerão com certeza
2. A alternativa B oferece $\frac{1}{3}$ de chance de ninguém morrer e $\frac{2}{3}$ de não salvar ninguém.

Qual a sua escolha?

Teoria prospectiva

Principais conclusões:

- Perdas são mais proeminentes do que ganhos.
- Tanto ganhos quanto perdas são experienciados com uma sensibilidade decrescente.
- O valor subjetivo está mais ligado a mudanças do que ao nível de riqueza: importância dos pontos de referência
- Histórico evolucionário: “Organismos que tratam ameaças como mais urgentes do que as oportunidades têm uma melhor chance de sobreviver e se reproduzir”(Kahneman, 2011).

Heurística do Afeto (Slovic)

- Ocorre com a substituição da pergunta *O que penso a respeito dessa decisão?* (difícil) pela pergunta *Como me sinto em relação a essa decisão?* (mais fácil)
- A ausência de emoções adequadas antes de decidir pode prejudicar a capacidade de tomar boas decisões (Damásio).
- Decisões baseadas em afeto podem ser cruciais (ex: operador do radar na Guerra do Golfo – Gladwell, 2005; Lehrer, 2011).

Inercia e Status Quo

- Tendência a preservar o status-quo
- A tomada de decisões é um processo oneroso
- Procrastinação
- Importância das escolhas-padrão (***default***):
potente instrumento devido ao viés da inércia

Atenção: um recurso fundamental – e
escasso - para o processo decisório

https://www.youtube.com/watch?v=IGQmdoK_ZfY

PAY ATTENTION:

a atenção tem um custo

- Quando aparentemente fazemos atentamente muitas coisas, estamos na realidade comutando rapidamente o foco entre elas.
- ***Attentional blink*** – por cerca de meio segundo durante a mudança de foco. *“Because the human mind appears able to hold only one thing in conscious awareness at a time, the toll is a momentary loss of focused attention to everything else”.*
- Realizar múltiplas tarefas que exigem atenção focada pode ser perigoso...



Kahneman e a ilusão do foco:

- Os observadores superestimam a importância de tudo o que chama a atenção focada para si
- “Nenhuma coisa na vida é tão importante quanto você pensa que ela é **enquanto** está pensando nela”.
- Tipicamente focamos no que é especialmente importante no momento – característica compartilhada com outras espécies que é muito útil para a sobrevivência
- Contudo, tal característica pode nos levar a atribuir importância indevida a algo apenas porque algum fator irrelevante levou nossa atenção a focar nele.

Cialdini: *What is focal is causal*

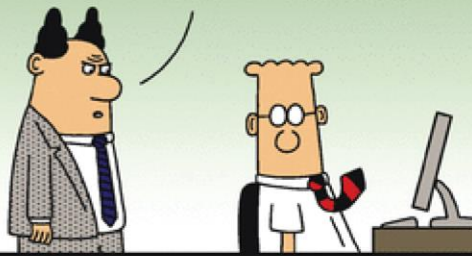
- Em um mundo ideal, os decisores se esforçariam e empregariam o tempo necessário até uma solução ótima emergir
- ***No mundo real*** de sobrecarga mental, recursos limitados e deadlines, ***o satisficing é a norma.***
- ***Viés da confiança excessiva*** - focar nos aspectos positivos e desconsiderar os riscos.
- É obviamente mais fácil focar no que existe do que não existe – ***confirmation bias.***
- Tendemos a atribuir causalidade àquilo que está no foco da atenção – **o que pode levar a correlações ilusórias**

SOMEONE SENT ME
ANOTHER ANONYMOUS
EMAIL WITH A LINK
TO AN ARTICLE ABOUT
THE WORLD'S WORST
BOSSSES.



Dilbert.com DilbertCartoonist@gmail.com

I GET ONE OF THOSE
EMAILS EVERY TIME
I LEAVE YOUR CUBICLE.
DID YOU THINK I
WOULDN'T NOTICE THE
CORRELATION?



11-28-11 ©2011 Scott Adams, Inc./Dist. by Universal Uclick

CORRELATION
DOES NOT IMPLY
CAUSATION.



Cialdini: A importância da atenção no processo decisório

- Em muitas situações, o fator determinante da escolha é o que foi trazido à atenção no momento da decisão.
- Assim, a mudança comportamental não demanda necessariamente alterar crenças e atitudes e sim o que chamar à atenção no momento da decisão.



A wealth of information creates a
poverty of attention

— *Herbert Simon* —

AZ QUOTES





Auto-controlle limitado

O problema do auto-controle

- Mischel (1970): experimento com auto-controle de crianças: “um marshmallow agora ou dois em quinze minutos?”.

https://www.youtube.com/watch?v=QX_oy9614HQ

- Correlação com resultados de longo prazo como desempenho acadêmico, sucesso na carreira e uso de drogas .

Escolhas e Preferências

- Para a teoria econômica *mainstream*:
 - não faz sentido distinguir escolhas de preferências: escolhas **revelam** preferências
 - o problema do auto-controle não existe: escolhemos o que preferimos
 - Um maior leque de escolhas é preferível a um menor.
- Porém

O problema do auto-controle

- **Homero:** Ulisses e o canto das sereias
- Adam **Smith** (Teoria dos sentimentos morais, 1759).
 - Auto-controle deriva do conflito entre nossas paixões e nosso 'observador imparcial'.
 - “The pleasure we are to enjoy ten years hence, interests us so little in comparison with that which we may enjoy today”.

O viés do presente

Quando começar a malhar e a fazer uma dieta saudável?

Quanto poupar para a aposentadoria – e o que deixar de consumir para isso?

Para que esperar se posso pegar um empréstimo e comprar um carro novo?



Escolhas intertemporais

Anomalias nas escolhas intertemporais

- **Desconto intertemporal hiperbólico** (*hyperbolic discounting*): taxas de desconto decrescentes no tempo. Em outras palavras: a taxa de desconto no curto prazo é muito alta (e a taxa de desconto no longo prazo, muito mais baixa) do que as encontradas no caso do desconto exponencial.
- Forte preferência pelo curto prazo. Desconto muito observado em estudos empíricos.
- Boa explicação para a reversão das preferências também encontrada em estudos empíricos:
 - 100 em t_0 ou 150 em t_1 ?
 - 100 em t_3 ou 150 em t_4 ?

Algumas implicações do desconto intertemporal hiperbólico

- No comportamento consumo-poupança, o desconto hiperbólico leva a um consumo presente maior do que o indivíduo consideraria adequado (e, conseqüentemente, a uma poupança menor no futuro).
- O desconto hiperbólico está associado a baixos níveis de **poupança preventiva** (para fazer frente a despesas emergenciais, como desemprego ou doença).
 - No Brasil, apenas 19% das famílias declaram possuir poupança em 2015 (Pesquisa Fecomércio-RJ/Ipsos).
 - 55% das famílias norte-americanas têm menos de 1 mês de salário em poupança facilmente acessível. Mesmo considerando investimentos de recuperação difícil (como planos de aposentadoria privados), a típica família de renda média norte-americana acumulou 4 salários mensais (The Precarious State of Family Balance Sheets, 2015).
- Também pode explicar a procrastinação de tarefas onerosas (o desprazer de realizá-las amanhã seria muito menor do que o de realizá-las hoje).

Escolhas intertemporais

Consequências do desconto hiperbólico no nível individual

- Consumo excessivo.
- Níveis de poupança inadequado (tanto para emergências quanto para a velhice).
- Outras falhas de investimento (eventualmente até mesmo em educação).

Consequências do desconto hiperbólico no nível social?

- Despesas excessivas em temas que têm forte apelo imediato (previdência; guerra).
- Baixo nível de investimento em infraestrutura ou pesquisa científica.
- Regulação pobre, especialmente na questão ambiental.

Escolhas intertemporais – *commitment devices*

Quão conscientes as pessoas são de que adotam **desconto intertemporal hiperbólico**? (Laibson; O'Donoghue; Rabin)

- A evidência comportamental sugere que o nível de consciência dos indivíduos sobre sua dramática preferência pelo presente é muito baixa.
- O nível de consciência pode ser percebido pelo “compromisso” que os indivíduos assumem. Quanto maior a consciência, maior a probabilidade de uso de “compromissos”.
- Exemplo: o experimento de Ariely e Werternbroch – trabalhos de três classes: datas fixas; último dia; datas à escolha dos alunos (*Predictably Irrational*).

**Refletindo sobre escassez a partir das
limitações de atenção e de autocontrole**



Escassez









Escassez (Mullainathan & Shafir)

- Escassez: sensação subjetiva de ter mais necessidades que recursos (financeiros, tempo, atenção...)
- O dividendo do foco
- O imposto do tunelamento
- A situação de escassez reduz nossa largura de banda (*bandwidth*)
 - Redução da capacidade cognitiva: memória, raciocínio lógico, resolução de problemas
 - Redução do controle executivo: inibição de impulsos, planejamento, iniciar/inibir ações.
- A escassez leva a pensarmos em termos de *trade-offs* - que se tornam **salientes**.



Escassez (Mullainathan & Shafir)

- Abundância ou folga (*slack*) nos dá o luxo de *não escolher*. “Contrary to Friedman’s ideal of ‘free to choose’, slack leave us free *not* to choose”
- A folga (*slack*) abre espaço para lidar com erros – como no caso da falácia do planejamento, pela qual subestimamos o tempo necessário para uma tarefa.

Normas Sociais e Conformidade

<https://www.youtube.com/watch?v=AegLdB7UI4U>

(Consultório)

<https://youtu.be/BgRoiTWkBHU>

(Elevador)

Normas sociais e identidade

- Porque muitas vezes os indivíduos não se comportam de forma autointeressada? (Ou: porque o comportamento egoísta é a exceção, não a regra?)
- Como a ação coletiva é frequentemente possível (Apesar da teoria da ação racional prever graves dificuldades para a sua realização)?
- Porque em geral normas sociais são respeitadas (mesmo quando vão de encontro aos nossos interesses individuais)?
- Em que medida buscamos alternativas “legítimas” ao invés de “ótimas” e qual o impacto dessa atitude na elaboração de políticas públicas?

Normas sociais e identidade

Compartilhamos uma rede de **representações, normas e valores** que:

- (a) nos permitem entender o mundo;
- (b) nos dizem o que é certo ou errado, bom e mau, o aceitável e o inaceitável, o que nos honra e o que nos envergonha;
- (c) nos dizem quem somos e como pessoas como nós agem.

Normas sociais e identidade

Políticas públicas podem utilizar isso:

- Incentivos podem arruinar comportamentos cooperativamente ou normativamente orientados (que possuem “motivação intrínseca”).
- Comportamentos voluntários socialmente orientados podem sofrer efeito de *crowding-out* (efeito de exclusão) se as políticas públicas utilizadas para impulsioná-los se valerem do instrumental tradicional de incentivos.
- O reconhecimento e a coordenação do trabalho socialmente orientado podem, ao contrário, ter melhores resultados.

Normas sociais e identidade

- Embora as pessoas sejam naturalmente cooperativas, elas em geral **cooperam de forma condicional** – isso é, cooperam na medida em que percebem que outros também estejam cooperando (WB, Mind...).
- Assim, a regra é que a atitude inicial seja de cooperação. Mas essa atitude de cooperação é condicional: depende de uma sensação de “justiça” (relacionada à percepção de que outras pessoas também estão cooperando).
- A “carona” que alguns pegam no comportamento tende a ser mal vista e a gerar *crowding-out*.
- A tendência portanto, é a de pagar impostos – se a percepção for de que a maioria das pessoas pagam impostos; de respeitar a fila – se a percepção for de que a maioria respeita a fila; de respeitar as regras de trânsito – se a percepção for que a maioria respeita as regras de trânsito.

Normas sociais e identidade

- Ao contrário, se a percepção for o de que “todo mundo está trapaceando”, a tendência será de que parte daqueles “cooperadores condicionais” deixem de cooperar e passem a agir egoisticamente (Ariely – Dishonesty).

Políticas públicas podem utilizar isso. EX:

- A comunicação com beneficiários ou contribuintes pode enfatizar que a maior parte das pessoas na região em que ela vive não mente para se tornar beneficiário ou para trapacear nos impostos a serem pagos.
- No Reino Unido, um experimento conduzido pelo BIT (*Applying Behavioural Insights to Reduce Fraud, Error and Debt*, 2012) mostrou que cartas com esse teor tinham impacto no aumento da contribuição.

Ampliando o escopo motivacional

- Importância do sentido/própósito percebidos.
- Experimentos com tarefas valoradas ou desprezadas (montagem de LEGO, caça-palavras).
- Apesar de mantidos constantes os incentivos financeiros, a disposição para realizar tarefas varia sensivelmente (Ariely, 2016).
- Motivação Intrínseca X Motivação Extrínseca

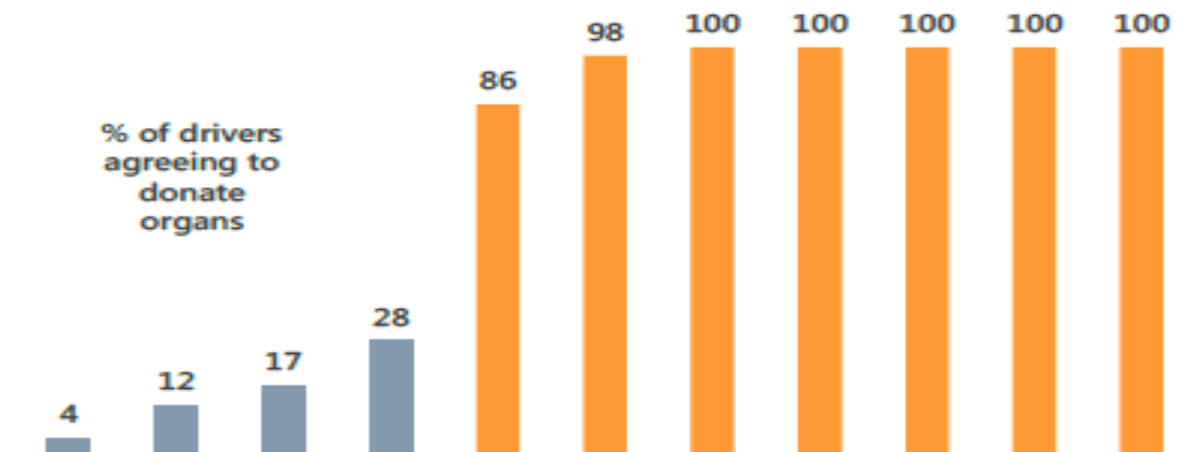
Implicações para as políticas públicas

The behavioral foundations of public policy

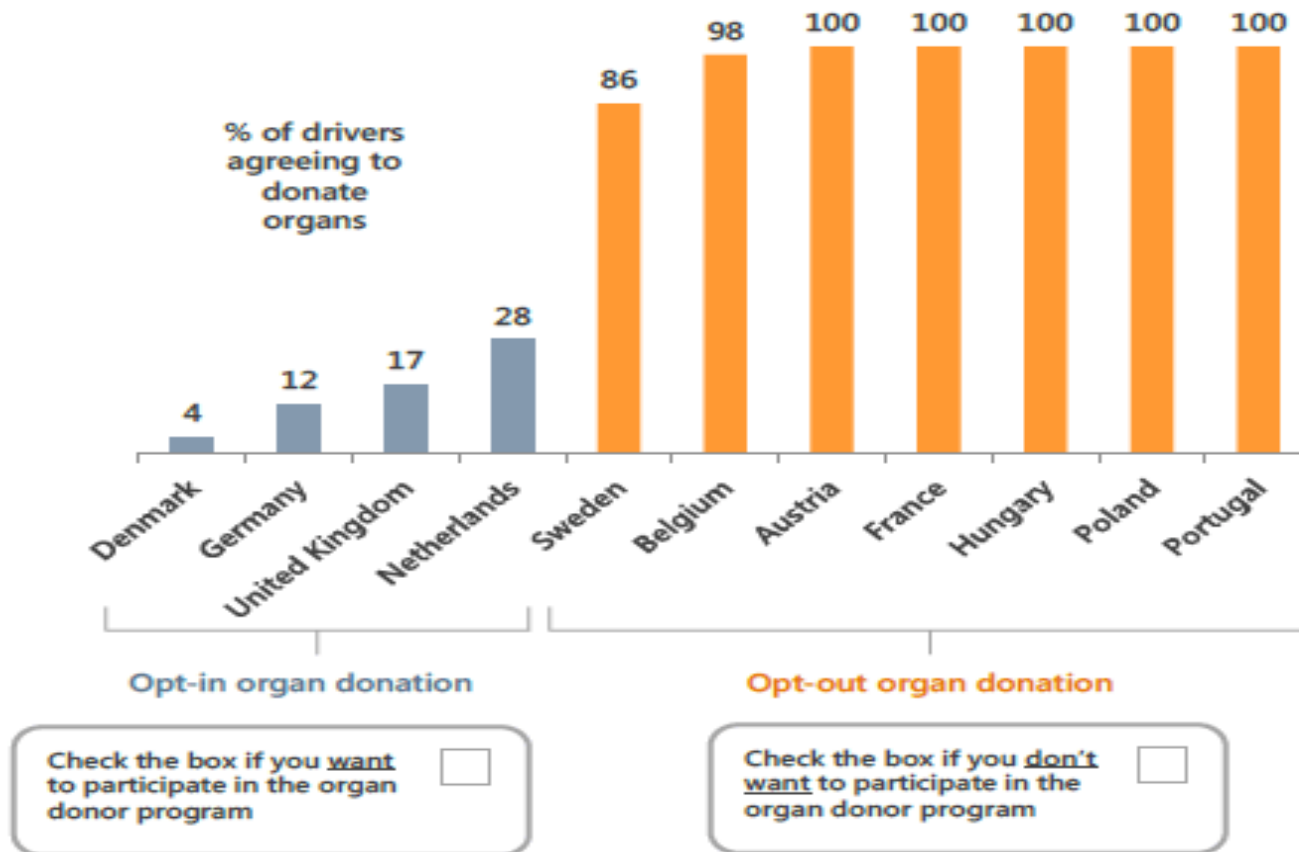
(SHAFIR. 2013)

- “Uma das principais lições da pesquisa psicológica moderna é **o enorme poder exercido pela situação/contexto, juntamente com nossa persistente tendência de subestimar esse poder em relação à influência presumida de intenções e traços pessoais (...).**

Doação de órgãos em países da UE



Doação de órgãos em países da IIF



SHAFIR (2013) Cont.

- A segunda lição, que é fundamental para as ciências cognitivas em geral, diz respeito ao papel dos “**constructos**” na vida mental. ...
- O comportamento não é direcionado para estados reais do mundo, mas para **representações mentais** desses estados

SHAFIR (2013) Cont.

- **De extrema importância para os *policy makers* :**
 - O sucesso das políticas depende do comportamento humano.
 - O comportamento é determinado não apenas pelas regras formais, mas pelo que as pessoas sabem, percebem, entendem e desejam.
 - Assim, intervenções bem intencionadas podem falhar devido à forma como são interpretadas pelo grupo-alvo.

Richard Thaler



“Dada a crescente complexidade da vida atual, não se pode esperar que as pessoas tenham a expertise para tomar decisões sequer próximas de ótimas em cada um dos domínios nos quais elas são forçadas a escolher... Nós apenas queremos reduzir o que as pessoas considerariam, elas mesmas, um erro” (THALER & SUNSTEIN, 2008)

INSIGHTS COMPORTAMENTAIS E POLÍTICAS PÚBLICAS

Implicações para as políticas públicas

- As pessoas (tanto os cidadãos usuários das políticas como servidores) muitas vezes não decidem como agentes racionais
- **Arquiteto de escolhas:** tem a responsabilidade de organizar o contexto em que as pessoas tomam decisões.
- **Nudge:** é qualquer aspecto da arquitetura de escolha que altera o comportamento das pessoas de forma previsível, sem proibir nenhuma opção ou alterar significativamente seus incentivos econômicos.

Exemplo de Nudge



Exemplo de Nudge



Exemplo de Nudge



Exemplo de Nudge



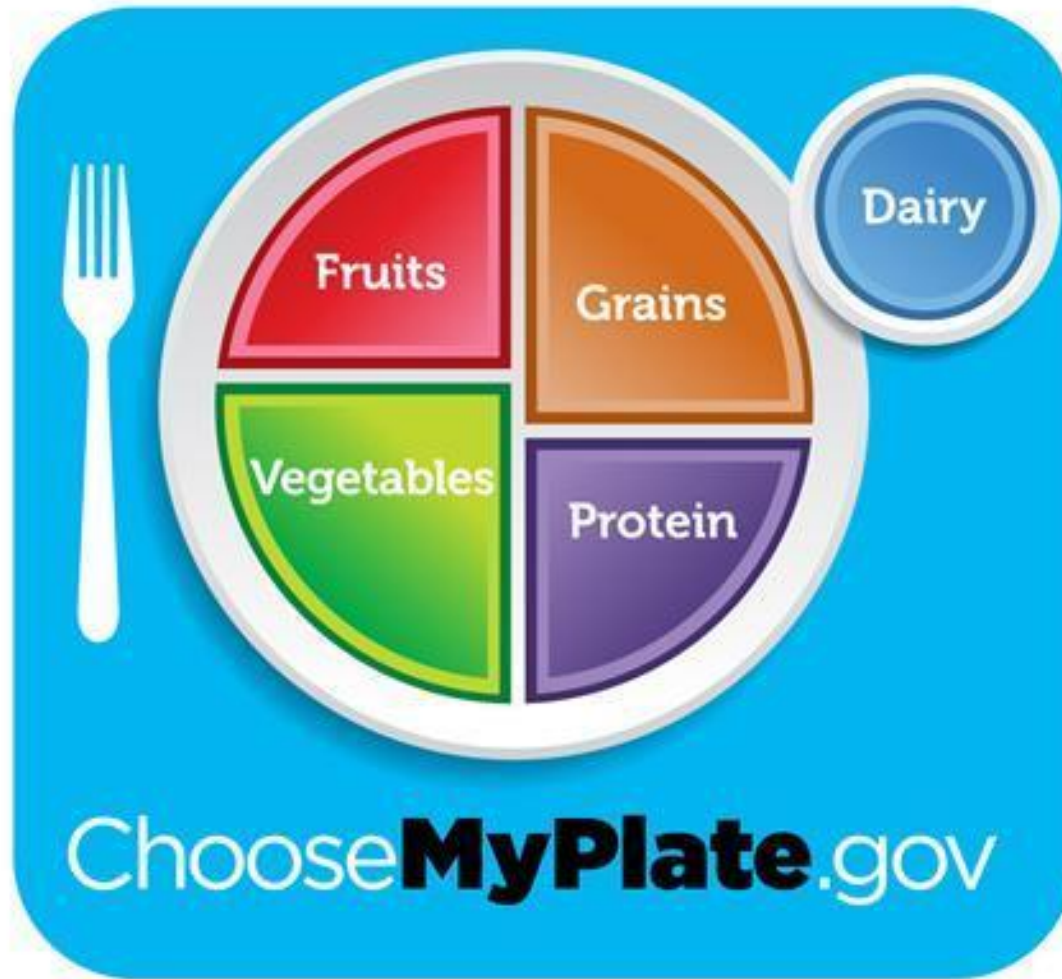
Anti-Nudge



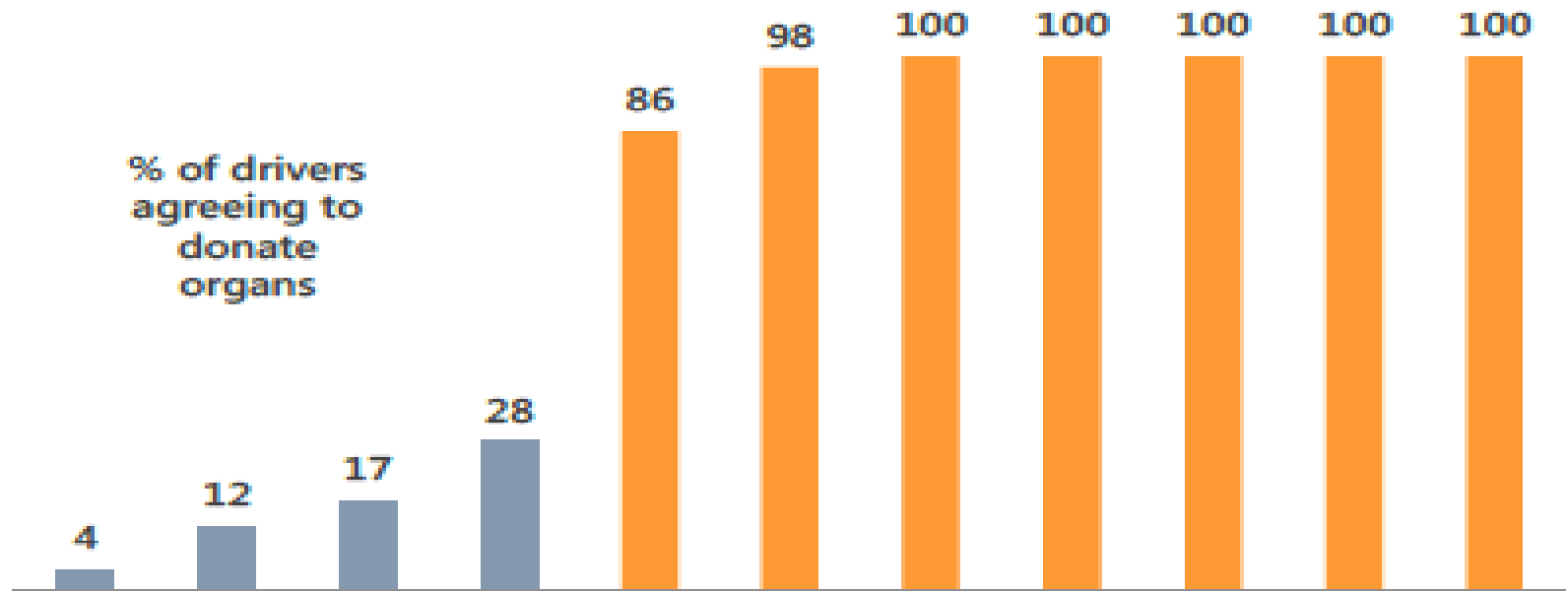
Da pirâmide...



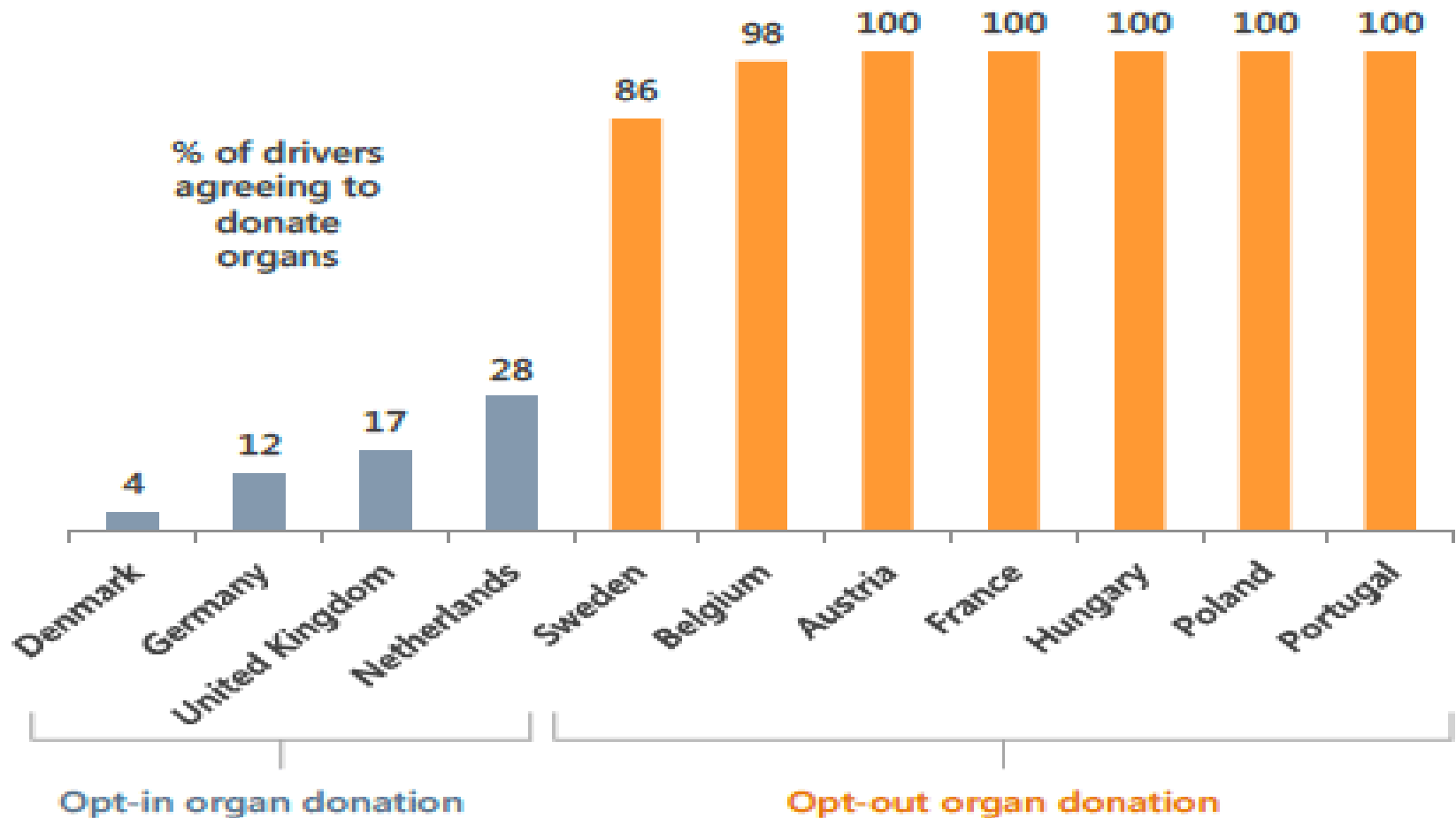
... ao prato



Doação de órgãos em países da UE



Doação de órgãos em países da UE



Check the box if you want to participate in the organ donor program

☐

Check the box if you don't want to participate in the organ donor program

☐

Aplicações em Políticas Públicas

- **SMS Pronied:** Envio de SMS para gestores de manutenção escolar do Programa Nacional de Infra-estrutura Educativa - PRONIED, utilizando diferentes tipos de mensagens com base nos princípios das ciências comportamentais, a fim de aumentar a execução dos recursos e a prestação de contas em tempo hábil.

<http://www.minedu.gob.pe/minedulab/pdf/evidencia-para-la-accion-campana-de-sms-de-pronied-2015.pdf>

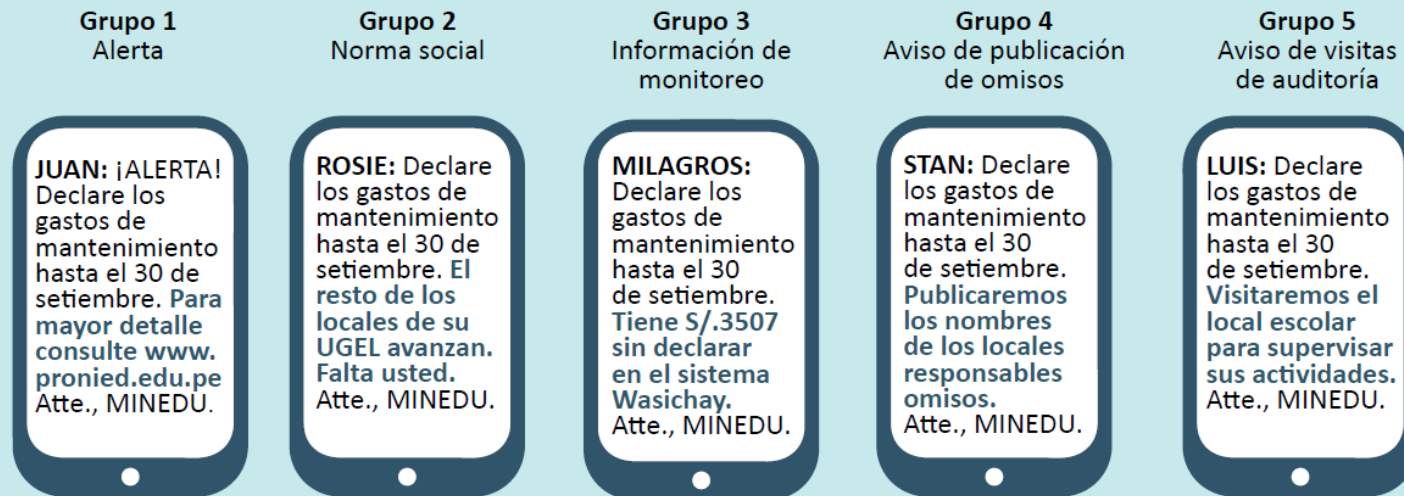
SMS Pronied: desenho da Intervenção

<http://www.minedu.gob.pe/minedulab/pdf/evidencia-para-la-accion-campana-de-sms-de-pronied-2015.pdf>

La innovación tuvo una duración de un mes y medio, durante la cual el responsable debía realizar las siguientes actividades:

- Retirar el monto registrado y aprobado en la ficha técnica.
- Ejecutar el monto retirado en las actividades previstas de mantenimiento.
- Registrar la declaración de gastos en el sistema Wasichay.

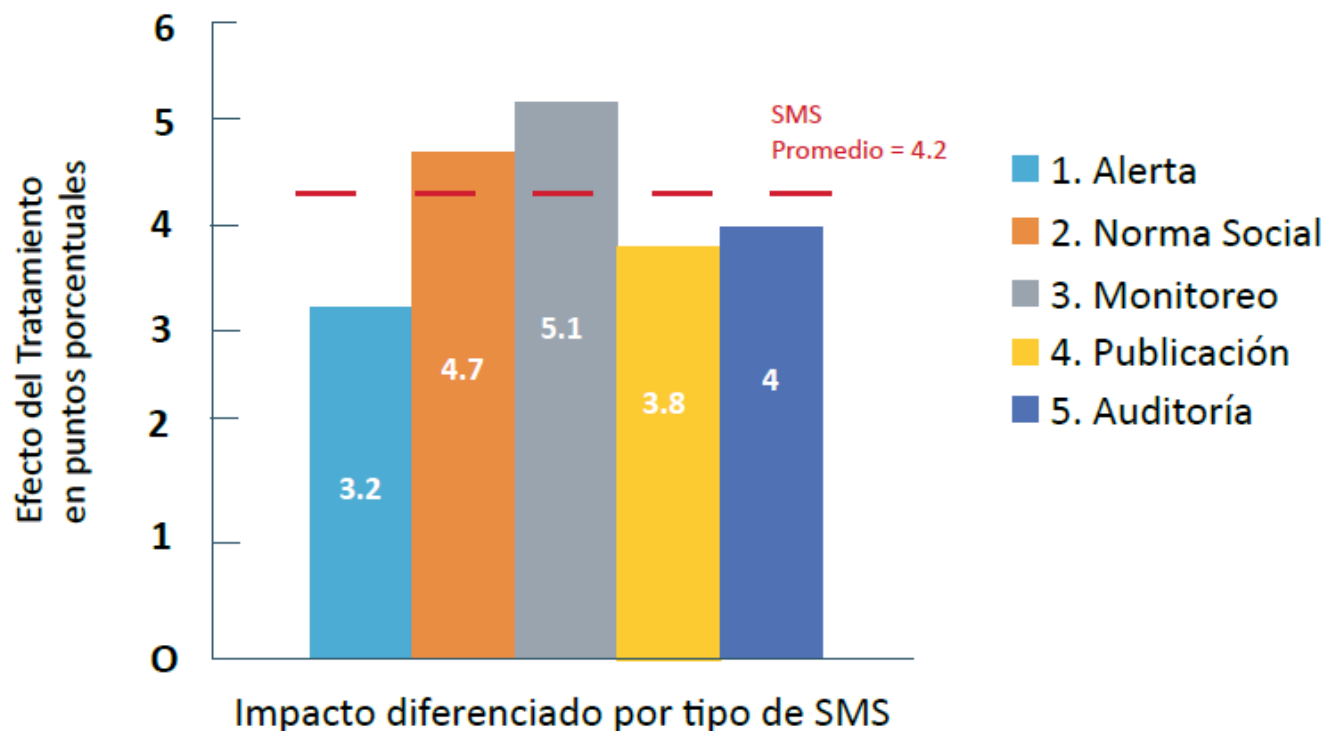
Se contó con 24,000 responsables de mantenimiento con número de celular registrado que fueron asignados de forma aleatoria a 6 grupos. A continuación se presentan los cinco tipos de mensajes que se enviaron. El sexto grupo correspondió al grupo de control, es decir, aquellos que no recibieron SMS:



Se programaron 5 rondas de mensajes, las dos primeras con una frecuencia quincenal y las 3 últimas con una frecuencia semanal. Todos los SMS fueron personalizados.

SMS Pronied: Resultados

Gráfico 2.
Diferencia en el impacto diferenciado por tipo de SMS



Questões éticas a serem
consideradas

Questões éticas a serem consideradas

- OS INSTRUMENTOS COMPORTAMENTAIS
PODEM SER – E FREQUENTEMENTE SÃO –
USADOS COM OBJETIVOS DE MANIPULAÇÃO E
INFLUÊNCIA INDEVIDA (PUBLICIDADE,
DOCTRINAÇÕES...).

Questões éticas a serem consideradas

- Toda intervenção do governo que vise alterar comportamento precisa de justificação – não apenas os *nudges*, como também outros instrumentos tradicionais: regulação, incentivos, informação.
- Algumas intervenções são mais fáceis de aceitar (evitar crime, promover bens públicos), outras menos (mudança de hábitos).

Relembrando a definição de *nudge*:

- Qualquer aspecto da arquitetura de escolha que altera o comportamento das pessoas de forma **previsível, sem proibir nenhuma opção ou alterar significativamente os incentivos econômicos** – com **baixos custos** para **implementar** e também baixos custos para **serem evitados**.
- “Nudges are supposed irrelevant factors that influence our choices in ways that make us better off”

Questões éticas a serem consideradas

Sistema 1 – Sistema 2

- Nudges que se apoiam em vieses comportamentais automáticos (sistema 1) tendem a ser mais controversos, por razões éticas, do que aqueles que reforçam as capacidades deliberativas (sistema 2).
- Os primeiros parecem ser mais manipuladores e respeitar menos a capacidade de agência das pessoas.

Questões éticas a serem consideradas (2)

(SUNSTEIN,2014)

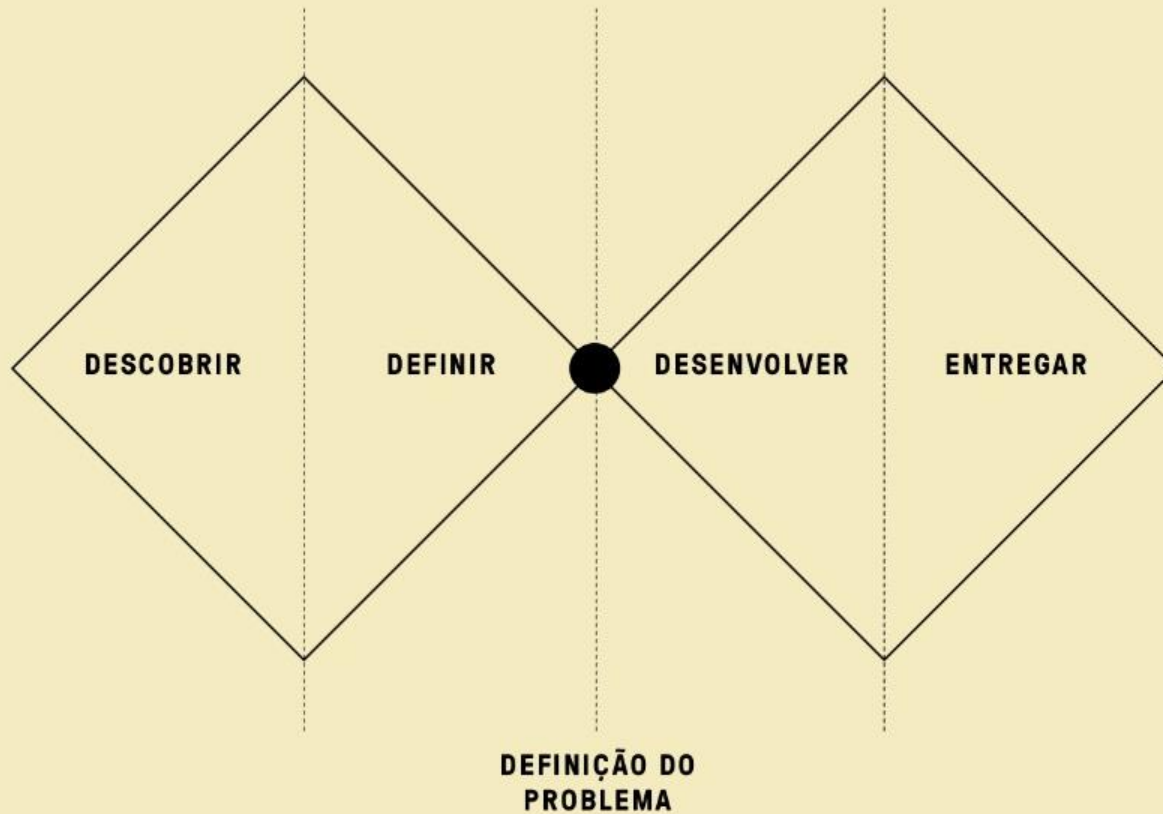
- **Considerar especificidades de cada *intervenção***
- Quando os fins são legítimos e quando os *nudges* são totalmente transparentes e sujeitos ao escrutínio público, é menos provável que haja uma objeção ética convincente.
- Nada deve ser escondido: nudges e outras abordagens comportamentais devem ser visíveis e monitoradas.
- No entanto, há espaço para objeções éticas no caso de intervenções bem-motivadas, mas manipulativas, se as pessoas não consentiram com elas
- A possibilidade de manipulação deve ser sempre monitorada e combatida.

Aplicações

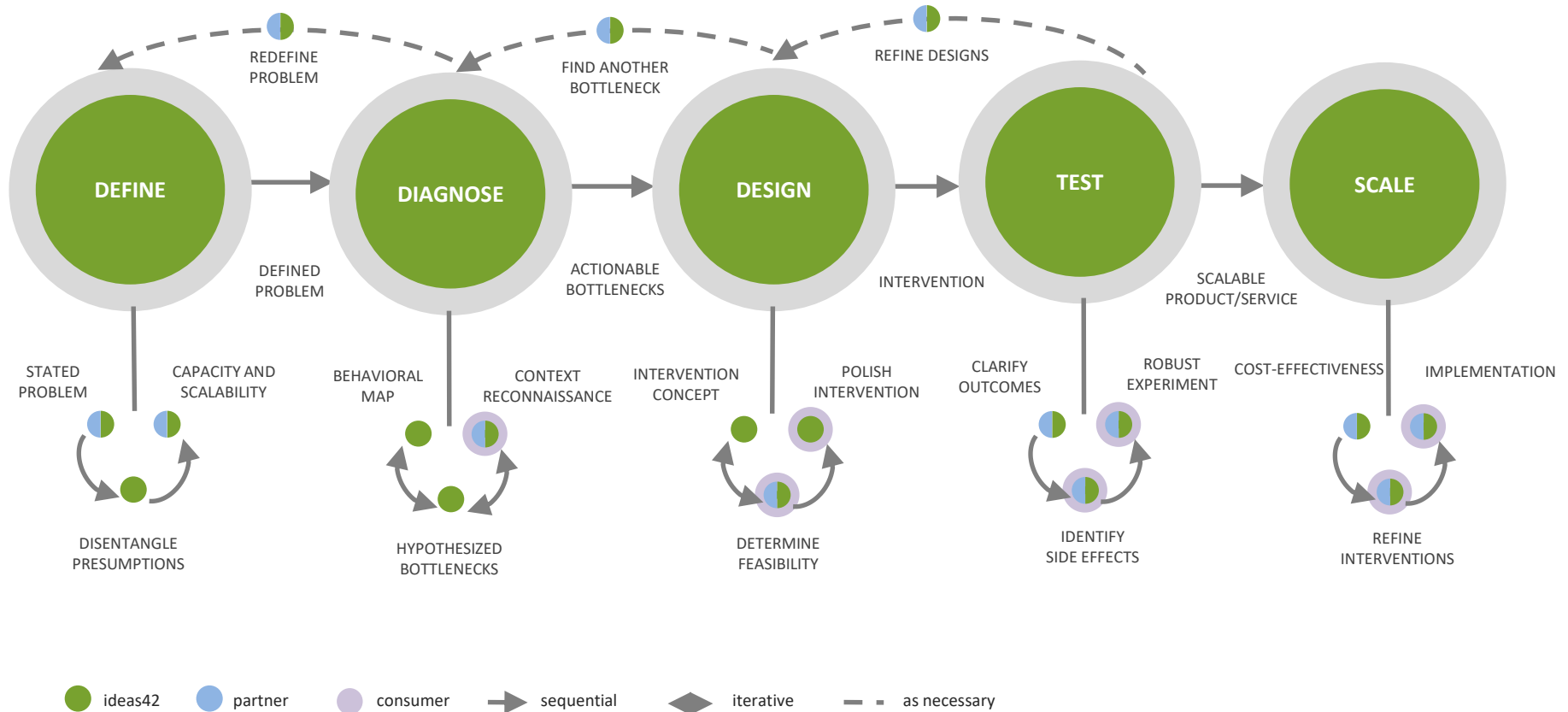
Ampliando nossa caixa de ferramentas

- No que diz respeito ao desenho, os gestores públicos estão (quase sempre) limitados a estratégias como ***norma, informação e incentivos***.
- Damos incentivos para tentar garantir o acesso, informação para fomentar o uso e normatizamos para obrigar certos cursos de ação.
- Mas há maneiras de potencializar os instrumentos tradicionais e também estratégias adicionais.
- **A aplicação de insights comportamentais pode contribuir para:**
 - refinar o diagnóstico e
 - ampliar o leque de alternativas de intervenção

DUPLO DIAMANTE: DIVERGIR E CONVERGIR

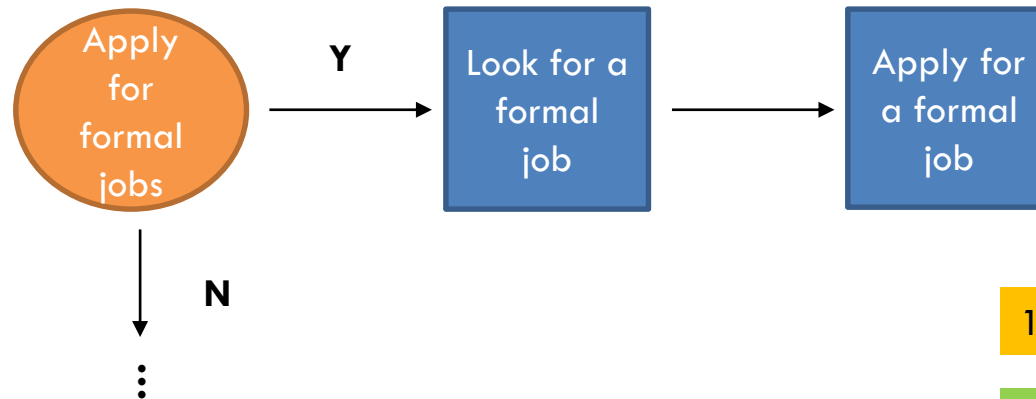


Ideas42 Methodology





Behavioral map

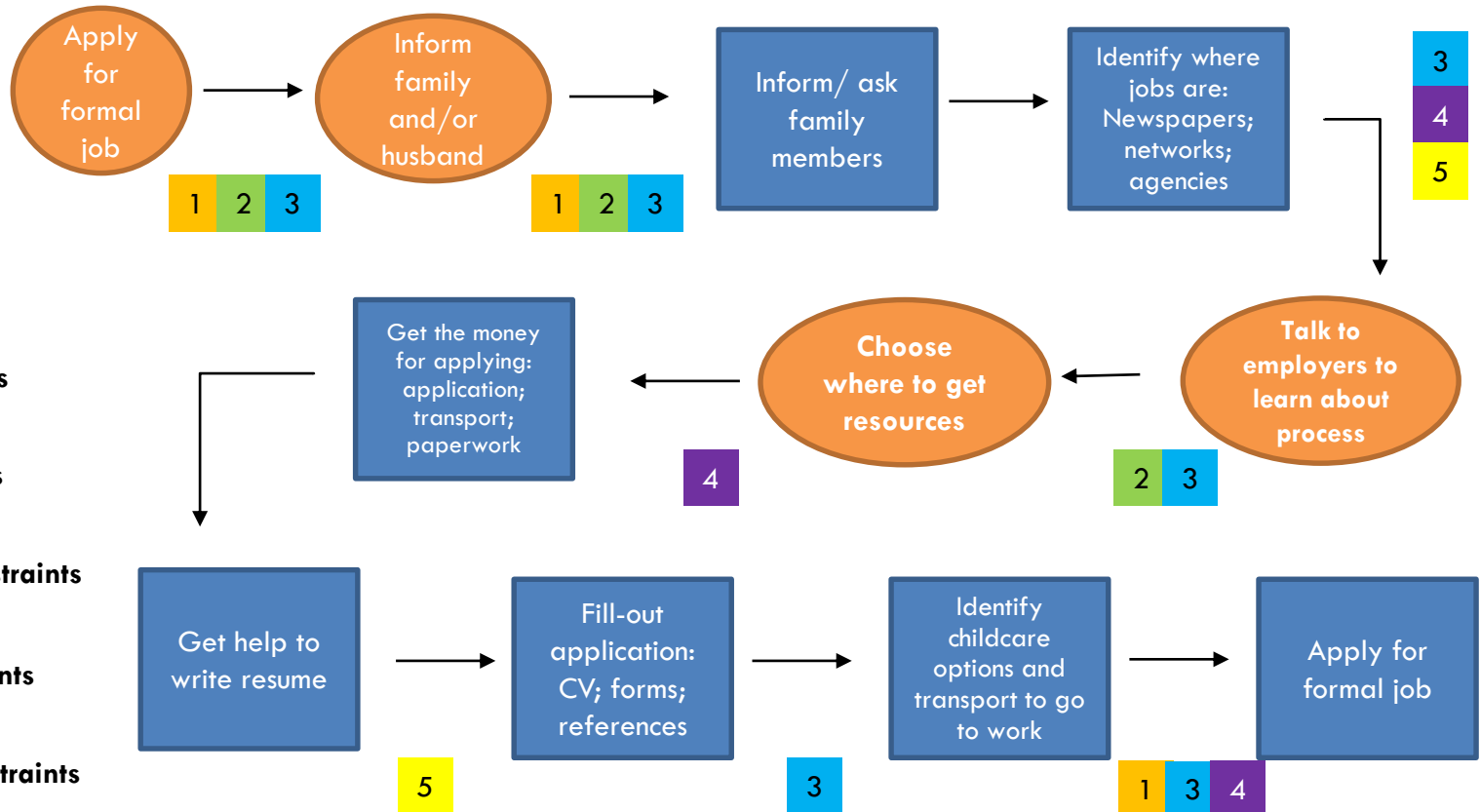


 = Decision
 = Action

- 1 Familial constraints
- 2 Societal constraints
- 3 Psychological constraints
- 4 Economic constraints
- 5 Informational constraints



○ = Decision
□ = Action



Forças que moldam a desonestidade



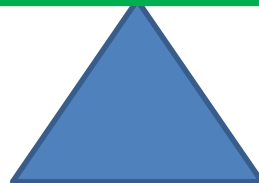
Quantia a ganhar

Severidade
da punição

Probabilidade de
ser pego

Aumenta a desonestidade

Diminui a desonestidade



Forças que moldam a desonestidade



Quantia a ganhar

Probabilidade de
ser pego

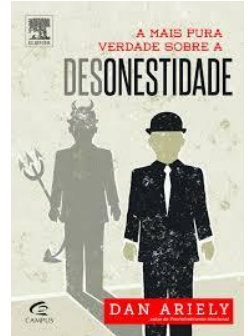
Aumenta a desonestidade

Sem efeito

Diminui a desonestidade

Adaptado de Ariely (2012)

Forças que moldam a desonestidade



Capacidade de Racionalização

Conflito de interesses

Criatividade

Um ato imoral

Esgotamento

Desonestidade altruísta

Observação de atos desonestos

Exemplos culturais de desonestidade

Aumenta a desonestidade

Sem efeito

Diminui a desonestidade

Forças que moldam a desonestidade



Juramento

Assinaturas

Lembretes morais

Primings morais

Supervisão

Aumenta a desonestidade

Sem efeito

Diminui a desonestidade

Adaptado de Ariely (2012)

Forças que moldam a desonestidade



Capacidade de Racionalização

Conflito de interesses

Esgotamento

Criatividade

Um ato imoral

Desonestidade altruísta

Exemplos culturais de desonestidade

Observação de atos desonestos

Quantia a ganhar

Probabilidade de ser pego

Juramento

Assinaturas

Lembretes morais

Primings morais

Supervisão

Aumenta a desonestidade

Sem efeito

Diminui a desonestidade



Obrigado!
antonio.claret@enap.gov.br

SIMPLES

MENTE

SIMPLESMENTE

Simplificação

- Reduzir procedimentos desnecessários
- Auto-preenchimento de formulários
- Tornar a comunicação mais direta, intuitiva.

SIMPLESMENTE

Incentivos

- Considerar o melhor Enquadramento (Framing) :
 - perdas são mais proeminentes do que ganhos
 - Definir pontos de referência
 - compensar viés do presente
 - Considerar uso de loterias/sorteios
 - Considerar incentivos não financeiros (e o risco de desincentivos financeiros – *crowding out*)

SIMPLEMENTE

Mensageiro

- Escolher melhor comunicador da mensagem:
 - pares
 - figuras de autoridade
 - especialistas
 - Outros ...

SIMPLESMENTE

Priming

- **A exposição a um determinado estímulo ou evento afeta de forma não consciente a resposta a eventos subsequentes.**
 - Controlar possíveis inibidores de comportamentos desejados
 - Avaliar aplicação de potenciais promotores de comportamentos desejados

SIMPLESMENTE

Lembretes e Compromissos

- tornar prazos salientes
- empregar meios de comunicação para lembrar prazos e compromissos
- estabelecer compromissos públicos para realizar ações / atingir metas
- Prestar atenção ao melhor momento
- encorajar a intenção de implementar: ajudar a pensar não só o que fazer, mas também quando, onde, como.

SIMPLESMENTE

Emoção

- Considerar que o afeto (o ato de experienciar uma emoção) influencia fortemente a tomada de decisões.
- Respostas emocionais a palavras, imagens e eventos podem ser rápidas e automáticas.
- a resposta comportamental pode ocorrer antes da percepção consciente ao que se está reagindo
- Estados de humor podem influenciar julgamentos, sobrepondo-se a decisões deliberadas, podendo ser contrários à lógica ou ao interesse próprio.

SIMPLESMENTE

Saliência

- Apresentar a informação relevante
- Disponibilizar a informação no momento crucial de decisão
- Personalização
- Apresentar a informação de forma contrastante (figura-fundo)

SIMPLESMENTE

Modelos Mentais

- Conceitos, categorias, identidades, estereótipos, narrativas causais e visões de mundo oriundas de sua comunidade (cultura) influenciam o que indivíduos percebem e como interpretam o que percebem.

SIMPLESMENTE

Ego

- Agimos de modo a nos sentirmos melhor sobre nós mesmos.
- Tendemos a nos comportar de uma forma que sustente a impressão de uma auto-imagem positiva e consistente.
- Somos viesados a superestimar nossas capacidades, quando comparadas às de outras pessoas.

SIMPLESMENTE

Normas Sociais

- Os seres humanos tendem a buscar conformidade em relação ao comportamento de seus grupos.
- As pessoas apreendem as normas sociais a partir do comportamento dos outros.
- Normas podem se desenvolver e disseminar rapidamente.
- Intervenções comportamentais que utilizam normas sociais frequentemente se baseiam em dizer às pessoas o que outras pessoas (com as quais se identificam) fazem em uma situação semelhante.

SIMPLESMENTE

Tendência pelo Padrão (Default)

- Viés do *status quo*: tendência pela inércia
- Definir escolhas-padrão de modo a evitar erros previsíveis
 - Ampliar bem-estar
 - Ampliar autonomia (poupar banda mental para decisões relevantes)
- Modelos *opt-in* X *opt-out*

SIMPLESMENTE

Escassez

- Sensação subjetiva de ter mais necessidades que recursos (financeiros, tempo, atenção...)
- Dividendo do foco x imposto do tunelamento
- A situação de escassez reduz nossa largura de banda (bandwidth)
 - Redução da capacidade cognitiva: memória, raciocínio lógico, resolução de problemas
 - Redução do controle executivo: inibição de impulsos, planejamento, iniciar/inibir ações.
- A escassez leva a pensarmos em termos de trade-offs - que se tornam salientes.