

Escolhas e Consequências.

Pessoas querem fumar, comer muitos doces ou outras coisas que podem ser prejudiciais a saúde ou deixam de analisar o impacto que as escolhas tem na sociedade.

Muitas destas escolhas mesmo sendo individuais e afetando principalmente que as escolheu, a sociedade em geral é impactada com estas escolhas, poluição, sobrecarga no sistema de saúde, diminuição da expectativa de vida são alguns dos fatores que muitos governos e organizações sociais buscam atenuar o impacto, direcionando as escolhas que são mais benéficas ao indivíduo e para a Sociedade.

Alguns chamam de **Paternalismo Libertário**, a técnica de tornar mais atraente a opção com maior benefício pessoal e individual, tornando mais assertiva a opção com maiores custo/ benefício, sem prejudicar ou excluir as outras opções de escolhas.

Os **Nudges** muitas vezes traduzidos como "empurrãozinhos" ou "cutucadas" são as formas empregadas para dar destaque nas escolhas, e são elaborados para que mantenha o poder de decisão no indivíduo, no transito por exemplo placas ilustrativas mostrando os benefícios e risco de respeitar o limite de velocidade ou não beber antes de dirigir, são exemplos de Nudges, já as placas informando sobre a multa e penalizações decorrentes do desrespeito a Lei não são Nudges.

Arquitetura de Escolha

A Forma como é disponibilizados itens dentro de uma prateleira, os pratos em um buffet e ate mesmo a ordem em que as opções são disponibilizadas em um questionário, podem influenciar nas escolhas que tomamos. Vamos citar alguma formas que talvez já o influenciaram.

- **Opção padrão** em aparelhos eletrônicos, com som imagem e forma de configuração.
- **Itens na altura dos olhos** tem maiores vendas que aqueles embaixo ou de difícil acesso
- **Itens disponibilizados no caixa** tem maiores saídas que os disponibilizados normalmente.

Normalmente esta influencia consiste em que estamos sobrecarregados de escolhas, e permitimos que pequenas escolhas sejam tomadas pelo nosso sistema "automático", que consiste em repetirmos escolhas anteriores, ou buscarmos as mais fáceis.

A **arquitetura de escolha** consiste em utilizar estes conceitos de uma forma que colabore em aumentar as escolhas mais assertivas. Utilizando de **Nudges** que seriam "leves cutucadas" direcionando para as melhores escolhas. Veja alguns exemplos.

- Colocar um gráfico de consumo energético na fatura elétrica ou do cartão, contribuem para melhor controle de gasto.
- Informar via mensagens sobre vencimentos de faturas e agendamento de consultas.
- Disponibilizar alimentos saudáveis no início do buffet e em locais mais acessíveis contribuem na melhoria da alimentação.
- Deixar o plano melhor para o perfil do cliente como escolha padrão.
- Disponibilizar nos locais mais visíveis os produtos ecologicamente sustentáveis.
- Dar pequenos incentivos para as escolhas saudáveis, ou sustentáveis.

A utilização da arquitetura de escolhas quando aplicadas de maneira correta pode trazer benefícios para a sociedade e do indivíduo, pois contribuem para a melhoria da saúde coletiva e colabora com o equilíbrio econômico, tornando uma sociedade mais justa e com menos desperdícios.

A arquitetura de escolhas consiste em como são organizadas ou disponibilizadas as opções, o responsável na elaboração é denominado de arquiteto de escolha, que tem o poder de influenciar de modo positivo ou negativo, conforme disponibilizada as opções, inexistindo a neutralidade. Deve ser realizada com o objetivo melhor servir o cliente, seguindo uma linha de direcionamento que sejam sempre voltadas em prol do usuário, porém, não se sobrepondo ou excluindo alternativas



Objetivo:

O objetivo da pesquisa era analisar no período pesquisado a influencia de quatro formas de Nudges que são:

- **Escolha Padrão** – Consiste na inclusão automática, muito utilizada atualmente em formulários ou programas em que necessita a solicitação de exclusão.
- **Visualização** – Divulgar de forma acessível e visível as melhores opções de produtos nas vitrines ou balcões, a planilhas de consumo na fatura nos cartões de créditos e na de energia elétrica são alguns exemplos.
- **Aviso e Gráficos** – Utilizados para informar algumas consequências de determinadas atitudes, como as advertências sobre beber e dirigir nas estradas e as fotos nos maços de cigarros.
- **Lembretes** – Muito utilizados na prestação de serviços consistem em enviar uma mensagem ou e-mail com lembretes sobre compromissos que estão próximos de sua realização, consultas medicas, pagamentos de fatura e agendamento de reuniões são os mais utilizados atualmente.

Foi realizada uma pesquisa com o objetivo de fazer um levantamento de publicações científicas sobre a temática sobre como a utilização de Nudge é utilizada para influenciar os consumidores, utilizou-se a base de dados da Scopus (Elsevier) no período de 2016 a 2020, na busca de uma padronização dos resultados, facilitando assim a replicação desta pesquisa, porém grande parte das publicações podem estar disponibilizadas em serviços de pesquisa gratuitos

Comportamento do Consumidor

Inovações tecnológicas, como caixa eletrônico, televisores para compras em casa programas de integração e a Internet facilitam o consumo rápido e sem esforço, de modo que hoje as oportunidades de comprar impulsivamente ocorrem com mais frequência, aumentando o ostracismo e o consumo muitas vezes desnecessários.

Com o objetivo de romper estas tendências que colaboram com o endividamento e influenciam na diminuição de praticas saudáveis, governos usam incentivos para que aumentem as escolhas de opções sustentáveis dos problemas ambientais e sociais que o consumo possam gerar.

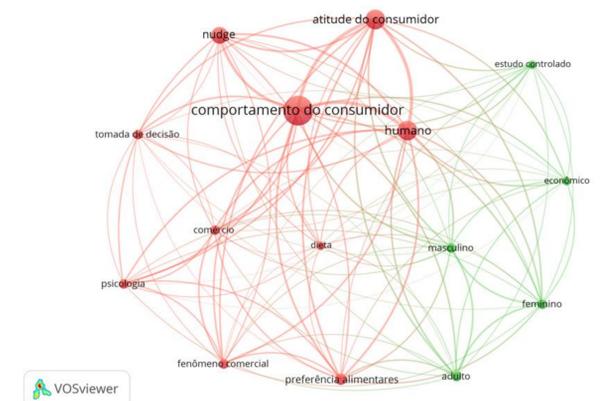
Para a natureza a escolha sustentável tem seus efeitos benéficos futuro, assim, existe a necessidade do consumidor processem estes benefícios abstratamente com um foco no futuro

As consequências prejudiciais levam a muitos apelar para uma intervenção política que não depende de coerção, mudando a arquitetura de escolha. As intervenções que não dependem da coerção preservando a liberdade de escolha dos indivíduos

Considerando que as ferramentas inspiradas no comportamento do consumidor visam melhorar a tomada de decisão individual respeitando ao mesmo tempo a reflexão e soberania do consumidor nas suas escolhas (Schnellenbach, 2016), no período contribuíram pesquisadores de 8 países, tendo como destaque a participação Holandesa com 8 artigos publicados.

A busca de métodos com o objetivo de criar alternativas que possibilitem a mudança na rotina alimentar, com opção mais saudável e ecologicamente sustentável, sem tirar as opções existentes, foram base de muitas pesquisas no período, onde predominou estudos com jovens adultos em ambientes escolares

Os Desafios globais atuais influenciados por falta de recursos, degradação do solo e da biodiversidade está interligada com a produção e consumo excessivo de bens e serviços, fazendo-se necessário a conscientização do consumo sustentável, que implica na satisfação das necessidades pessoais sem impactar nas vidas das gerações presentes e futuras (Terlau & Hirsch, 2015).



Conclusão:

O levantamento mostrou como o estímulo pode colaborar na escolha de produtos saudáveis em mercado, compras on-line e em restaurantes, mostrando a possibilidade de mudança de rotina alimentar da população com pequenos estímulos, muitas vezes sem custos exorbitantes para a implementação. Ao aplicar sobre controle financeiro de consumo energético, cartão de crédito e adesão de seguros, mostrou também que pequenas mudanças na fatura ou no contrato podem contribuir para aumentar o benefício ao usuário

Nota-se que a utilização de nudges tem como objetivo criar alternativas que possam contribuir com a tomada de decisão, porém, o comportamento e atitude do consumidor adicionado com suas características pessoais tem um papel importante em suas decisões

Considerando que grande parte das pesquisas envolveram a alimentação e como a mudança comportamental a rotina alimentares utilizando alguns incentivos, no sentido de que estes sejam mais saudáveis e ambientalmente sustentáveis.

Outro ponto de destaque é que muitos deste estudo tinham como publico alvo jovens, em período escolar, com pesquisas realizadas em refeitórios e cantinas dentro do ambiente escolar, mostram que o objetivo destas era ver o impacto das mudanças gradativas de conscientização da sociedade iniciando junto com a formação escolar.

Com o aumento populacional e a necessidade utilização de forma racional dos recursos energéticos e financeiro alinhado com o controle de consumo populacional, estão sendo adotados alguns métodos que permitem aos usuários acompanhar e programas melhor suas escolhas baseadas no histórico de utilização pessoal ou do grupo social onde está inserido.

Recorremos a procedimentos mentais que são denominados de Heurísticas, que buscam simplificar e facilitar o processo decisório, substituindo o longo processo de calcular uma decisão a algumas "técnicas" ou "métodos simplificados", fazendo uma análise superficial de outras decisões ou ações similares vivenciadas ou frequentes. A utilização de Heurística ou "regras práticas" possibilita a diminuição do esforço necessário numa tomada de decisão racional, que pode gerar desgaste físico ou emocional, facilitando a tomada de decisão, estas regras são frequentemente utilizadas para resolver situações corriqueiras ou repetitivas, e algumas vezes problemas complexos, onde a falta de todas as informações, escassez de tempo, as tornam atrativas ao lembrar que um processo de decisão racional demanda de tempo, esforço e conhecimento

REFERÊNCIAS

- Almeida, M. I. S. de, Coelho, R. L. F., Camilo-Junior, C. G., & Godoy, R. M. F. de. (2018). Quem Lidera sua Opinião? Influência dos Formadores de Opinião Digitais no Engajamento. *Revista de Administração Contemporânea*, 22(1), 115–137. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170028>
- Guimarães, C. S., & Menezes, J. E. X. de. (2018). a Arquitetura De Escolha Como Ferramenta Que Pode Levar Às Melhores Soluções Na Resolução De Conflitos Da Administração Pública. In *Revista da ESDM* (Vol. 4, Issue 8, p. 15). <https://doi.org/10.29282/esdm.v4i8.98>
- Souza, L. C., Ramos, K. T. F., & Perdigão, S. C. R. V. (2018). Análise Crítica Da Orientação De Cidadãos Como Método Para Otimizar Decisões Públicas Por Meio Da Técnica Nudge. *Revista Brasileira de Políticas Públicas*, 8(2), 235–251. <https://doi.org/10.5102/rbpb.v8i2.5314>
- Terlau, W., & Hirsch, D. (2015). Sustainable Consumption and the Attitude-Behaviour-Gap Phenomenon - Causes and Measurements towards a Sustainable Development. *International Journal on Food System Dynamics*, 6(3), 159–174. <https://doi.org/10.18461/ijfsd.v6i3.634>
- Schnellenbach, J. (2016). A Constitutional Economics Perspective on Soft Paternalism. *Kyklos*, 69(1), 135–156. <https://doi.org/10.1111/kykl.12106>