



Universidade de Brasília  
Instituto de Psicologia  
Departamento de Psicologia Clínica e Cultura  
Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica e Cultura

**Insights comportamentais no Brasil: práticas, mecanismos de mudança de comportamento e evidências experimentais de *nudges* alimentares**

Dissertação de Mestrado

Carlos Armando Alves Serejo Filho

Brasília/DF, 26 de janeiro de 2026



Universidade de Brasília  
Instituto de Psicologia  
Departamento de Psicologia Clínica e Cultura  
Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica e Cultura

**Insights comportamentais no Brasil: práticas, mecanismos de mudança de comportamento e evidências experimentais de *nudges* alimentares**

**Behavioral insights in Brazil: practices, behavioral change mechanisms, and experimental evidence of food nudges**

Carlos Armando Alves Serejo Filho

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicologia Clínica e Cultura, do Instituto de Psicologia da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Psicologia Clínica e Cultura

Orientador: Prof. Dr. Fabio Iglesias

Brasília/DF, 26 de janeiro de 2026

Comissão Examinadora:

---

Prof. Dr. Fabio Iglesias  
Universidade de Brasília - UnB  
Presidente

---

Prof. Dr. Jorge Oliveira Castro  
Universidade de Brasília - UnB  
Membro Interno

---

Prof. Dr. Guilherme Lichand  
Stanford University  
Membro Externo

---

Prof. Dr. Diogo Conque Seco-Ferreira  
Universidade Federal de Sergipe - UFS  
Membro Suplente

Brasília/DF, 26 de janeiro de 2026

## **Agradecimentos**

São tantas as pessoas que caminharam ao meu lado que é difícil sintetizar minha gratidão. À Karla Vitória, com quem compartilho a vida: obrigado por me ajudar, inúmeras vezes, a acalmar a mente e persistir neste caminho. Sou profundamente grato pelo suporte em todos os aspectos da jornada; não poderia ter pedido uma parceira melhor. Agradeço, especialmente, por aceitar o desafio de construir uma vida comigo em outra cidade. Sua presença é a força que me sustenta e torna qualquer desafio mais leve.

À minha família em São Luís, agradeço pelo suporte incondicional e por me ampararem na busca pelo sonho da carreira acadêmica. Sem vocês, nada disso seria possível. Ao meu pai, Armando Serejo, sou grato pelo apoio decisivo durante minha mudança para Brasília e pelos ensinamentos que sempre me incentivaram a dar o meu melhor, trabalhando com dedicação e integridade. À minha mãe, Luciana Lima da Silva, agradeço por acreditar em mim, mesmo nos momentos em que isso era difícil. Seu apoio validou meus caminhos e me deu a confiança necessária para seguir em frente. Aos meus avós maternos, José Ricardo Barbosa da Silva e Marieta Lima da Silva, minha profunda gratidão por serem pilares fundamentais na minha formação. Vocês são, até hoje, minha rede de apoio essencial e exemplos de gentileza, dedicação e companheirismo.

Ao meu orientador e amigo, Fabio Iglesias, agradeço pela paciência e pelo apoio integral. Sua ajuda foi fundamental em todos os momentos, desde a logística da mudança para Brasília até o suporte acadêmico e emocional nos períodos de maior pressão. Aos professores que ampliaram meus horizontes e transformaram ideias em possibilidades concretas: Jorge Mendes, Luís Vinha, Ronaldo Pilatti, Angela Marin, Sheila Murta, Carlos Manoel e Cristiane Faiad. Sou grato pelos conhecimentos e reflexões compartilhados. Aos amigos que tornaram a vida acadêmica mais leve e prazerosa: Amanda Regis, Victor

Krähenbül, Gustavo Lino, Gentil Filho, Victor Valadares, Victor Hugo e Samuel Araujo.

Obrigado pelo companheirismo constante.

Agradeço também aos meus primos Caio Vitor Silva, Ana Carolina Silva, José Ricardo da Silva, Iago Balbino, Mateus Balbino, Murilo Duailibe, Maurício Serejo, Natalia Serejo, Lucas Serejo, João Serejo e aos meus irmãos Luciano Lima da Silva Paiva, Giovanna Serejo, Mateus Serejo e Emanuel Serejo, sou imensamente grato por ter pessoas tão maravilhosas dentro da família. O fato de continuarmos próximos até hoje mostra que nossa relação vai muito além do sangue e tem força para perdurar para o resto de nossas vidas.

Ao meu psicólogo, João Gabriel Tavares, que atuou quase como um coorientador: sou grato pelo apoio tanto nas demandas acadêmicas quanto no manejo da ansiedade e na construção de uma rotina sólida. Ao amigo Jorge Leite-Trinta, meu “psicólogo informal” desde a graduação: obrigado por se fazer presente, mesmo à distância, por meio de conversas e conselhos.

Por fim, agradeço aos amigos de jogatina: Luís Fernando Burgos, Rômulo Fonseca, Mateus Branquinho, Cesar Augusto, Remir Mendonça, João Gabriel Costa, Eric Guedelha e Marco Sales. Seja em TCGs, MOBAs ou MMOs, e mesmo que vocês sejam ruins e precisem ser carregados, passamos bons momentos juntos.

## Resumo

Os insights comportamentais (ICs) são uma abordagem promissora para enfrentar problemas públicos e organizacionais que envolvem adesão, persistência e mudança de comportamento. Apesar de sua rápida difusão, permanecem desafios metodológicos relevantes na compreensão dos mecanismos que explicam quando e porque intervenções tipo nudge funcionam. Esta dissertação combina três estudos para fortalecer o uso de ICs no contexto brasileiro, articulando discussão teórico-conceitual, levantamento de práticas profissionais e evidências empíricas. No Estudo 1 foram analisados os mecanismos psicológicos subjacentes aos nudges de default e rotulagem, discutindo a importância do processamento dual e de fatores contextuais. O Estudo 2 buscou traçar um perfil da aplicação de insights comportamentais no Brasil por meio de um survey ( $n = 54$ ). Predomina a atuação no setor público e uso complementar dos ICs nas atividades profissionais, com avaliações positivas quanto à efetividade, ética e sensibilidade ao contexto. Ao mesmo tempo, há dificuldades de implementação e mensuração de impacto, além de raros delineamentos experimentais e dependência de autorrelato. O Estudo 3 foi um experimento fatorial online 2 x 2 ( $n = 228$ ) sobre escolhas alimentares com base na tipologia TIPPME. Aumentar a disponibilidade de opções saudáveis aumentou sua escolha ( $OR = 5,08$ ), mas sem efeitos da manipulação de embalagens. Em conjunto, os três estudos sugerem que (a) intervenções ambientais, como disponibilidade, podem produzir mudanças relevantes; (b) o campo de ICs no Brasil enfrenta gargalos de capacitação, mensuração e diversificação metodológica; e (c) o avanço da área depende de maior precisão mecanística para orientar intervenções e garantir replicabilidade. A dissertação integra evidências experimentais, diagnóstico de práticas profissionais e clareza teórico-conceitual, para auxiliar o desenvolvimento de modelos que qualifiquem científica e aplicadamente os insights comportamentais no Brasil.

*Palavras-chave:* insights comportamentais, ciências comportamentais aplicadas, nudge, TIPPME, experimento.

## Abstract

Behavioral insights (BIs) are a promising approach to addressing public and organizational problems involving adherence, persistence, and behavior change. Despite their rapid diffusion, relevant methodological challenges remain in understanding the mechanisms that explain when and why nudge-type interventions work. This dissertation combines three studies to strengthen the use of BIs in the Brazilian context, articulating theoretical-conceptual discussion, mapping of professional practices, and empirical evidence. Study 1 analyzed the psychological mechanisms underlying default and labeling nudges, discussing the importance of dual processing and contextual factors. Study 2 sought to profile the application of behavioral insights in Brazil through a survey (n = 54). The public sector predominates, with complementary use of BIs in professional activities, with positive evaluations regarding effectiveness, ethics, and sensitivity to context. At the same time, there are difficulties in implementation and impact measurement, as well as rare experimental designs and reliance on self-reporting. Study 3 was a 2 x 2 online factorial experiment (n = 228) on food choices based on the TIPPME typology. Increasing the availability of healthy options increased their choice (OR = 5.08), but without effects from packaging manipulation. Taken together, the three studies suggest that (a) environmental interventions, such as availability, can produce relevant changes; (b) the field of behavioral insights in Brazil faces bottlenecks in training, measurement, and methodological diversification; and (c) the advancement of the area depends on greater mechanistic precision to guide interventions and ensure replicability. The dissertation integrates experimental evidence, professional practice analysis, and theoretical clarity to advance models that strengthen both the scientific basis and practical application of behavioral insights in Brazil.

*Keywords:* behavioral insights, applied behavioral sciences, nudge, TIPPME, experiment.

## Sumário

<b>Apresentação</b>	<b>11</b>
<b>Manuscrito 1</b>	<b>13</b>
<b>O que faz um <i>nudge</i> funcionar? Mecanismos de <i>default</i> e rotulagem na mudança de comportamento</b>	<b>13</b>
<b>Resumo</b>	<b>13</b>
<b>Abstract</b>	<b>14</b>
<b>Introdução</b>	<b>15</b>
<b>Teorias do Processamento Dual</b>	<b>18</b>
<b>Rotulagem</b>	<b>20</b>
<b>Defaults</b>	<b>23</b>
<b>Considerações Finais</b>	<b>26</b>
<b>Referências</b>	<b>29</b>
<b>Manuscrito 2</b>	<b>36</b>
<b>Uso de insights comportamentais no Brasil: Um survey online com profissionais</b>	<b>36</b>
<b>Resumo</b>	<b>36</b>
<b>Abstract</b>	<b>37</b>
<b>Introdução</b>	<b>38</b>
<b>Objetivos</b>	<b>43</b>
<b>Método</b>	<b>44</b>
Participantes	44
Instrumentos e Procedimentos	44
<b>Resultados</b>	<b>45</b>
Fundamentos Teóricos e Referências	46
Metodologias e Frameworks Aplicados	46
Escala de Diferencial Semântico	47
Definição Percebida do Campo	48
Perfil Profissional Detalhado	48
Formação Acadêmica Específica	49
Características dos Projetos e Distribuição Geográfica	50
Temáticas e Objetivos dos Projetos	51
<b>Discussão</b>	<b>52</b>
<b>Limitações</b>	<b>56</b>
<b>Considerações Finais</b>	<b>57</b>
<b>Referências</b>	<b>59</b>
<b>Manuscrito 3</b>	<b>63</b>
<b>Como a apresentação de alimentos influencia o consumo? Efeitos de <i>nudges</i> de disponibilidade e de apresentação na escolha alimentar</b>	<b>63</b>
<b>Resumo</b>	<b>63</b>
<b>Abstract</b>	<b>64</b>
<b>Introdução</b>	<b>65</b>
Nudges e Mudança de Comportamento	66

A Tipologia de Intervenções em Micro-Ambientes Físicos Próximos (TIPPME)	66
<b>Justificativa</b>	<b>69</b>
<b>Objetivos</b>	<b>69</b>
Hipóteses do Estudo	70
<b>Método</b>	<b>70</b>
Participantes	70
Instrumentos	71
Procedimentos	71
Análise de Dados	75
<b>Resultados</b>	<b>76</b>
Participantes	76
Fatores Associados à Escolha Alimentar	76
Análises Fatoriais Exploratórias	77
Análises de Regressão Logística	77
<b>Discussão</b>	<b>79</b>
<b>Limitações</b>	<b>81</b>
<b>Conclusão</b>	<b>82</b>
<b>Referências</b>	<b>84</b>
<b>Considerações Finais Gerais da Dissertação</b>	<b>91</b>
<b>Anexo A</b>	<b>94</b>

## Apresentação

Historicamente, a gestão pública fundamentou suas estratégias de mudança de comportamento em pressupostos de racionalidade ilimitada, utilizando instrumentos tradicionais de incentivo, regulação e informação (Bemelmans-Videc et al., 2011). No entanto, um corpo robusto de evidências das ciências comportamentais evidencia que o comportamento humano frequentemente desvia desse modelo deliberativo, sendo influenciado por vieses cognitivos e pelo contexto imediato da decisão (Kahneman, 2011). Os insights comportamentais (ICs) emergem como uma abordagem essencial para a formulação de políticas mais aderentes à realidade cognitiva dos cidadãos (Hallsworth & Kirkman, 2020). Isso foi popularizado sobretudo por meio dos *nudges*, intervenções na arquitetura de escolha que alteram o comportamento de forma previsível sem proibir opções ou alterar incentivos econômicos significativamente (Thaler & Sunstein, 2008).

Apesar da rápida expansão global e institucionalização dos ICs, o campo enfrenta desafios críticos de consolidação, caracterizados por uma desarticulação entre a aplicação prática e os modelos teóricos que a sustentam (Hallsworth, 2023). Observa-se uma "crise teórica" onde muitas intervenções são aplicadas sem clareza sobre os mecanismos psicológicos subjacentes, dificultando a compreensão do porquê certas políticas funcionam e outras falham. No contexto brasileiro, esse desafio é ampliado pela escassez de dados sobre como a área tem se estruturado, quem são seus aplicadores e se as intervenções importadas de outros contextos culturais mantêm sua eficácia localmente. A ausência de diagnósticos precisos sobre o campo e de validação empírica local pode comprometer o potencial transformador dessas políticas frente a problemas sociais complexos (Lichand et al., 2022).

Esta dissertação está estruturada no formato de três manuscritos independentes, mas complementares, que buscam fornecer uma agenda para o avanço científico e prático da abordagem no Brasil por meio da investigação de três níveis de análise: teórico, diagnóstico e

experimental. O primeiro estudo consiste em um ensaio teórico-conceitual que discute os modelos de processamento dual e analisa os mecanismos subjacentes aos *nudges* de *default* e rotulagem, visando diminuir o distanciamento entre a aplicação prática e a fundamentação teórica. O segundo estudo apresenta um *survey* online realizado com profissionais da área, oferecendo um panorama sobre o perfil dos aplicadores, as ferramentas utilizadas, as percepções e a maturidade institucional dos insights comportamentais no Brasil. Por fim, o terceiro estudo reporta um experimento online que testa a eficácia de *nudges* de disponibilidade e apresentação na escolha alimentar, investigando empiricamente o impacto dessas intervenções na promoção de alimentação saudável e discutindo sua robustez frente a variáveis individuais.

## Manuscrito 1

### O que faz um *nudge* funcionar? Mecanismos de *default* e rotulagem na mudança de comportamento

### What makes a nudge work? Default and labeling mechanisms in behavior change

#### Resumo

Embora os nudges sejam ferramentas de insights comportamentais amplamente difundidas e efetivas, persiste uma lacuna significativa entre sua aplicação prática e a fundamentação teórica. Buscando endereçar tal distanciamento, este ensaio teórico objetiva discutir os modelos de processamento dual e analisar os mecanismos subjacentes aos nudges de *default* e rotulagem. A análise indica que a rotulagem atua predominantemente como suporte para grupos já motivados e depende de fatores contextuais, como a familiaridade prévia com os símbolos, carecendo ainda de uma sistematização taxonômica clara. Em contraste, o *default* conta com um *framework* sistematizado que opera por meio de três mecanismos (esforço, endosso implícito e referência) os quais se relacionam a características específicas de contextos decisórios, podem atuar de forma complementar e, em conjunto, ajudam a explicar a robustez desse tipo de intervenção. No entanto, nota-se uma escassez de evidências empíricas que validem os mecanismos específicos de ambos os tipos de intervenção. Conclui-se que novas propostas teóricas devem ser rigorosamente testadas e, crucialmente, considerar a complexidade dos "problemas perversos" (*wicked problems*) para garantir a eficácia das políticas públicas

*Palavras-chave:* nudges, processamento dual, ensaio teórico, mecanismos de funcionamento.

### **Abstract**

Although nudges are widespread and effective behavioral insights tools, a significant gap persists between their practical application and their theoretical foundation. Seeking to address this gap, this theoretical essay aims to discuss dual-process models and analyze the mechanisms underlying default and labeling nudges. The analysis indicates that labeling acts predominantly as support for already motivated groups and depends on contextual factors, such as prior familiarity with symbols, while still lacking a clear taxonomic systematization. In contrast, defaults rely on a systematized framework operating through three mechanisms (effort, implied endorsement, and reference dependence), which relate to specific characteristics of decision-making contexts, can act complementarily, and together help explain the robustness of this type of intervention. However, a scarcity of empirical evidence validating the specific mechanisms of both types of intervention is noted. It is concluded that new theoretical proposals must be rigorously tested and, crucially, consider the complexity of the decision-making contexts.

*Key words:* nudges, theoretical frameworks, theoretical essay, dual process

## Introdução

No livro “Carrots, Sticks and Sermons”, que se tornou referência popular nas discussões sobre políticas públicas, Bemelmans-Videc et al. (2011) resumiram desde o título três grandes formas com que são implementadas. Gestores públicos historicamente se basearam em abordagens de incentivos (tipicamente financeiros), de regulação (tipicamente punição) e de informação para que cidadãos adotem comportamentos mais desejáveis. No entanto, essa lógica tradicional assume que o comportamento humano é essencialmente deliberativo, o que contrasta com um corpo crescente de evidências das ciências comportamentais (Verplanken & Orbell, 2022). Mesmo diante de informações claras e de intenções declaradas, as pessoas frequentemente agem de maneira inconsistente com seus próprios objetivos, influenciadas por vieses cognitivos, ambientes desorganizados e sobrecarga de escolhas (Marteau et al., 2011; OECD, 2017).

Os insights comportamentais (ICs) emergem como uma abordagem alternativa que reconhece os limites da racionalidade individual e traz evidências das ciências comportamentais para a aplicação, construção e avaliação de políticas públicas e intervenções de larga escala (Hallsworth & Kirkman, 2020). A popularização dos ICs se deve, em grande parte, à eficácia das intervenções na arquitetura de escolha ou *nudges*. Diferentemente de medidas coercitivas, os *nudges* são desenhados para alterar o comportamento de forma previsível, com base em modificações no contexto imediato da decisão, sem impor proibições ou onerar financeiramente o sujeito (Thaler & Sunstein, 2008). A atratividade dessa intervenção para pesquisadores e gestores reside em sua efetividade, baixo custo e praticidade de execução. Estratégias como a alteração na ordem de produtos ou na sua apresentação visual exemplificam como mudanças ambientais podem gerar impactos significativos, capazes de funcionar em conjunto com intervenções educativas ou regulatórias (Harbers et al., 2020).

A utilização de *nudges* é respaldada por uma série de revisões sistemáticas e meta-análises publicadas nos últimos anos, em campos muito diversos, como saúde, alimentação, finanças, comportamento pró-social e pró-ambiental (Cadario & Chandon, 2020; Luo et al., 2023; Mertens et al., 2022; Sapio & Vecchio, 2024). Apesar do acúmulo crescente de evidências empíricas sobre a efetividade dessas intervenções, entretanto, há também uma falta de articulação entre as práticas baseadas em *nudges* e os modelos teóricos que as sustentam (Hallsworth, 2023). Essa desarticulação não é uma exclusividade dos *nudges*, mas de uma “crise teórica” mais ampla que permeia a psicologia (Franco & Iglesias, 2023; Oberauer & Lewandowsky, 2019).

O campo ainda carece de explicações convincentes para justificar a grande variabilidade observada entre achados (McShane et al., 2019) e essa fragilidade se manifesta sobretudo na falta de especificidade. Prevalecem teorias fundamentadas em relações entre construtos excessivamente amplos (p. ex., cognição e comportamento). Essa abrangência permite a derivação de um número vasto de hipóteses desconexas e possivelmente contraditórias, contribuindo para a manutenção de teorias vagas e pouco preditivas (Oberauer & Lewandowsky, 2019). A consequência direta é a dificuldade de falseabilidade: ao acomodarem qualquer resultado, os modelos se tornam difíceis de refutar, permanecendo estáticos e sem o necessário refinamento científico (Fried, 2020).

Em insights comportamentais, a manifestação dessa desconexão entre teoria e prática é evidenciada pela maneira escolhida para a sua consolidação na gestão pública.

Impulsionada pela necessidade de legitimação rápida e resolução de problemas práticos, a área priorizou a eficácia imediata em detrimento da clareza de mecanismos (Oliver, 2017). Tornou-se comum o uso de intervenções multicomponentes, muitas vezes combinando diversas técnicas simultaneamente, sem hipóteses claras sobre os seus efeitos individuais e interações. Essa prática dificulta a identificação dos motivos que explicam o sucesso (ou

fracasso) de uma intervenção, visto que o baixo controle de ameaças à validade (Cook et al., 2002) impede a atribuição de causalidade a um componente específico. Entre outros problemas, a falta de clareza teórica e metodológica limita a extração de evidências generalizáveis ou a compreensão dos mecanismos de funcionamento (Hansen, 2018).

Essa lacuna no conhecimento é algo que impacta na prática, evidenciado pelos diversos resultados contraditórios entre estudos. De fato, a maioria das revisões aponta para uma alta variabilidade entre achados de diversos tipos de nudge. Por exemplo, nudges que alteram o tamanho dos pratos de alimentos para reduzir o consumo de calorias podem ser um dos tipos mais efetivos em uma meta-análise (Cadario & Chandon, 2020), mas não apresentam efeito em outro estudo (Marty et al., 2021). Sem um esforço sistemático de integração com teorias do comportamento e da tomada de decisão, há um comprometimento não apenas da cumulatividade do conhecimento na área, mas também da clareza sobre os limites e potencialidades desse tipo de abordagem frente a desafios complexos, como são os problemas de saúde pública (Grüne-Yanoff, 2016).

Muitas publicações contribuem para essa articulação entre teoria e prática (Congiu & Moscati, 2022; Lin & Ashcroft., 2017; Marchiori et al., 2017), mas não focam na sistematização dos mecanismos subjacentes de atuação dos nudges. Portanto, o presente trabalho tem o propósito de contribuir no avanço teórico-conceitual das intervenções de arquitetura de escolhas ao discutir a teoria do processamento dual, modelo mais comumente utilizado para explicar essas intervenções. Tem como foco mais específico elucidar o que a literatura aponta como mecanismos de atuação de dois tipos de *nudge*: um voltado para a alimentação (rotulagem) e outro de aplicação geral (*default*).

A rotulagem foi escolhida por ser um dos *nudges* mais utilizados em contextos de mudança alimentar, além de mostrar grande variabilidade de resultados em revisões sistemáticas (Cadario & Chandon, 2020; Sapio & Vecchio, 2024). Adicionalmente, a escolha

por investigar intervenções no contexto alimentar é respaldada por evidências meta-analíticas recentes, que identificaram nesse domínio os maiores tamanhos de efeito registrados na literatura de *nudges* (Mertens et al., 2022). Já o default foi escolhido por ser usualmente o *nudge* responsável pelas intervenções mais eficazes e com maior sucesso de utilização em diferentes áreas (Jachimowicz et al., 2019). Nessa perspectiva, o rótulo só influencia a decisão se o consumidor já tiver aprendido que aquele tipo de sinal está associado a benefícios desejados, como saúde ou bem-estar.

### **Teorias do Processamento Dual**

A compreensão dos processos decisórios foi, por décadas, fundamentada na noção de um agente dotado de racionalidade ilimitada, capaz de processar todas as informações disponíveis para maximizar sua utilidade. A revisão crítica desse paradigma se iniciou destacadamente com Herbert Simon (1955, 1990) e o conceito de racionalidade limitada. Simon argumentou que, devido às restrições cognitivas e temporais inerentes à condição humana, os indivíduos não buscam necessariamente otimizar, mas utilizar atalhos mentais para alcançar decisões satisfatórias.

O percurso teórico foi posteriormente expandido pelo programa de pesquisa de Amos Tversky e Daniel Kahneman, que mostrou empiricamente que o comportamento humano se desvia de modo sistemático do modelo racional, devido à sua natureza heurística e contextual. A teoria dos prospectos (Kahneman & Tversky, 1979) se consolidou depois como um marco da economia comportamental, cujos achados, alinhados à cognição social, ajudaram a fundamentar os modelos duais de cognição.

Na forma bem sumária (e frequentemente mal compreendida) como foram popularizados, esses modelos propõem que o processamento de informação ocorre por meio de dois sistemas distintos. O sistema 1 é rápido e intuitivo, responsável por realizar julgamentos e decisões de maneira automática, sem esforço. Já o sistema 2 é lento e

deliberado, demandando tempo e energia, sendo utilizado para resolver problemas novos e complexos. O modelo dual evidencia que as decisões não são tomadas apenas de maneira racional, mas influenciadas por heurísticas, vieses e afetos, de maneira sistemática e bastante previsível (Kahneman, 2011). A concepção de *nudges* utiliza o modelo dual como base teórica, ainda que muito material sobre insights comportamentais perpetue uma visão equivocadamente dicotômica dos sistemas 1 e 2. Os *nudges* alinham o funcionamento heurístico padrão com os objetivos do indivíduo, diminuindo o nível de esforço e deliberação empreendidos para alcançá-los (Thaler & Sunstein, 2008).

O foco da economia comportamental pela busca de vieses e heurísticas, no entanto, acarretou um impasse epistemológico. A utilização sistemática da maximização de utilidade e a lógica formal como régua para avaliar o comportamento humano acabaram por enquadrar os processos cognitivos naturais não como estratégias adaptativas, mas como erros sistemáticos (Gigerenzer et al., 2011). Essa perspectiva fomentou uma busca indiscriminada por novos vieses, desviando o foco de questões centrais relacionadas à aplicabilidade. Relativamente, pouco esforço é empreendido na busca por entender condições necessárias para o funcionamento de *nudges* e heurísticas, como contextos sociais, fatores culturais e individuais (Mertens et al., 2022). Outro problema causado por esse foco é a falta de conexão entre os vieses e um funcionamento mais amplo derivado do processamento dual (Muthukrishna & Henrich, 2019). Por exemplo, a hipótese de funcionamento dos *nudges* via sistema 1 ainda carece de uma ampla confirmação experimental (Van Gestel et al., 2021). Essa desconexão gera uma série de explicações sobre comportamentos individuais desconexas, redundantes e possivelmente contraditórias (Hallsworth, 2023).

Em contraposição, pesquisas sobre a racionalidade ecológica têm demonstrado que as heurísticas não são falhas de processamento, mas processos cognitivos eficientes, conscientes ou inconscientes, que ignoram parte da informação para produzir julgamentos rápidos e

satisfatórios em ambientes complexos (Bago & De Neys, 2017; Gigerenzer & Gaissmaier, 2011). Essa mudança de paradigma fundamentou a substituição da antiga divisão em sistemas por uma abordagem baseada em tipos de processo. A diferença deixa de ser apenas funcional e passa a residir no uso da memória de trabalho: os processos do Tipo 1 ocorrem de forma autônoma, sem exigir esse recurso, enquanto os do Tipo 2 dependem dele e são limitados por sua capacidade de processamento (Evans & Stanovich, 2013).

No que diz respeito ao funcionamento geral, entende-se que as pessoas agem intuitivamente por padrão (Tipo 1), mas podem recorrer ao raciocínio deliberativo (Tipo 2) quando há necessidade, motivação e recursos cognitivos disponíveis. Essa concepção é conhecida como modelo padrão-intervencionista (Evans & Stanovich, 2013). Embora o modelo dual ainda seja alvo de debates, há um consenso entre os seus teóricos na distinção pelo uso da memória de trabalho (Van Gestel et al., 2021). Apesar das críticas, o modelo segue sendo utilizado para aplicações em nudges e certamente muito popular entre os entusiastas dessa abordagem.

### **Rotulagem**

Entre os nudges utilizados em intervenções voltadas à alimentação saudável, a rotulagem nutricional é uma das estratégias mais disseminadas, baseada na apresentação visual de informações simplificadas que facilitam o julgamento sobre a qualidade dos alimentos no momento da escolha (Cadario & Chandon, 2020). Tipicamente aplicadas por meio de códigos de cores, alertas gráficos ou selos interpretativos, essas rotulações buscam reduzir a carga cognitiva e tornar mais salientes atributos relevantes dos produtos, incentivando decisões alinhadas a padrões saudáveis (Malam et al., 2009). No Brasil, por exemplo, a rotulagem de alimentos alertando consumidores sobre índices de açúcar, gordura e sódio foi implementada no final de 2022.

Sua efetividade, entretanto, não é uniforme. Existe uma grande variabilidade de achados explicados por certas condições que devem ser atendidas para o funcionamento dos rótulos (Crockett et al., 2018; Ikonen et al., 2020). Em destaque, a eficácia das estratégias de rotulagem parece depender de características individuais prévias. Evidências indicam que essas intervenções exercem maior influência sobre consumidores que já manifestam preocupação com a saúde e têm maior engajamento dietético (Campos et al., 2011). Esse padrão sugere uma limitação no alcance populacional da medida: enquanto a rotulagem serve como uma ferramenta de suporte para grupos motivados, sua capacidade de induzir mudanças de comportamento na população gera, usualmente menos atenta a informações nutricionais, tende a ser reduzida.

Uma análise conjunta de dois estudos fornece evidências para essa explicação. Uma simulação de um sistema de *pré-order* online foi desenvolvida em uma cantina universitária na Itália, testando alguns nudges como o efeito de rótulos simplificados sobre escolhas alimentares. Os resultados mostraram ausência de efeito mesmo entre participantes que já se alimentavam de maneira saudável, o que os autores atribuíram à baixa familiaridade da população italiana com esse tipo de rotulagem (Wongprawmas et al., 2023). Em replicação do experimento em contexto norte-americano, onde a prática de rotulagem simplificada é mais difundida, observaram efeitos significativos sobre a escolha de opções mais saudáveis. Ainda assim, só foram relevantes para a parcela da amostra com maiores índices de preocupação com a saúde (Andreani et al., 2024).

Uma das formas de interpretar os achados desses experimentos é com base no *behavioral perspective model* (BPM) (Foxall, 1988). De acordo com o modelo, o comportamento de escolha resulta da interação da história de aprendizagem do indivíduo com estímulos presentes no ambiente de consumo (Foxall et al., 2006). Nessa perspectiva, o rótulo só influencia a decisão se o consumidor já tiver aprendido que aquele tipo de sinal está

associado a benefícios desejados, como saúde ou bem-estar. Tal dependência explicaria por que essas intervenções obtêm êxito junto a públicos já habituados a esses códigos visuais, ao passo que falham em contextos destituídos dessa familiaridade prévia. Logo, as intervenções de rotulagem devem adotar estrategicamente estímulos visuais e padrões de cores já amplamente reconhecidos em outros domínios sociais (p. ex. sinalização semafórica). Caso se opte por um sistema inédito, é indispensável promover sua extensa disseminação educacional até que o novo padrão se torne prontamente identificável pelo público.

Mas existem outras questões importantes sobre rotulagem. Há uma discrepância clara entre entender o rótulo e mudar o comportamento. Rótulos frontais (FOP) ajudam efetivamente os consumidores a identificar opções mais saudáveis. No entanto, essa capacidade não se traduz diretamente em escolhas mais saudáveis ou em redução de consumo calórico. Rótulos interpretativos (que avaliam a qualidade nutricional) aumentam a intenção de compra de produtos saudáveis, mas raramente diminuem a intenção de compra de produtos não saudáveis. Podem até criar "halos de saúde" onde um selo positivo em um nutriente melhora a percepção geral de um produto não saudável (Ikonen et al., 2020).

Mesmo com alguns estudos apontando evidências para condições de funcionamento, as intervenções de rotulagem não apresentam um framework teórico que organize e crie hipóteses sobre condições de funcionamento. Uma possível explicação para isso é a sua grande variedade morfológica. Essa categoria abarca estruturas visualmente diferentes, que variam desde tabelas numéricas densas até símbolos de advertência e códigos de cores simplificados (Figura 1). Tal heterogeneidade implica que diferentes rótulos interagem de maneiras distintas com o contexto e com a familiaridade prévia do indivíduo com estímulos visuais, acionando diferentes processos cognitivos.

### **Figura 1**

*Exemplos de Variedade nos Sistemas de Rotulagem Nutricional*



Nutrient-specific mandatory warning labels implemented in Chile



Nutri-Score implemented voluntarily in France



Health Star Rating implemented voluntarily in Australasia



Keyhole logo implemented voluntarily in Scandinavia

Each serving (150g) contains

Energy 1046kJ 250kcal	Fat 3.0g LOW	Saturates 1.3g LOW	Sugars 34g HIGH	Salt 0.9g MED
13%	4%	7%	38%	15%

of an adult's reference intake  
Typical values (as sold) per 100g: 697kJ/ 167kcal

Traffic light labelling implemented voluntarily in the United Kingdom

Evidências recentes sugerem que o tratamento da rotulagem como uma classe homogênea de intervenção é problemático. O erro metodológico reside em agrupar estratégias cujas arquiteturas de informação são distintas, oscilando entre formatos meramente informativos e formatos avaliativos, o que impede a identificação de um padrão único de eficácia (Crockett et al., 2018). Essa distinção é crucial, visto que uma meta-análise indica que mecanismos visuais interpretativos tendem a gerar resultados superiores aos puramente numéricos, confirmando a necessidade de separação taxonômica dessas intervenções (Ikonen et al., 2020).

### Defaults

Os *defaults* figuram como uma das estratégias mais robustas, replicáveis e amplamente utilizadas nas políticas públicas comportamentais (Jachimowicz et al., 2019) e fortemente criticadas quando servem a fins escusos (Johnson, 2021). Defaults se referem a opções previamente selecionadas, que são apresentadas como escolha padrão em contextos decisórios. Sua característica central é que preservam a liberdade de escolha, mas na ausência de uma ação ativa por parte do tomador de decisão a opção predefinida permanece (Van Gestel et al., 2021). Embora a efetividade empírica dos defaults esteja bem documentada, os mecanismos psicológicos que explicam sua atuação ainda carecem de mínimo consenso. O

framework proposto por Dinner et al. (2011) propõe uma articulação teórica ao indicar que os efeitos dos *defaults* operam por meio de três canais distintos, mas que podem ser ativados em conjunto: esforço; endosso implícito; e dotação/dependência do ponto de referência.

O primeiro mecanismo, viés de status quo, sustenta que a escolha default é favorecida por exigir menos esforço físico ou cognitivo do que optar por uma alternativa (Samuelson & Zeckhauser, 1988). A simples inércia decisória ou a evitação de custos de mudança podem explicar por que as pessoas mantêm a opção padrão, sobretudo em decisões triviais ou quando há sobrecarga de informações (Dinner et al., 2011). Por exemplo, em serviços de streaming como a Netflix, quando um episódio de série termina, o próximo começa em cinco segundos sem que o usuário precise tomar qualquer ação.

O segundo mecanismo é o endosso implícito, no qual o tomador de decisão interpreta o default como uma recomendação por parte da autoridade que estrutura a escolha (McKenzie et al., 2006). Esse mecanismo é especialmente relevante em contextos institucionais, onde a credibilidade da fonte pode reforçar a adesão à escolha predefinida. Por exemplo, a sugestão de rota dada pelo GPS funciona por meio de endosso implícito, pois o indivíduo confia que o algoritmo (a "autoridade") calculou aquele trajeto como sendo o mais rápido, mais seguro ou mais econômico.

Já o terceiro mecanismo está relacionado à dependência do ponto de referência, particularmente sob a lente da aversão à perda e da *query theory*. Nesse caso, o default funciona como um ponto de referência perceptual, uma espécie de posse implícita da opção padrão. Gera efeitos semelhantes ao efeito de dotação (*endowment effect*), em que mudar de opção é percebido como uma perda (Tversky & Kahneman, 1991). A *query theory* postula que a ordem das consultas mentais influencia o conteúdo da decisão e os indivíduos tendem a gerar primeiro argumentos favoráveis à opção *default*, reforçando-a, ao mesmo tempo em que geram menos argumentos para a alternativa (Johnson et al., 2007). Ao comprar um carro

novo, opcionais que já vêm inclusos por padrão podem influenciar por meio da aversão à perda. Ao olhar para o carro completo, busca-se primeiramente as razões para mantê-lo ("bancos de couro são fáceis de limpar", "teto solar é bonito"), reforçando a escolha antes mesmo de considerar os motivos para removê-los.

A query theory surge como um modelo alternativo à teoria do prospecto proposta por Kahneman e Tversky (1979). Assim como a teoria da utilidade esperada, a teoria do prospecto é uma teoria de nível funcional, supondo que os indivíduos agem como se realizassem comparações explícitas entre resultados e um ponto de referência e que suas escolhas decorrem de respostas emocionais distintas a ganhos e perdas percebidos (Weber & Johnson, 2007). Por exemplo, tentativas de comprovar a hipótese da distinção emocional não revelaram diferenças entre magnitudes de prazer ou dor em contextos decisórios equivalentes (Charpentier et al., 2016; Mellers, 2000). Já a query theory propõe uma explicação psicológica, baseada em etapas sequenciais, de como os valores são construídos ou organizados mentalmente segundo as lógicas de funcionamento da atenção e da memória (Li et al., 2015).

Apesar da coerente articulação teórica do framework, grande parte dos estudos sobre *defaults* não exploram ou testam de que maneira os mecanismos afetam a mudança de escolha (Jachimowicz et al., 2019). Por exemplo, em meta-análise recente, a query theory mostrou-se robusta para explicar efeitos de enquadramento, mas poucos estudos comprovaram suas explicações em intervenções *default* (Composto et al., 2025). Logo, apesar da articulação teórica coerente, ainda faltam evidências empíricas que a sustentem como uma teoria plausível para explicar esse tipo de intervenção.

O que se observa é que os três mecanismos não são mutuamente exclusivos e podem operar de forma complementar, sendo ativados em diferentes graus conforme as características da tarefa, do público e do ambiente decisório. Por exemplo, o esforço opera

quando a escolha é trabalhosa e o endosso implícito quando as opções têm grande significado social. A dependência de referência opera quando as opções são relativamente desconhecidas, sem grandes restrições de esforço ou fatores sociais (Diner et al., 2011). A atuação por meio de três mecanismos psicológicos pode ser um dos motivos por trás da eficácia de defaults em múltiplos contextos (Jachimowicz, 2019). Como argumentado anteriormente, cada um dos mecanismos têm maior chance de ser ativado em cenários específicos, logo a chance de ter um cenário que ative ao menos um dos mecanismos é alta.

### **Considerações Finais**

A crescente aplicação de *nudges* em políticas públicas evidencia seu potencial como ferramenta de mudança comportamental. No entanto, verifica-se que sua efetividade depende não apenas da utilização dos métodos corretos de aplicação, mas da compreensão teórica dos mecanismos subjacentes de funcionamento (Hallsworth, 2023). Os exemplos analisados mostram que o sucesso de um *nudge* está diretamente relacionado a variáveis contextuais e individuais, como o repertório prévio do indivíduo, a familiaridade com o estímulo e a forma como a informação é processada (Andreani et al., 2024; Wongprawmas et al., 2023). Da mesma forma, a eficácia dos defaults não depende apenas da economia do esforço, mas também do endosso implícito e do modo como as preferências são construídas no momento da decisão (Dinner et al., 2011). Esses fatores exigem um entendimento mais preciso dos processos cognitivos e contextuais envolvidos.

Para que intervenções baseadas em *nudges* sejam mais eficazes e replicáveis, é essencial fortalecer o diálogo entre teoria e prática, investindo em modelos que considerem tanto os processos cognitivos quanto os fatores contextuais das diferentes populações. Ao lidar sobretudo com *wicked problems*, desafios sociais complexos, sem soluções definitivas e multicausais, é fundamental adotar uma postura de complementaridade em vez de exclusão. A superação de desafios complexos requer intervenções multicomponentes, nas quais os

*nudges* apresentam limites de alcance e devem ser utilizados em sinergia com políticas públicas tradicionais (Hallsworth & Kirkman, 2020). Essa abordagem integrada permite abandonar o pressuposto do 'cidadão imaginário' e desenhar soluções para o 'cidadão real', marcado por limitações de atenção e vieses cognitivos. Dessa forma, ao aliar o design sistêmico às ciências comportamentais, estabelece-se que a formulação de políticas não deve buscar soluções universais, mas adaptações precisas à arquitetura de escolha local e às múltiplas causas do fenômeno (Lichand et al., 2022).

A postura de complementaridade revela-se ainda mais necessária diante de argumentos recentes, alertando que focar isoladamente em corrigir vieses individuais pode criar uma ilusão de ação e desviar a atenção de reformas estruturais sistêmicas. Ao responsabilizar o indivíduo por problemas sociais complexos, a abordagem pode atuar como um paliativo que evita o enfrentamento das falhas institucionais reais. Assim, para que problemas estruturais sejam efetivamente resolvidos, as intervenções não devem se limitar a tentar “consertar” os agentes. Devem inevitavelmente vir acompanhadas de mudanças nas regras sociais e econômicas do ambiente de escolha (Chater & Loewenstein, 2026).

Para além dessas questões, é importante reconhecer que a abordagem enfrenta barreiras institucionais significativas. Uma das fontes desse problema é o desalinhamento de expectativas entre cientistas comportamentais e as instituições em que trabalham. Frequentemente a percepção de líderes e *stakeholders* externos sobre os ICs é reducionista, limitando a abordagem a uma mera ferramenta de comunicação ou marketing. Essa visão restrita negligencia o potencial da área de atuar através de múltiplas vias de mudança comportamental. Somam-se a isso o receio ético de que a prática seja manipulativa e uma pressão por soluções imediatas, expectativa que entra em choque com a necessidade de diagnósticos comportamentais rigorosos e extensos (Naru, 2024).

Sem essas articulações, corre-se o risco de aplicar soluções genéricas para problemas complexos, comprometendo o impacto das políticas públicas comportamentais. Tendo em vista os complexos desafios de políticas públicas como os brasileiros, este ensaio constitui um esforço preliminar voltado à sistematização dos mecanismos subjacentes dos *nudges* de rotulagem e *default*. Embora se observem iniciativas para articular a teoria à prática, tais esforços permanecem majoritariamente incipientes, carecendo de evidências robustas capazes de consolidar o entendimento na área.

Essas considerações são especialmente relevantes para o contexto de aplicação de ICs. Muitos profissionais utilizam intervenções como *defaults* e rotulagem sem conhecer com clareza os processos psicológicos que explicam seu funcionamento, o que pode gerar resultados inconsistentes e limitar o avanço de conhecimento da área (Grüne-Yanoff, 2016). Diante desse cenário, investigar o nível de compreensão dos aplicadores é essencial para desenhar estratégias que mitiguem essa lacuna. Afinal, para que as intervenções sejam eficazes, é essencial que a discussão teórico-conceitual transponha as barreiras acadêmicas e instrumentalize o campo prático.

## Referências

- Andreani, G., Wongprawmas, R., Biasini, B., et al. (2024). Digital nudging at the university canteen: An online study with American young adults. *Agricultural and Food Economics*, 12, 42. <https://doi.org/10.1186/s40100-024-00335-5>
- Bago, B., & De Neys, W. (2017). Fast logic? Examining the time course assumption of dual process theory. *Cognition*, 158, 90–109.  
<https://doi.org/10.1016/j.cognition.2016.10.014>
- Bemelmans-Videc, M. L., Rist, R. C., & Vedung, E. O. (Eds.). (2011). Carrots, sticks, and sermons: Policy instruments and their evaluation (Vol. 1). Transaction Publishers.
- Cadario, R., & Chandon, P. (2020). Which healthy eating nudges work best? A meta-analysis of field experiments. *Marketing Science*, 39(3), 465–486.  
<https://doi.org/10.1287/mksc.2018.1128>
- Campos, S., Doxey, J., & Hammond, D. (2011). Nutrition labels on pre-packaged foods: A systematic review. *Public Health Nutrition*, 14(8), 1496–1506.  
<https://doi.org/10.1017/S1368980010003290>
- Charpentier, C. J., De Neve, J.-E., Li, X., Roiser, J. P., & Sharot, T. (2016). Models of affective decision making: How do feelings predict choice? *Psychological Science*, 27(6), 763–775. <https://doi.org/10.1177/0956797616634654>
- Chater, N., & Loewenstein, G. (2026). *It's on you: How corporations and behavioral scientists have convinced us that we're to blame for society's deepest problems*. PublicAffairs. ISBN 978-1-5417-0011-6.
- Congiu, L., & Moscati, I. (2022). A review of nudges: Definitions, justifications, effectiveness. *Journal of Economic Surveys*, 36(1), 188–213.  
<https://doi.org/10.1111/joes.12453>

- Composto, J. W., Duncan, S. M., Johnson, E. J., & Weber, E. U. (2025). A meta-analysis of query theory, a psychological process account of framing effects. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s11166-025-09458-6>
- Cook, T. D., Campbell, D. T., & Shadish, W. (2002). *Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference*. Houghton Mifflin.
- Crockett, R. A., King, S. E., Marteau, T. M., Prevost, A. T., Bignardi, G., Roberts, N. W., Stubbs, B., Hollands, G. J., & Jebb, S. A. (2018). Nutritional labelling for healthier food or non-alcoholic drink purchasing and consumption. *The Cochrane database of systematic reviews*, 2(2), CD009315. <https://doi.org/10.1002/14651858.CD009315.pub2>
- Dinner, I., Johnson, E. J., Goldstein, D. G., & Liu, K. (2011). Partitioning default effects: Why people choose not to choose. *Journal of Experimental Psychology: Applied*, 17(4), 332–341. <https://doi.org/10.1037/a0024354>
- Evans, J. S. B., & Stanovich, K. E. (2013). Dual-process theories of higher cognition: Advancing the debate. *Perspectives on Psychological Science*, 8(3), 223–241. <https://doi.org/10.1177/1745691612460685>
- Franco, V. R., & Iglesias, F. (2023). Convite à psicologia matemática: Modelos e benefícios da teorização formal. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 39, e39515. <https://doi.org/10.1590/0102.3772e39515.pt>
- Foxall, G.R. (1998). Radical behaviourist interpretation: Generating and evaluating an account of consumer behaviour. *The Behaviour Analyst*, 21(2), 321–354. <https://doi.org/10.1007/BF03391971>
- Foxall, G.R., Oliveira-Castro, J.M., Yani-de-Soriano, M., James, V., & Sigurdsson, V. (2006). Consumer behavior analysis and social marketing: The case of environmental

conservation. *Behavior and Social Issues*, 15, 101–124.

<https://doi.org/10.5210/bsi.v15i1.338>

Fried, E. I. (2020). Theories and models: What they are, what they are for, and what they are about. *Psychological Inquiry*, 31(4), 336-344.

<https://doi.org/10.1080/1047840X.2020.1854011>

Gigerenzer, G. E., Hertwig, R. E., & Pachur, T. E. (2011). *Heuristics: The foundations of adaptive behavior*. Oxford University Press.

<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199744282.001.0001>

Gigerenzer, G., & Gaissmaier, W. (2011). Heuristic decision making. *Annual Review of Psychology*, 62(2011), 451-482. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-120709-145346>

Grüne-Yanoff, T. (2016). Why behavioural policy needs mechanistic evidence. *Economics & Philosophy*, 32(3), 463–483. <https://doi.org/10.1017/S0266267115000425>

Hallsworth, M. (2023). A manifesto for applying behavioural science. *Nature Human Behaviour*, 7(3), 310–322. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01555-3>

Hallsworth, M., & Kirkman, E. (2020). *Behavioral insights*. MIT Press.

Harbers, M. C., Beulens, J. W. J., Rutters, F., De Boer, F., Gillebaart, M., Sluijs, I., & Van Der Schouw, Y. T. (2020). The effects of nudges on purchases, food choice, and energy intake or content of purchases in real-life food purchasing environments: A systematic review and evidence synthesis. *Nutrition Journal*, 19, 1.

<https://doi.org/10.1186/s12937-020-00623-y>

Ikonen, I., Sotgiu, F., Aydinli, A., & Verlegh, P. W. (2020). Consumer effects of front-of-package nutrition labeling: An interdisciplinary meta-analysis. *Journal of the academy of marketing science*, 48(3), 360-383.

- Jachimowicz, J. M., Duncan, S., Weber, E. U., & Johnson, E. J. (2019). When and why defaults influence decisions: A meta-analysis of default effects. *Behavioural Public Policy*, 3(2), 159–186. <https://doi.org/10.1017/bpp.2018.43>
- Johnson, E. J. (2021). *The elements of choice: Why the way we decide matters*. Penguin.
- Johnson, E. J., Häubl, G., & Keinan, A. (2007). Aspects of endowment: A query theory of value construction. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 33(3), 461–474. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.33.3.461>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Lazear, E. P. (2000). Economic imperialism. *The Quarterly Journal of Economics*, 115(1), 99-146. <https://doi.org/10.1162/003355300554683>
- Li, Y., Gao, J., Enkavi, A. Z., Zaval, L., Weber, E. U., & Johnson, E. J. (2015). Sound credit scores and financial decisions despite cognitive aging. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 112(1), 65-69.
- Lichand, G, Serdeira, A.P., & Rizardi, B. (2022). *Insights comportamentais para o diagnóstico e desenho de políticas públicas*. ENAP.
- Lin, Y., Osman, M., & Ashcroft, R. (2017). Nudge: Concept, effectiveness, and ethics. *Basic and Applied Social Psychology*, 39(6), 293–306. <https://doi.org/10.1080/01973533.2017.1356304>
- Luo, Y., Li, A., Soman, D., & Zhao, J. (2023). A meta-analytic cognitive framework of nudge and sludge. *Royal Society Open Science*, 10(11), 230053. <https://doi.org/10.1098/rsos.230053>
- Malam, S., Clegg, S., Kirwan, S., McGinigal, S., Raats, M. M., Shepherd, R., Barnett, J., Senior, V., Hodgkins, C., & Dean, M. (2009). *Comprehension and use of UK*

*nutrition signpost labelling schemes*. Food Standards Agency.

<https://openresearch.surrey.ac.uk/esploro/outputs/book/Comprehension-and-use-of-UK-nutrition/99516776302346>

- Marchiori, D. R., Adriaanse, M. A., & De Ridder, D. T. (2017). Unresolved questions in nudging research: Putting the psychology back in nudging. *Social and Personality Psychology Compass*, *11*(1), e12297. <https://doi.org/10.1111/spc3.12297>
- Marty, L., Franzon, C., Jones, A., & Robinson, E. (2021). Socioeconomic position, energy labelling and portion size selection: An online study comparing calorie and physical activity calorie equivalent (PACE) labelling in UK adults. *Appetite*, *166*.  
<https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105437>
- Marteau, T. M., Ogilvie, D., Roland, M., Suhrcke, M., & Kelly, M. P. (2011). Judging nudging: Can nudging improve population health? *BMJ*, *342*, d228.  
<https://doi.org/10.1136/bmj.d228>
- McKenzie, C. R. M., Liersch, M. J., & Finkelstein, S. R. (2006). Recommendations implicit in policy defaults. *Psychological Science*, *17*(5), 414–420.  
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2006.01721.x>
- McShane, B. B., Tackett, J. L., Böckenholt, U., & Gelman, A. (2019). Large-scale replication projects in contemporary psychological research. *The American Statistician*, *73*(sup1), 99-105. <https://doi.org/10.1080/00031305.2018.1505655>
- Mellers, B. A. (2000). Choice and the relative pleasure of consequences. *Psychological Bulletin*, *126*(6), 910–924. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.126.6.910>
- Mertens, S., Herberz, M., Hahnel, U. J., & Brosch, T. (2022). The effectiveness of nudging: A meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *119*(1), e2107346118.  
<https://doi.org/10.1073/pnas.2107346118>

- Muthukrishna, M., & Henrich, J. (2019). A problem in theory. *Nature Human Behaviour*, 3(3), 221-229. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0522-1>
- Naru, F. (2024). Behavioral public policy bodies: New developments & lessons. *Behavioral Science & Policy*, 10(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/23794607241285614> (Original work published 2024)
- Oberauer, K., & Lewandowsky, S. (2019). Addressing the theory crisis in psychology. *Psychonomic Bulletin & Review*, 26(5), 1596-1618.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2017). *Behavioural insights and public policy: Lessons from around the world*. OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/9789264270480-en>
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status quo bias in decision making. *Journal of Risk and Uncertainty*, 1(1), 7–59. <https://doi.org/10.1007/BF00055564>
- Sapio, S., & Vecchio, R. (2024). The effect of nudges on healthy food choices of individuals with a low socio-economic position: A systematic literature review. *Trends in Food Science & Technology*, 147, 104475. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2024.104475>
- Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. *The quarterly journal of economics*, 99-118. <https://doi.org/10.2307/1884852>
- Simon, H. A. (1990). Invariants of human behavior. *Annual Review of Psychology*, 41(1), 1-20.
- Tulchinsky, T. H., & Varavikova, E. A. (2023). *The new public health* (4th ed.). Academic Press.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin.

- Tversky, A., & Kahneman, D. (1991). Loss aversion in riskless choice: A reference-dependent model. *The Quarterly Journal of Economics*, *106*(4), 1039–1061.  
<https://doi.org/10.2307/2937956>
- Van Gestel, L. C., Adriaanse, M. A., & De Ridder, D. T. D. (2021). Do nudges make use of automatic processing? Unraveling the effects of a default nudge under type 1 and type 2 processing. *Comprehensive Results in Social Psychology*, *5*(1–3), 4–24.  
<https://doi.org/10.1080/23743603.2020.1808456>
- Verplanken, B., & Orbell, S. (2022). Attitudes, habits, and behavior change. *Annual review of psychology*, *73*(1), 327-352.
- Wongprawmas, R., Andreani, G., Franchini, C., Biasini, B., Rosi, A., Dolgopolova, I., Roosen, J., Menozzi, D., Gómez, M. I., Scazzina, F., Mora, C., & Sogari, G. (2023). Nudging Italian university students towards healthy and sustainable food choices: An online experiment. *Food Quality and Preference*, *111*, 104971.  
<https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2023.104971>
- Weber, E. U., Johnson, E. J., Milch, K. F., Chang, H., Brodscholl, J. C., & Goldstein, D. G. (2007). Asymmetric discounting in intertemporal choice: A query-theory account. *Psychological Science*, *18*(6), 516–523. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2007.01932.x>

## Manuscrito 2

### Uso de insights comportamentais no Brasil: Um survey online com profissionais

#### Use of behavioral insights in Brazil: an online survey of professionals

##### Resumo

Apesar da crescente popularização dos insights comportamentais no Brasil, ainda se conhece pouco sobre sua prática e as ferramentas mais utilizadas, assim como perfis característicos e percepções dos profissionais envolvidos. Com base em um survey online realizado com 54 respondentes, identificou-se predominância de mulheres, de formação em nível de pós-graduação e de atuação no setor público, sobretudo no regime estatutário. Foi comum ainda o uso complementar dos ICs nas atividades profissionais. A psicologia foi percebida como base mais relevante, embora a formação predominante fosse em economia. Destacaram-se a indicação de recursos como *SimplesMente* e, em menor frequência, *MINDSPACE*, *EAST* e a metodologia *CINCO*. Técnicas de survey e de observação predominam, enquanto delineamentos experimentais (RCTs e experimentos de campo/online) foram raramente indicados. Medidas de diferencial semântico indicaram avaliação globalmente positiva (tendência duradoura, efetividade, sensibilidade ao contexto e ética), mas apontaram dificuldades intermediárias de implementação e mensuração. Discute-se a necessidade de capacitação, maior integração com a academia e diversificação setorial para fortalecer o uso de ICs e sua eficácia nos desafios de mudança de comportamento.

*Palavras-chave:* insights comportamentais, ciências comportamentais aplicadas, survey.

### Abstract

Despite the growing popularity of behavioral insights in Brazil, little is known about their practice and the most commonly used tools, as well as the characteristic profiles and perceptions of the professionals involved. Based on an online survey conducted with 54 respondents, a predominance of women, postgraduate-level education, and work in the public sector, especially under statutory regimes, was identified. The complementary use of behavioral insights in professional activities was also common. Psychology was perceived as the most relevant background, although the predominant educational background was in economics. Resources such as *SimplesMente* were highlighted, and less frequently, *MINDSPACE*, *EAST*, and the *CINCO* methodology. Survey and observation techniques predominate, while experimental designs (RCTs and field/online experiments) were rarely indicated. Measures of semantic differential indicated a globally positive evaluation (lasting trend, effectiveness, context sensitivity, and ethics), but pointed to intermediate difficulties in implementation and measurement. The need for training, greater integration with academia, and sectoral diversification is discussed in order to strengthen the use of technological innovations and their effectiveness in addressing behavioral change challenges.

*Keywords:* behavioral insights, applied behavioral sciences, survey

## Introdução

A aplicação de *insights* comportamentais (ICs) na formulação de políticas públicas se consolidou como uma estratégia global para lidar com problemas práticos complexos (OCDE, 2017), especialmente aqueles que envolvem adesão, persistência e mudança de comportamento em larga escala. Sua difusão é impulsionada, em grande parte, pelas unidades de ciências comportamentais, núcleos dedicados à operacionalização de evidências científicas em intervenções reais. Evidenciando essa expansão, um mapeamento recente aponta a existência de 631 unidades ao redor do mundo em 2024, um aumento de 214% em comparação às 201 reportadas em 2018 (Naru, 2024). A maioria dessas instituições possui natureza governamental (322), seguidas pelas acadêmicas (126) e pelas privadas (109). Destaca-se, ainda, um crescimento expressivo no Sul Global, que saltou de 32 unidades em 2018 para 126 na atualidade. Nesse cenário de adoção recente, a América do Sul contabiliza 27 unidades, das quais 7 estão sediadas no Brasil. Esses números revelam uma tendência global na gestão pública pela utilização de evidências das ciências comportamentais, com implicações para a forma como problemas são diagnosticados, soluções são desenhadas e resultados são avaliados.

Embora a abordagem tenha se popularizado inicialmente associada ao repertório de *nudges*, sua aplicação contemporânea tende a assumir um caráter mais integrador e sistêmico. Em vez de operar apenas como um conjunto de “táticas” acionadas pontualmente ao final do processo decisório, os ICs podem ser compreendidos como uma lente analítica com potencial de informar diferentes etapas do ciclo de políticas, desde a definição do problema e o diagnóstico do comportamento-alvo até o desenho de incentivos, a implementação e a avaliação (Hallsworth & Kirkman, 2020). Segundo essa visão, os insights comportamentais podem auxiliar na formulação de incentivos ao aprimorar fatores como apresentação (*framing*) e *timing*, adequar campanhas informativas às maneiras como as pessoas processam

e armazenam informações e desenhar regulações com maior potencial de mudança de comportamento. Quando bem aplicados, os ICs criam condições para que decisões e intervenções sejam mais aderentes a evidências comportamentais robustas, em contraste com pressupostos normativos sobre racionalidade plena ou adesão automática a recomendações técnicas (Hallsworth & Kirkman, 2020).

No Brasil se observa um movimento semelhante de institucionalização, evidenciado por iniciativas como a Unidade de Ciências Comportamentais do Governo Federal (CINCO/MGI) e o Centro de Economia Comportamental da Receita Federal (CECOM), além da expansão de cursos, eventos, redes e materiais de capacitação voltados à ciência comportamental aplicada. Ainda assim, a consolidação da abordagem no país levanta uma questão central: o crescimento institucional não implica, necessariamente, maturidade metodológica ou padronização de práticas. Em áreas aplicadas, a consolidação costuma envolver não apenas a criação de unidades e a disseminação de cursos, mas também a padronização de práticas, a diversificação de métodos e a incorporação de avaliação e aprendizagem organizacional. Sob essa ótica, compreender o estágio de maturidade de uma área exige observar como seus profissionais definem o escopo de atuação, quais ferramentas e métodos mobilizam e como percebem os desafios operacionais e éticos associados à implementação.

De modo mais sistemático, um sinal de maturidade costuma envolver (a) maior clareza sobre o escopo do que está sendo feito, (b) repertório metodológico compatível com a natureza comportamental dos problemas e (c) articulação de valores e princípios éticos na implementação (Hallsworth, 2023). Some-se a isso, obviamente, a preocupação com as características culturais mais específicas do Brasil, que importa a maior parte dos referenciais aqui aplicados. Compreender quem são os profissionais envolvidos, como descrevem sua atuação e quais ferramentas e métodos mobilizam torna-se ainda mais relevante para avaliar o

estágio atual do campo no país. Estudos empíricos sobre a prática de insights comportamentais ainda se concentram majoritariamente em contextos europeus e norte-americanos, com menor atenção a países do Sul Global e a processos de institucionalização em contextos administrativos distintos. Ao mapear práticas, métodos e percepções no contexto brasileiro, este estudo pretende contribuir para preencher essa lacuna, oferecendo evidências empíricas sobre como a abordagem tem sido apropriada, adaptada e operacionalizada em um cenário marcado por heterogeneidade institucional e setorial.

Um elemento importante na difusão de ICs é o papel dos frameworks, que funcionam como pontes entre conceitos teóricos e soluções práticas, especialmente para profissionais sem formação formal em ciências comportamentais. De modo geral, é possível distinguir duas categorias principais desses recursos: frameworks diagnósticos e frameworks aplicados. Os diagnósticos oferecem um roteiro estruturado que orienta desde a especificação do comportamento-alvo e suas barreiras até estratégias de implementação e escalonamento, com destaque para recursos como o BASIC (OECD, 2019), o COM-B/Behaviour Change Wheel (Michie et al., 2011) e a metodologia CINCO. Já os frameworks aplicados sistematizam táticas e classes de intervenção mais prontas para uso, exemplificados pelo acrônimo MINDSPACE (Dolan et al., 2010) e pelo modelo brasileiro *SimplesMente* (Campos Filho, 2019). Mapear quais frameworks são conhecidos e efetivamente utilizados ajuda a inferir a “linguagem comum” do campo, o grau de padronização das práticas e, em certa medida, a infraestrutura cognitiva e organizacional disponível para a implementação de intervenções.

Apesar da ampla disseminação, ainda existem obstáculos a serem superados para a consolidação da área como um paradigma robusto e consistente da gestão pública (e privada). Em seu manifesto para aplicação de insights comportamentais, Hallsworth (2023) propôs uma agenda para melhoria da utilização de ICs e dividiu suas propostas em três categorias para enfrentar as críticas realizadas à abordagem: escopo (alcance de aplicação), métodos

(técnicas e recursos) e valores (princípios éticos). Por exemplo, em relação ao escopo, os ICs são muitas vezes vistos apenas como ferramentas opcionais para corrigir aspectos pontuais de uma intervenção já formulada (Hansen, 2018). Tal visão limita a atuação dos cientistas comportamentais a uma pequena parte do processo criativo e gera uma narrativa circular sobre o alcance limitado da abordagem (Schmidt & Stenger, 2021). Na prática, isso pode produzir intervenções com fraca integração entre diagnóstico e solução, isto é, com desalinhamento entre o comportamento-alvo, as barreiras identificadas e o mecanismo interventivo proposto.

Essa falha de escopo acarreta problemas práticos, especialmente no alinhamento entre diagnóstico e intervenção. A formulação tradicional de políticas frequentemente realiza pesquisas baseadas em levantamento de atitudes e crenças, por meio de autorrelato. Apesar de relativamente útil e simples, esse modelo pode levantar informações enviesadas, tendo em vista questões como o *gap* entre intenção e comportamento, a limitada capacidade de introspecção humana e a dependência contextual do autorrelato (Albarracin & Shavitt, 2018; Maio et al., 2018). Essas limitações não invalidam o uso de surveys, mas sugerem que a maturidade metodológica de um campo aplicado tende a envolver maior integração de medidas e delineamentos mais diretamente comportamentais (por exemplo, observação estruturada, dados administrativos, experimentos de campo/online e avaliações de impacto, quando factíveis). Nesse ponto, a discussão sobre métodos conecta-se a exigências de capacidade técnica, infraestrutura de dados, articulação institucional e tempo fatores que podem variar substancialmente entre setores e organizações. Problemas abordados por políticas públicas acabam sendo formulados com base em teorias e métodos com baixa compatibilidade com as ciências comportamentais, dificultando a aplicação de intervenções dessa classe (Hansen, 2018).

Além de escopo e métodos, o eixo de valores inclui debates sobre ética, transparência, liberdade de escolha e legitimidade pública (Marteau et al., 2011). Em contextos reais, percepções sobre ética e aceitabilidade influenciam tanto a adoção quanto a sustentação de iniciativas, especialmente quando a abordagem é percebida como “influência” sobre decisões. Assim, compreender como profissionais avaliam a abordagem em dimensões como efetividade, sensibilidade ao contexto, custo e dificuldade operacional fornece um retrato relevante do estágio de consolidação do campo.

A natureza intrinsecamente interdisciplinar das ciências comportamentais adiciona um desafio adicional à sua consolidação. Embora a psicologia seja frequentemente reconhecida como base teórica central da abordagem (Schimmelpfennig & Muthukrishna, 2023), sua institucionalização tem ocorrido, em muitos contextos, a partir de campos como economia, administração e políticas públicas. Essa assimetria pode gerar tensões epistemológicas e práticas, influenciando tanto a formação dos profissionais quanto os métodos e problemas priorizados. Examinar como essas dinâmicas se manifestam no contexto brasileiro é, portanto, relevante para compreender os caminhos futuros da área.

Apesar do crescimento recente, a prática de ICs no Brasil ainda carece de caracterização empírica sistemática quanto ao perfil dos profissionais envolvidos, às ferramentas e métodos que efetivamente orientam projetos e às percepções sobre possibilidades e barreiras de implementação. Essa indefinição é problemática porque pode favorecer iniciativas inconsistentes e dispersar esforços institucionais: tempo e energia podem ser alocados em projetos de baixo impacto ou pouco avaliados, enquanto lacunas de capacidade (por exemplo, avaliação, mensuração e implementação) permanecem encobertas. Além disso, a ausência de um retrato mais claro dificulta identificar gargalos de formação e integração entre academia e prática, uma questão sensível em uma abordagem que depende, por definição, do acúmulo e da circulação de evidências.

Com base nessas considerações, o presente estudo busca produzir um panorama sobre o uso de insights comportamentais no Brasil a partir da perspectiva de profissionais e interessados na área, com foco em práticas, tipos de aplicação, ferramentas e métodos e maneiras de conceber a abordagem. Para isso, conduzimos um survey online que explora (a) o perfil sociodemográfico e profissional dos respondentes, (b) características da atuação e do ciclo de projetos, (c) familiaridade e uso de frameworks, (d) métodos de pesquisa relatados e (e) percepções sobre a abordagem, mensuradas por uma escala de diferencial semântico. Embora *surveys* não capturem o comportamento real dos profissionais em contexto, eles são úteis para descrever repertórios declarados, percepções e padrões de difusão, dimensões centrais para compreender a institucionalização e o estágio de maturidade de um campo aplicado. Ao levantar percepções e experiências, buscamos contribuir para identificar lacunas e apontar caminhos para fortalecer o uso de ICs no Brasil com maior rigor, efetividade e integração institucional.

Embora um levantamento prévio tenha sido conduzido pela CINCO/MGI para identificar o perfil e os interesses de potenciais aplicadores no país (MGI, 2023), a iniciativa cumpria uma agenda institucional, mais focada na formação de redes e no mapeamento de tendências. A atual pesquisa se diferencia significativamente por seu aprofundamento investigativo: além de perfis e projetos, o instrumento capta como a abordagem é epistemologicamente definida pelos profissionais e mensura, por meio de escalas específicas, suas percepções críticas sobre ética, eficácia e dificuldades operacionais no uso empírico dos ICs.

## **Objetivos**

O estudo tem como objetivo geral produzir um panorama sobre o uso de insights comportamentais no Brasil na visão dos próprios aplicadores, com foco em suas práticas, nos tipos de aplicações e na maneira como concebem essa abordagem. Pretende ainda caracterizar

o perfil de profissionais envolvidos, tanto aqueles que trabalham com políticas públicas como aqueles que desenvolvem trabalho como pesquisadores, consultores ou atuantes em organizações privadas.

## **Método**

### **Participantes**

O estudo contou com uma amostra não probabilística e por conveniência, alcançando um total de 54 respondentes (70,4% mulheres). Quanto à idade, a média da amostra foi de 46,9 anos ( $DP = 10,1$ ). Apenas 5,7% dos respondentes relataram ter menos de 30 anos. A maior parte da amostra possuía titulação em nível de pós-graduação, distribuída entre especialização (42,6%), mestrado (29,6%) e doutorado (14,8%). Os participantes foram recrutados por meio da divulgação de um link para o questionário online, compartilhado em grupos virtuais voltados à ciência comportamental aplicada e em grupos universitários disponíveis em plataformas como WhatsApp, Telegram e Facebook, além da rede CINCONNECTE, mantida pela Unidade de Ciências Comportamentais do Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (CINCO/MGI). A participação foi voluntária, anônima e condicionada à aceitação do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). O critério de inclusão foi ter 18 anos ou mais e aceitar participar do estudo. Já os critérios de exclusão foram participantes com respostas incompletas, inconsistentes ou duplicadas.

### **Instrumentos e Procedimentos**

*Survey sobre Uso de Insights Comportamentais no Brasil* (Anexo A) - Em formato de questionário online, composto por 38 questões, distribuídas em quatro blocos temáticos: percepção sobre insights comportamentais, atuação, condução de projetos e dados sociodemográficos. A seção de percepção sobre insights comportamentais contou com uma escala de diferencial semântico de 11 pontos (0 a 10), para avaliar quais características o

público mais associa ao uso de insights comportamentais. A escala foi composta por 10 itens, cada um correspondente a um domínio específico da utilização de insights comportamentais (incluindo custo, implementação, percepção de liberdade) e operacionalizado por pares de adjetivos opostos (p.ex., custo barato ou caro). Também se utilizou uma escala de cinco pontos (“Nada” a “Totalmente”) para avaliar a importância atribuída às áreas de base. Para a avaliação da familiaridade dos frameworks os participantes tinham que selecionar uma entre três opções: “Não conheço”, “Conheço, mas nunca usei” e “Conheço e usei”. As demais questões do instrumento seguiram o formato de múltipla escolha ou campos abertos.

O questionário foi aplicado por meio da plataforma SurveyMonkey, sendo precedido por uma página inicial de consentimento para participação na pesquisa. Após o aceite, os participantes responderam ao instrumento de forma autoadministrada. A coleta de dados ocorreu por meio de amostragem por conveniência, com divulgação do link em canais relacionados à área de ciências comportamentais. O tempo médio de preenchimento do questionário foi de aproximadamente 15 a 20 minutos. Esta pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Ciências Humanas (CEP/CHS) da Universidade de Brasília (UnB) com o parecer nº 7.859.824.

## **Resultados**

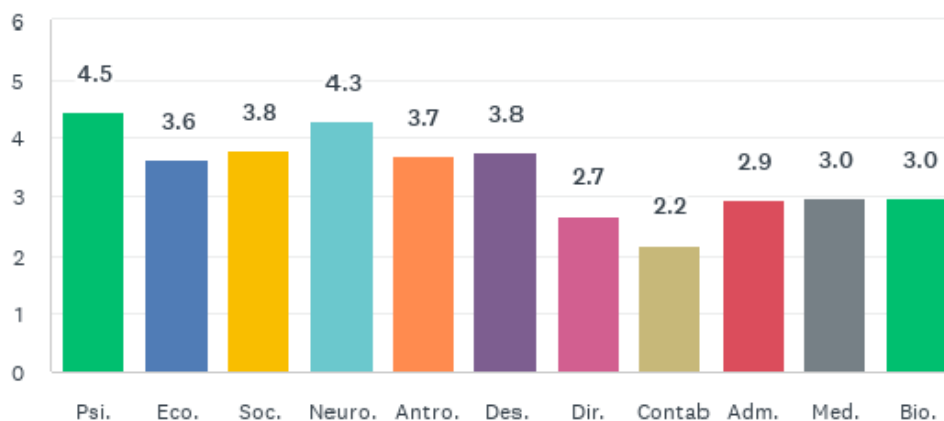
Sobre a natureza da prática profissional com insights comportamentais (IC), 50% dos respondentes relataram utilizar a abordagem de forma complementar às suas atividades principais. A atuação como atividade principal foi reportada por 18,5% dos participantes, enquanto 20,4% indicaram não atuar na área no momento, mas possuir interesse futuro. Entre aqueles que trabalham com IC, o Setor Público foi o segmento mais frequente de atuação, abrangendo 48,6% da amostra total. Os autônomos representaram 24,3% e o setor privado 16,2%.

## Fundamentos Teóricos e Referências

Na avaliação das áreas basilares para a prática de IC, a psicologia obteve a maior média de importância atribuída ( $DP = 0,63$ ), seguida pelas neurociências ( $DP = 0,86$ ) e pela sociologia ( $DP = 0,97$ ). A economia ficou em quarto lugar com ( $DP = 0,91$ ). As demais ciências sociais, como sociologia e antropologia, apresentaram médias inferiores (Figura 1).

**Figura 1**

*Percepção de Contribuição por Área*



## Metodologias e Frameworks Aplicados

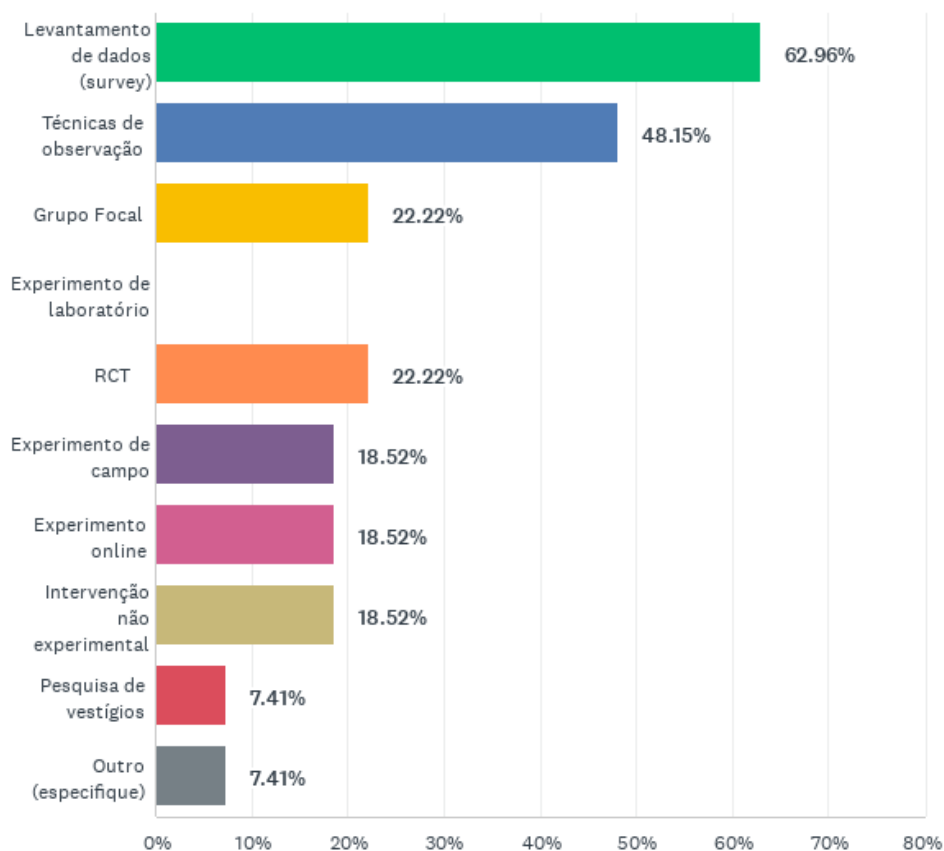
Quanto aos modelos de trabalho (*frameworks*), os dados indicaram o *SimplesMente* como a ferramenta mais utilizada pelos profissionais no Brasil (21,8%). Em seguida, observou-se um empate na frequência de uso dos modelos *MINDSPACE*, *EAST* e o framework desenvolvido pela unidade *CINCO/MGI* (14,9%). Por outro lado, ao avaliar o nível de familiaridade da amostra com as diversas metodologias disponíveis, o modelo *TESTS* foi identificado como o menos conhecido entre os respondentes.

Já a análise dos métodos de pesquisa utilizados nos projetos revelou que as técnicas mais frequentes indicadas foram o "Levantamento de dados (*survey*)" e as "Técnicas de observação". Métodos experimentais apareceram com muito menor frequência na amostra:

"Testes Randomizados Controlados (RCT)", seguidos por "Experimentos de campo" e "Experimentos online". Não foi possível verificar se essas respostas estão associadas a características no perfil dos respondentes (Figura 2).

**Figura 2**

*Métodos de Pesquisa Relatados*



### Escala de Diferencial Semântico

A percepção dos respondentes sobre a natureza dos projetos de ICs foi mensurada por meio de uma escala de diferencial semântico (0 a 10). Estrategicamente, a área parece ser vista com otimismo: os participantes classificaram-na como uma tendência duradoura ( $M = 8,00$ ;  $DP = 2,15$ ) e consideraram que as intervenções levam em conta o contexto social ( $M = 7,63$ ;  $DP = 2,23$ ), além de serem éticas ( $M = 7,74$ ;  $DP = 1,95$ ). No que tange à eficácia, os projetos foram avaliados como efetivos ( $M = 7,59$ ;  $DP = 2,02$ ) e com ampla aplicabilidade

( $M = 7,39$ ;  $DP = 2,60$ ). Em termos operacionais, com itens invertidos, destacaram-se o baixo custo ( $M = 3,39$ ;  $DP = 2,61$ ) e o respeito à liberdade de escolha ( $M = 2,85$ ;  $DP = 2,53$ ). Por fim, a implementação ( $M = 4,91$ ;  $DP = 2,74$ ), modo de mensuração ( $M = 5,85$ ;  $DP = 2,68$ ) e a base teórico-conceitual ( $M = 6,78$ ;  $DP = 2,55$ ) situaram-se em um patamar intermediário.

### **Definição Percebida do Campo**

Quando questionados sobre a natureza dos ICs, a definição mais recorrente entre os respondentes foi a de "Uma abordagem", apontada por 38,9% da amostra. Em seguida, as concepções de "Um campo de estudo" (20,4%), "Uma área" ou "Uma ferramenta" (ambas com 14,8%) apresentaram frequências similares. A definição como "Um método" foi a menos citada, correspondendo a 9,3% dos participantes.

### **Perfil Profissional Detalhado**

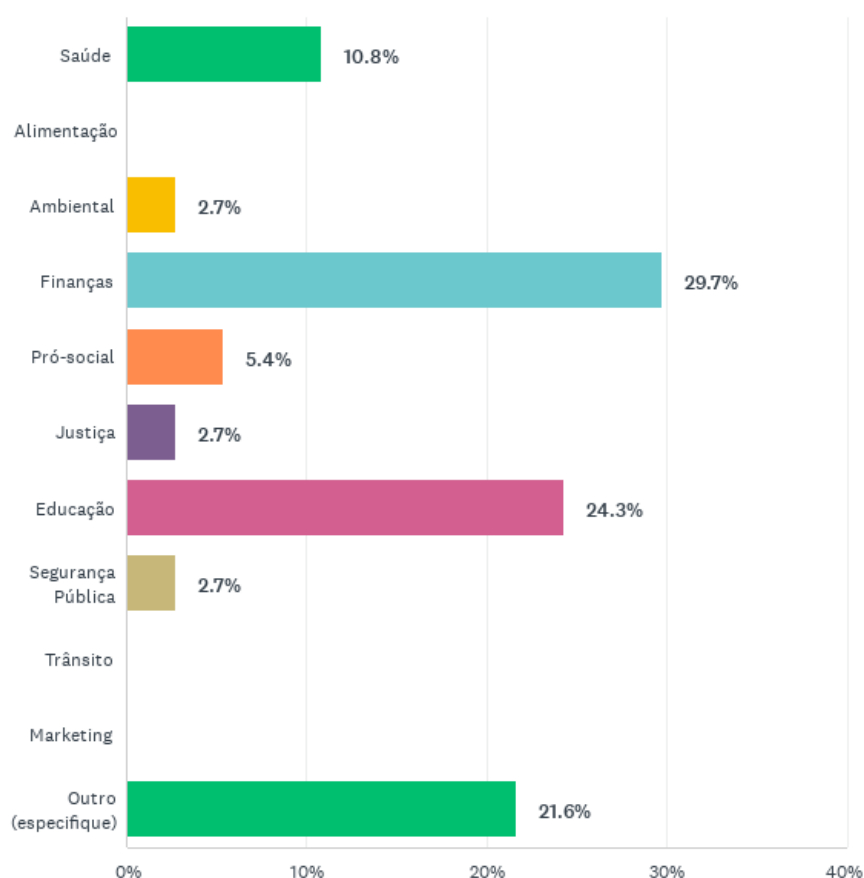
A análise do tempo de dedicação à área de ICs revelou uma média de experiência de 5,5 anos ( $DP = 5,8$ ) entre os profissionais. A distribuição temporal variou de 1 a 30 anos de atuação. Quanto ao vínculo empregatício, predominou o regime estatutário, com 43,2% dos respondentes declarando-se servidores públicos concursados. A atuação profissional autônoma foi reportada por 32,4% da amostra, enquanto o regime celetista (CLT) representou 10,8%.

Em relação à identidade profissional, observou-se uma predileção pelo termo "Cientista Comportamental", utilizado por 37,8% dos participantes para designar sua atuação. Uma parcela igual optou pela categoria "Outro", com variedade de respostas entre psicólogos, professores ou pesquisadores. As designações de "Economista Comportamental" (10,8%) e "Analista de Dados" (8,11%) apareceram com menor frequência. Nenhum dos respondentes indicou o termo "Cientista Comportamental Aplicado", tampouco o termo "Cientista do Comportamento".

A análise das esferas de atuação revelou que a maioria se concentrou na área de “Finanças”, seguido por “Educação”, “Outros” e “Saúde”. As respostas dentro da categoria “Outros” englobaram principalmente as áreas de gestão e consultoria. “Alimentação”, “Trânsito” e “Marketing” não obtiveram respostas (Figura 3).

**Figura 3**

*Distribuição da Atuação por Esferas*



### **Formação Acadêmica Específica**

A análise das áreas de formação de base revelou a predominância da economia, citada por 25,9% dos respondentes como sua graduação ou campo principal de estudo. Em seguida, aparecem a psicologia e a administração, ambas com 13,0% das menções, seguidas pelo

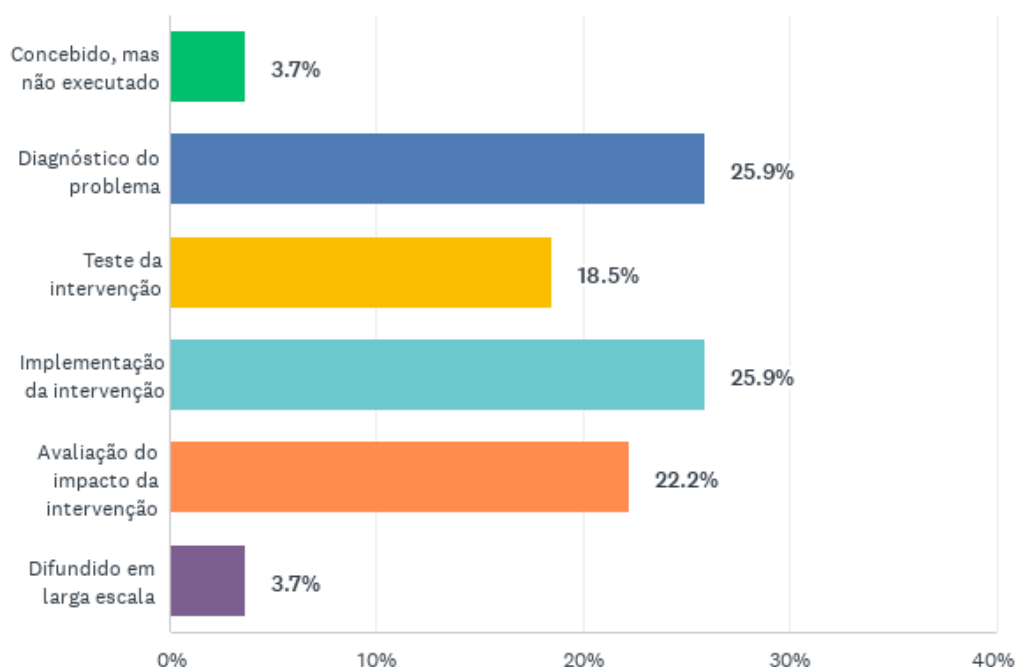
direito e por ciências sociais. Sobre a especificidade do treinamento em ciências comportamentais durante a trajetória acadêmica formal, 42,6% dos participantes relataram não ter tido contato com o tema em sua formação de base. O contato pontual, por meio de disciplinas que tangenciam o assunto, foi reportado por 29,6% da amostra, enquanto 27,8% afirmaram ter cursado disciplinas inteiramente voltadas para insights comportamentais.

### **Características dos Projetos e Distribuição Geográfica**

Quanto à maturidade das iniciativas, observou-se um equilíbrio entre as etapas do ciclo de políticas públicas. As fases de "Diagnóstico do problema" e "Implementação da intervenção" foram as mais frequentes. Em seguida, a etapa mais comum foi "Avaliação de impacto". "Difundido em larga escala" foi a etapa menos relatada. Tematicamente, a área de Finanças predominou tanto na aplicação prática dos projetos quanto na associação conceitual feita pelos profissionais, consolidando-se como o principal vetor de entrada dos ICs na amostra. As áreas de Saúde e Educação apareceram como campos secundários de relevância, com a Saúde sendo mais fortemente associada ao campo teórico do que representada em projetos ativos (Figura 4).

### **Figura 4**

*Distribuição dos Projetos por Etapa de Aplicação*



Geograficamente, a amostra apresentou maior concentração na região Sudeste e no Distrito Federal. O Estado de São Paulo registrou o maior número de profissionais (18,5%), seguido pelo Distrito Federal e pelo Estado do Rio de Janeiro (16,6%). A região Centro-Oeste também se destacou com respostas do Estado de Goiás (9,2%), enquanto o Sul foi representado principalmente pelo Estado do Paraná e pelo Estado do Rio Grande do Sul (7,4%). Não houve qualquer resposta de Tocantins, Pará, Sergipe, Rondônia, Roraima, Piauí, Mato Grosso, Espírito Santo, Bahia, Alagoas, Amapá, Acre e Amazonas. Também não houve, conforme o critério de exclusão estabelecido, a participação de respondentes que residiam no exterior.

### **Temáticas e Objetivos dos Projetos**

A análise qualitativa das descrições dos projetos permitiu categorizar as iniciativas em cinco eixos temáticos principais. Os projetos foram agrupados por critério de afinidade e, posteriormente, contabilizados para determinar a frequência relativa e a predominância de cada área de atuação. Confirmando a tendência quantitativa, o eixo de Finanças e Tributação

foi o mais frequente da amostra (44,4%), abrangendo desde projetos clássicos de conformidade fiscal (p.ex., pagamento de IPVA) e combate à inadimplência até intervenções complexas de educação financeira infantil e adesão à previdência complementar. Em segundo plano, destaca-se o eixo de Saúde e Segurança Pública (25,9%), que endereça problemas críticos como a completude vacinal infantil, a violência em serviços de urgência e comportamentos de risco no trânsito (bebida e direção). A aplicação interna dos insights comportamentais é evidenciada na categoria Gestão Organizacional e RH (14,8%), com foco na convivência entre servidores, liderança e adaptação ao trabalho pós-Covid. Por fim, iniciativas de Desenvolvimento Social (7,4%), voltadas a doações e comunidades periféricas, e projetos de Inovação (7,4%), como usabilidade de software e mercado de arte, completam o panorama da atuação nacional. Não foram relatados projetos nas seguintes temáticas: “Alimentação”, “Ambiental”, “Justiça”, “Trânsito” e “Marketing”.

### **Discussão**

Este estudo oferece um retrato do estágio atual de institucionalização dos insights comportamentais no Brasil a partir da perspectiva de seus próprios aplicadores, mesmo que não representativos. Considerando os objetivos de descrever o perfil e as percepções de quem trabalha com ICs no Brasil, destaca-se inicialmente um resultado que parece mais adequado: a maioria da amostra relatou tratá-los como uma abordagem, enquanto uma minoria optou pela visão meramente instrumental. Esse achado está coerente com a visão de ICs como uma abordagem geral e como uma lente (Hallsworth, 2023), sinalizando que o público brasileiro está de alguma forma alinhado a tendências globais e parece ter uma visão mais integradora do uso de ICs.

*Surveys* foram as ferramentas mais utilizadas em projetos de ICs, um achado esperado dada a facilidade de aplicação e por se situar em etapa mais inicial de intervenções.

Entretanto, uma ferramenta com função similar e maior alinhamento com os princípios

comportamentais, a observação, teve muito menor utilização. Esse resultado pode indicar uma visão diagnóstica ainda embasada na busca por intenções e atitudes, ao invés de priorizar medidas comportamentais mais diretas e menos dependentes do autorrelato. Embora exista toda uma ciência para a elaboração e validação de surveys, esse tipo de pesquisa costuma ser visto equivocadamente como muito simples e passível de ser conduzido por qualquer profissional não treinado, ao contrário de ações mais complexas como a condução de experimentos.

Em relação ao ensino formal, a menor parte da amostra relatou ter tido disciplinas inteiras voltadas para insights comportamentais. Esse achado revela que ainda há uma falta de difusão da abordagem no próprio ambiente acadêmico que lhe deu origem. O número baixo de artigos acadêmicos publicados sobre o assunto corrobora essa visão. Apesar dessa lacuna, os insights comportamentais representam uma fatia relevante da gestão pública brasileira, dado o número de unidades de ciências comportamentais no país (e sua diversidade de esferas de atividade). A conjunção desses fatores pode indicar uma tendência contraditória e limitante. A abordagem é embasada diretamente pelo conhecimento produzido na área acadêmica. Logo, a falta de estudos nacionais pode significar que esses gestores estão importando intervenções e modelos teóricos internacionais sem evidências de eficácia no contexto brasileiro, tendo em vista as diferenças culturais entre países (Chater & Loewenstein, 2023).

Uma análise da formação dos respondentes revelou um padrão também relevante. A predominância de economistas sugere uma maior adoção de insights comportamentais nessa área, evidenciada também pela maioria dos congressos científicos conduzidos por faculdades de economia como o BEL Seminars da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Atuária da Universidade de São Paulo (FEA-USP). A baixa presença de psicólogos é um resultado inesperado, dada a importância crucial da área para a abordagem.

Mas este resultado pode ser explicado pela predominância do enfoque clínico e da teoria social crítica nas universidades brasileiras (Conselho Federal de Psicologia, 2022), refletindo uma visão que é frequentemente mais alinhada à saúde ou à transformação social. Ou seja, a abordagem ainda necessita adentrar os cursos de psicologia, no intuito de capacitar futuros psicólogos a trabalharem dentro da temática. Isso pode ser especialmente desafiador, tendo em vista que as teorias predominantes ou têm visões epistemológicas incompatíveis com as ciências comportamentais aplicadas ou têm enfoques completamente diferentes.

A percepção das neurociências como a segunda área de maior contribuição para os ICs pode revelar um elemento de *pop-science*. O uso do termo “neuro” no cotidiano está associado a uma ideia de autoridade e frequentemente supera a análise crítica das evidências que as afirmações trazem consigo, mesmo quando o suporte empírico direto é limitado (Gunter, 2014). Na prática esse jargão é utilizado para conferir legitimidade a produtos e serviços com baixo nível de evidência científica, a exemplo de certas abordagens de neuromarketing e produtos de autoajuda (Fisher et al., 2010; Satel & Lilienfeld, 2013). Portanto, o achado pode ser interpretado mais como um reflexo do prestígio cultural associado ao prefixo “neuro” do que propriamente uma contribuição real.

Em relação às esferas de aplicação, os campos “Alimentação”, “Ambiental”, “Justiça”, “Trânsito” e “Marketing” não foram sequer indicados no desenvolvimento de projetos. Essas esferas também obtiveram as menores taxas de atuação e apenas a esfera ambiental obteve respostas. É plausível cogitar uma ausência de iniciativas para levar insights às esferas ou que as tentativas realizadas até então não obtiveram sucesso. O resultado é parcialmente explicado pela natureza multidisciplinar das equipes nesses contextos. A convergência de múltiplas perspectivas técnicas tende a integrar os conceitos comportamentais como componentes auxiliares e não centrais das políticas, resultando em

uma diluição da sua identidade metodológica, o que dificulta o reconhecimento dessas iniciativas como projetos estritamente de insights comportamentais.

O domínio da alimentação merece destaque especial. Sua relevância é sustentada não apenas pelo impacto direto na saúde (Stanaway et al., 2018), mas também pela robustez das evidências compiladas em diversas revisões sistemáticas (Bauer & Reisch, 2019; Broers et al., 2017; Cadario & Chandon, 2020; Hollands et al., 2019). Adicionalmente, a área conta com suporte metodológico específico, como o framework *Typology of Interventions in Proximal Physical Micro-environments* (TIPPME), desenvolvido para orientar intervenções baseadas em *nudges* (Hollands et al., 2017). A escassez de projetos aplicados nacionalmente sugere que o desafio não reside na falta de conhecimento sobre “o que fazer”, mas sim na priorização e na tradução dessas evidências para a realidade das políticas públicas locais.

Verificou-se que a análise integrada dos dados sobre projetos, atuação e percepção de potencialidades evidencia uma predominância da esfera financeira. Embora esse domínio possua casos emblemáticos de sucesso, como o *Save More Tomorrow* (Thaler & Benartzi, 2004) e uma vasta literatura sobre conformidade tributária e previdência, a concentração observada contrasta com o caráter transversal da abordagem. Dada a sua natureza sistêmica, era esperada uma distribuição mais ampla entre os setores. A concentração dos projetos na esfera financeira pode ser interpretada como um efeito de dependência de trajetória, no qual os primeiros casos de sucesso moldam expectativas institucionais sobre onde a abordagem “funciona”. Esse processo, embora compreensível, pode restringir o potencial transformador dos insights comportamentais ao associá-los excessivamente a problemas de conformidade e decisão econômica, em detrimento de áreas igualmente relevantes e bem documentadas na literatura internacional, como alimentação, meio ambiente e justiça. Logo, é fundamental que a abordagem seja reconhecida como um paradigma multidisciplinar aplicável a diversas políticas públicas, e não como uma ferramenta exclusiva de gestão econômica.

A análise do diferencial semântico revela uma percepção predominantemente positiva sobre a natureza dos insights comportamentais. Estrategicamente, a amostra caracteriza o campo como uma tendência duradoura, de alta efetividade e sensível ao contexto social, refutando a visão de que seria apenas um modismo de gestão passageiro. No plano operacional, contudo, observa-se uma tensão relevante: embora a abordagem seja associada a um baixo custo financeiro, a facilidade de implementação e, crucialmente, o modo de mensuração situam-se em um patamar apenas intermediário. Esse dado aponta para um obstáculo metodológico: a dificuldade em aferir resultados concretos. Essa barreira não é uma particularidade local, mas reflete um desafio comum da abordagem. Em um *survey* global sobre unidades de insights comportamentais, a dificuldade implementação e de mensuração do impacto das intervenções figurou entre os maiores entraves para a consolidação das equipes (Wendel, 2020). Portanto, a percepção moderada dos respondentes brasileiros sugere que o país enfrenta um dilema metodológico similar ao global.

Por fim, na dimensão valorativa, os participantes relataram que as intervenções são éticas e tendem a respeitar a liberdade individual. Essa percepção está alinhada a evidências recentes de que intervenções baseadas em *nudges* não dependem da ocultação de propósitos para serem eficazes e preservam a autonomia de escolha (Schütze et al., 2025).

### **Limitações**

Uma das limitações mais imediatas deste estudo foi o seu tamanho amostral, que levanta questionamentos inevitáveis sobre sua representatividade. É razoável supor que a população de aplicadores de insights comportamentais seja maior do que os 54 respondentes acessados, embora não se consiga precisar qual é esse número. Em que pese o levantamento desenvolvido pela CINCO/MGI ter contado com centenas de respostas em 2023, a divulgação ocorreu majoritariamente entre servidores públicos (usando a Plataforma SouGov) e que já estão de alguma forma familiarizados com a importância dos ICs (ainda

que não necessariamente sobre o que são ou como se pode utilizá-los). De fato, aqueles resultados mostraram que a maioria dos respondentes não tinha real envolvimento prático com ICs, apesar de interesses diversos. Era também um contexto de lançamento da CINCO/MGI, ensejado por um evento presencial que contou com participações estrangeiras.

É possível que apenas aplicadores mais interessados e mais assíduos tenham realmente participado do *survey* na presente pesquisa, levando a uma visão mais consistente que não é compartilhada (ou sequer conhecida) por toda a população potencial de aplicadores de ICs. Também é razoável supor que a utilização do autorrelato como única fonte de levantamento de dados revele apenas as atitudes e não os comportamentos dos gestores em relação aos insights comportamentais. Além do autorrelato gerar uma série de vieses de resposta (desejabilidade social, efeitos de mera resposta, etc), a escolha pelo formato metodológico está inevitavelmente associada a vieses de autoseleção no recrutamento dos participantes. Por definição, os menos interessados ou que menos se identificam com termos mais específicos como ICs podem nem ter recebido o convite, nem encontrado relevância na pesquisa. É o caso potencial, por exemplo, de quem trabalha com experiência do usuário (UX), design centrado no usuário e outras denominações frequentes na academia e no mercado de trabalho.

### **Considerações Finais**

Os resultados deste estudo evidenciam uma percepção entendida como majoritariamente positiva entre aplicadores e entusiastas quanto ao uso de insights comportamentais. Em particular, a representação como uma 'abordagem' sinaliza um amadurecimento conceitual importante para sua disseminação institucional no Brasil. Ademais, as iniciativas mapeadas, com destaque para o setor financeiro, indicam que o interesse dos profissionais transcende a esfera das intenções, concretizando-se em projetos tangíveis. Conclui-se que o campo segue em expansão e revela potencial de consolidação.

Entretanto, para que essa promessa se efetive, desafios estruturais baseados nas respostas do survey ainda precisam ser superados.

Primeiramente, é necessário investir na capacitação de gestores para a utilização de frameworks aplicados de insights comportamentais, uma vez que as análises mostraram percepções de dificuldade na operacionalização de projetos. Nesse caso, é necessário que os gestores dominem tanto frameworks de foco interventivo, como o EAST e o SimplesMente para compreenderem o leque de propostas disponíveis, quanto modelos mais diagnósticos, como o CINCO e o BASIC, para aplicar insights comportamentais desde a concepção do problema a ser solucionado.

Outra questão essencial é o descompasso entre prática e a área acadêmica no Brasil, embora não seja desafio exclusivo da área. É necessária uma maior institucionalização de insights comportamentais nas universidades, por meio de criação de grupos de pesquisa, organização de congressos, condução de projetos e publicações acadêmicas. Igualmente, unidades de ciências comportamentais brasileiras podem contribuir ao admitir mais professores universitários em suas equipes, realizar parcerias com universidades e publicar os achados de suas intervenções em periódicos brasileiros. Caso a academia não acompanhe o progresso das demais instituições, corre-se o risco de difusão de propostas com metodologia fraca e pouco alinhada com pressupostos teóricos e particularidades culturais do Brasil. Em relação às publicações, é possível optar por formatos voltados para aplicadores como o sumário executivo, aumentando o alcance e entendimento das evidências.

Quanto aos potenciais de aplicação, há uma clara lacuna nas seguintes esferas: “Alimentação”, “Ambiental”, “Justiça”, “Trânsito” e “Marketing”. Apesar do que se pode lamentar sobre isso, representa uma ótima oportunidade para cientistas comportamentais construir propostas inovadoras e contribuir para a difusão da abordagem na gestão pública brasileira e no cenário privado desses campos. Interessados na tarefa podem utilizar o

grande volume de evidências internacionais e frameworks aplicados para influenciar tomadores de decisão de suas instituições a adotar projetos baseados em ciências comportamentais.

Como um apontamento final, cabe reconhecer que este estudo possui um caráter exploratório, cujos resultados estão circunscritos a limitações metodológicas. O tamanho reduzido da amostra dificulta a generalização dos dados, enquanto a dependência do autorrelato e a provável ocorrência de vieses de autoseleção restringem o alcance das conclusões. Diante desse cenário, o avanço do mapeamento da área se beneficiará da realização de estudos futuros que mobilizem amostras substancialmente maiores e mais representativas, a fim de consolidar e expandir a compreensão sobre a aplicação de *insights* comportamentais no Brasil.

### Referências

- Bauer, J. M., & Reisch, L. A. (2019). Behavioural insights and (un)healthy dietary choices: a Review of current evidence. *Journal of Consumer Policy*, 42(1), 3–45.  
<https://doi.org/10.1007/s10603-018-9387-y>
- Cadario, R., & Chandon, P. (2020). Which healthy eating nudges work best? A meta-analysis of field experiments. *Marketing Science*, 39(3), 465–486.  
<https://doi.org/10.1287/mksc.2018.1128>
- Campos Filho, A. C. (2019). *Simples Mente: Ferramenta para aplicação de insights comportamentais às políticas públicas*. Escola Nacional de Administração Pública (Enap). <http://repositorio.enap.gov.br/handle/1/3973>
- Chater, N., & Loewenstein, G. (2023). The i-frame and the s-frame: How focusing on individual-level solutions has led behavioral public policy astray. *Behavioral and Brain Sciences*, 46, e147. <https://doi.org/10.1017/S0140525X22002023>

- Conselho Federal de Psicologia. (2022). *Quem faz a psicologia brasileira? Um olhar sobre o presente para construir o futuro* (Vol. 1). Conselho Federal de Psicologia.  
<https://site.cfp.org.br/publicacao/censo-da-psicologia-brasileira-volume-1/>
- Broers, V. J. V., De Breucker, C., Van Den Broucke, S., & Luminet, O. (2017). A systematic review and meta-analysis of the effectiveness of nudging to increase fruit and vegetable choice. *European Journal of Public Health, 27*(5), 912–920.  
<https://doi.org/10.1093/eurpub/ckx085>
- Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., & Vlaev, I. (2010). *MINDSPACE: Influencing behaviour through public policy*. Institute for Government and Cabinet Office.
- Fisher, C. E., Chin, L., & Klitzman, R. (2010). Defining neuromarketing: Practices and professional challenges. *Harvard review of psychiatry, 18*(4), 230-237.  
<https://doi.org/10.3109/10673229.2010.496623>
- Gunter, T. D. (2014). Can we trust consumers with their brains: Popular cognitive neuroscience, brain images, self-help and the consumer. *Indiana Health Law Review, 11*, 483.
- Hollands, G. J., Bignardi, G., Johnston, M., Kelly, M. P., Ogilvie, D., Petticrew, M., Prestwich, A., Shemilt, I., Sutton, S., & Marteau, T. M. (2017). The TIPPMME intervention typology for changing environments to change behaviour. *Nature Human Behaviour, 1*(8). <https://doi.org/10.1038/s41562-017-0140>
- Hollands, G. J., Carter, P., Anwer, S., King, S. E., Jebb, S. A., Ogilvie, D., Shemilt, I., Higgins, J. P. T., & Marteau, T. M. (2019). Altering the availability or proximity of food, alcohol, and tobacco products to change their selection and consumption. *Cochrane Database of Systematic Reviews*.  
<https://doi.org/10.1002/14651858.cd012573.pub2>

Hansen, P. G. (2018). What are we forgetting?. *Behavioural Public Policy*, 2(2), 190-197.

<https://doi.org/10.1017/bpp.2018.13>

Hallsworth, M. (2023). A manifesto for applying behavioural science. *Nature Human Behaviour*, 7(3), 310–322. <https://doi.org/10.1038/s41562-023-01555-3>

Hallsworth, M., & Kirkman, E. (2020). *Behavioral insights*. MIT Press.

Marteau, T. M., Ogilvie, D., Roland, M., Suhrcke, M., & Kelly, M. P. (2011). Judging nudging: Can nudging improve population health? *BMJ*, 342, d228.

<https://doi.org/10.1136/bmj.d228>

Michie, S., van Stralen, M. M., & West, R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6(1), 42. <https://doi.org/10.1186/1748-5908-6-42>

Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (2023). *Mapeamento de ciências comportamentais no Brasil*. Unidade de Ciências Comportamentais em Governo. <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/gestaoeinovacao/inovacao-governamental-carreiras-transversais/inovacao-governamental/cinco/mapeamento>

Naru, F. (2024). Behavioral public policy bodies: New developments & lessons. *Behavioral Science & Policy*, 10(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/23794607241285614> (Original work published 2024)

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2017). *Behavioural insights and public policy: Lessons from around the world*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264270480-en>

Organisation for Economic Co-operation and Development. (2019). *Tools and ethics for applied behavioural insights: The BASIC toolkit*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9ea76a8f-en>

Oliver, A. (2017). *The origins of behavioural public policy*. Cambridge University Press.

- Satel, S., & Lilienfeld, S. O. (2013). Losing our minds in the age of brain science. *Skeptical Inquirer*, 37(6), 30-35.
- Schimmelpfennig, R., & Muthukrishna, M. (2023). Cultural evolutionary behavioural science in public policy. *Behavioural Public Policy*, 1-31. <https://doi.org/10.1017/bpp.2022.40>
- Schmidt, R., & Stenger, K. (2024). Behavioral brittleness: The case for strategic behavioral public policy. *Behavioural Public Policy*, 8(2), 212-237. <https://doi.org/10.1017/bpp.2021.16>
- Schütze, T., Spitzer, C., & Wichardt, P. C. (2025). Nudging: An experiment on transparency, accounting for reactance and response time. *Journal of Economic Psychology*, 107, 102797. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2025.102797>
- Stanaway, J. D., Afshin, A., Gakidou, E., Lim, S. S., Abate, D., Abate, K. H., ... & Bleyer, A. (2018). Global, regional, and national comparative risk assessment of 84 behavioural, environmental and occupational, and metabolic risks or clusters of risks for 195 countries and territories, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *The lancet*, 392(10159), 1923-1994. [https://10.1016/S0140-6736\(18\)32225-6](https://10.1016/S0140-6736(18)32225-6)
- Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save more tomorrow™: Using behavioral economics to increase employee saving. *Journal of Political Economy*, 112(S1), S164-S187.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin.
- Tulchinsky, T. H., & Varavikova, E. A. (2023). *The new public health* (4th ed.). Academic Press.
- Wendel, S. (2020). *Behavioral teams around the world*. Morningstar, Inc. [https://www.behavioralteams.com/wp-content/uploads/2020/10/Behavioral-Teams-Around-the-World\\_4Oct2020.pdf](https://www.behavioralteams.com/wp-content/uploads/2020/10/Behavioral-Teams-Around-the-World_4Oct2020.pdf)

### Manuscrito 3

#### **Como a apresentação de alimentos influencia o consumo? Efeitos de *nudges* de disponibilidade e de apresentação na escolha alimentar**

#### **How does food presentation influence consumption? Effects of availability and presentation nudges on food choice**

#### **Resumo**

A dieta inadequada é classificada entre os maiores fatores de risco modificáveis de doenças não transmissíveis como câncer, diabetes tipo dois e doenças cardiovasculares. Portanto, o controle do peso por meio da dieta é um componente essencial para redução dessas doenças. Diante da limitação de estratégias educativas, os *nudges* surgem como ferramentas promissoras para promover uma alimentação saudável. Com base em um experimento online fatorial 2 (maioria de opções saudáveis x não saudáveis) x 2 (com embalagem x sem embalagem), objetivou-se avaliar o impacto de intervenções comportamentais na escolha alimentar. Identificou-se que a intervenção de disponibilidade aumentou a chance de escolha saudável ( $OR = 5,08$ ), culminando em um aumento absoluto de 24,6% na amostra. Por outro lado, o nudge de apresentação (manipulação de embalagem) não apresentou efeito significativo. Discute-se como mecanismos de preferências prévias, atenção e normas sociais podem explicar os resultados. Nudges de disponibilidade são eficazes para mudança de comportamento, funcionando como alternativas às campanhas educativas por dependerem de menor nível de agência, mitigando potenciais desigualdades de saúde.

*Palavras-chave:* obesidade, *nudges*, disponibilidade, apresentação

### **Abstract**

Poor diet is ranked among the major modifiable risk factors for non-communicable diseases such as cancer, type two diabetes, and cardiovascular diseases. Therefore, weight management through diet is an essential component for reducing these diseases. Given the limitations of educational strategies, nudges emerge as promising tools to promote healthy eating. Based on a 2 (majority of healthy vs. unhealthy options) x 2 (with packaging vs. without packaging) factorial online experiment, this study aimed to evaluate the impact of behavioral interventions on food choice. Results indicated that the availability intervention increased the odds of a healthy choice ( $OR = 5.08$ ), culminating in an absolute increase of 24.6% in the sample. Conversely, the presentation nudge (packaging manipulation) showed no significant effect. We discuss how mechanisms of social norms, prior preferences and attention may explain these results. Availability nudges are effective for behavior change, serving as alternatives to educational campaigns by relying on a lower level of agency, thereby mitigating potential health inequalities.

*Keywords:* obesity, nudges, availability, presentation.

## Introdução

O Atlas da Obesidade Mundial estima que em 2035 mais de 4 bilhões de pessoas (acima de 50% da população mundial) se tornarão obesas ou com sobrepeso, comparados aos 2,6 bilhões reportados em 2020 (Lobstein et al., 2023). A dieta inadequada figura entre os maiores fatores de risco modificáveis de doenças não transmissíveis como câncer, diabetes tipo dois e doenças cardiovasculares (Stanaway et al., 2018). Esses comportamentos são passíveis de intervenção e comumente interpretados, socialmente e pela saúde pública, como desvios da racionalidade (Hansen et al., 2016). Assim, é possível conceber intervenções em larga escala que sejam capazes de favorecer uma dieta mais saudável.

Apesar dos esforços substanciais voltados para a educação do público acerca dos malefícios de uma dieta não saudável (Just & Gabrielyan, 2016), os índices de obesidade continuam crescendo mundialmente. Essa falha deriva da utilização majoritária de propostas focadas em apelos à responsabilidade individual e em práticas informativas (Lenoir-Wijnkoop, 2022), do tipo "seja consciente" ou "cuide de sua saúde". Dessa forma, é necessária a aplicação de técnicas alternativas para tentar mitigar o problema e reduzir as desigualdades de saúde. Em especial, alternativas que focam em mudanças diretas no ambiente de escolha e não nas condições cognitivas dos indivíduos podem obter sucesso onde as anteriores falharam (Bauer et al., 2021).

Sob a ótica do modelo dual de cognição (Kahneman, 2011), que distingue o processamento lento e deliberado (Sistema 2) do rápido e automático (Sistema 1), os comportamentos alimentares se vinculam predominantemente ao último, devido à sua natureza habitual e repetitiva (Mertens et al., 2022). Essa dinâmica justifica a baixa eficácia de intervenções puramente educativas, que demandam um esforço racional e nem sempre disponível. Portanto, desenvolver intervenções que afetem diretamente o processamento

automático de informações pode ter maior eficácia em promover mudanças de comportamentos resistentes às intervenções tradicionais.

### **Nudges e Mudança de Comportamento**

Uma categoria de intervenções comportamentais promissoras são os *nudges*. Thaler e Sustein (2008) os definiram como qualquer mudança na arquitetura de escolhas que causa alterações previsíveis no comportamento, sem proibir alternativas nem alterar significativamente seus incentivos financeiros. Ou seja, *nudges* são alterações no ambiente de decisão capazes de influenciar o comportamento, garantindo a liberdade para se rejeitar a opção sugerida. Essa proposta vem ganhando relevância por sua efetividade, baixo custo, fácil implementação e pela possibilidade de ser utilizada em conjunto com estratégias clássicas. Mudanças na arquitetura de escolhas podem ser pequenas mudanças no posicionamento e apresentação de um objeto e ainda assim gerar efeitos substanciais (Harbers et al., 2020)

### **A Tipologia de Intervenções em Micro-Ambientes Físicos Próximos (TIPPME)**

Intervenções de arquitetura de escolhas podem ser diversas e possuem efeitos variados na mudança do comportamento (Johnson, 2021). Uma possível caracterização dessas intervenções e altamente relevante para comportamentos relacionados a produtos é o modelo TIPPME (*Typology of Interventions in Proximal Physical Micro-Environments*) (Hollands et al., 2017). Essa tipologia categoriza *nudges* aplicados no ambiente de consumo/compra de alimentos, álcool e tabaco. Esses nudges podem variar em relação ao alvo, podendo ser aplicados diretamente ao produto, em objetos próximos ou no ambiente maior em que se encontram.

Segundo a definição da TIPPME, a disponibilidade “é uma intervenção responsável por adicionar ou remover (alguns ou todos os) produtos ou objetos no intuito de aumentar, reduzir ou alterar seu número, variedade ou gama” (Hollands et al., 2017, p. 3). Ela pode ser

caracterizada como absoluta, relativa ou uma combinação de ambas. A disponibilidade absoluta ocorre ao alterar a quantidade total dos itens mantendo a proporção. Já a disponibilidade relativa ocorre quando é alterada a proporção dos produtos, mas não a quantidade total dos itens. (Pechey et al., 2020).

As intervenções de disponibilidade também são categorizadas quanto ao seu alvo. Intervenções focadas no produto alteram apenas a quantidade de produtos já disponíveis, como ao retirar um refrigerante sabor cola de um freezer com outros cinco. Já a alteração da categoria exige a adição ou remoção de um produto de categoria nova, por exemplo, ao colocar um refrigerante de laranja em um freezer apenas com refrigerantes sabor cola (Pechey et al., 2020). Essa distinção é muito importante, pois modificar categorias altera conjuntos de opções inteiros, não só quantidades de opções já disponíveis, o que tende a promover mudanças mais substanciais no ambiente e conseqüentemente no consumo.

O funcionamento dessas intervenções ocorre por meio de três mecanismos independentes: preferências prévias, atenção/visibilidade e normas sociais. Escolhas alimentares são realizadas com base em preferências prévias. Ao alterar as opções de um display de lanchonete, a ordem de preferências do indivíduo pode mudar, assim como um alimento saudável pode subir no rank e se tornar o predileto naquele cenário (Pechey et al., 2022). A atenção também é estratégica para a escolha. Ao aumentar o espaço que o alimento ocupa no campo visual do indivíduo, ele passa a ser percebido com mais facilidade e tende a ser mais escolhido (Pechey et al., 2020). Já a terceira via, normas sociais, prevê que o indivíduo infere a popularidade de um alimento por meio de sua disponibilidade. Por exemplo, ao olhar uma prateleira cheia, o indivíduo pode inferir que os alimentos mais disponíveis são os mais populares, tendo em vista a lei da oferta e da demanda (Pechey et al., 2021).

Outra intervenção descrita na TIPPME é a apresentação. Esta estratégia consiste em alterar as características sensoriais do produto ou de seu recipiente, como formato, cor, textura ou até mesmo som e cheiro. Tais modificações visam a aumentar a saliência do item, captando a atenção do indivíduo e, conseqüentemente, elevando a probabilidade de sua seleção e consumo (Hollands et al., 2017). Mas apesar das duas intervenções atuarem em algum nível com base na captação da atenção, funcionam de maneira diferente e possivelmente complementar. A disponibilidade aumenta a presença do produto no campo visual do indivíduo, já a apresentação aumenta a saliência do produto por meio de suas características físicas. Esses mecanismos podem ser aditivos, sugerindo que a combinação das intervenções pode gerar um efeito composto na escolha alimentar. Evidências recentes apontam para a aditividade entre *nudges* baseados na percepção visual. Por exemplo, observou-se que a combinação de nudges de posicionamento e informativos (rotulagem) pode gerar efeitos compostos (Andreani et al., 2024). Isso sugere que outras intervenções com componentes visuais podem atuar conjuntamente para potencializar a mudança de comportamento

Apesar da literatura dispor de outras formas de classificar *nudges*, variando conforme a exigência reflexiva ou automática da ação (Münscher et al., 2016), a TIPPME foi selecionada por operacionalizar a arquitetura de escolhas de maneira objetiva com foco prático na construção de intervenções. Dessa forma, as modificações testadas de disponibilidade e apresentação são interpretadas e justificadas no presente trabalho como *nudges* ambientais, atuando diretamente sobre o contexto decisório imediato para influenciar o consumo alimentar. Ambas as manipulações são validadas metodologicamente como ferramentas desenhadas para facilitar a tomada de decisão, sem proibir alternativas ou alterar incentivos econômicos.

Os *nudges* vêm sendo propostos como uma estratégia de intervenção ambiental promissora, respaldada por uma série de revisões sistemáticas e meta-análises publicadas nos últimos anos. Elas evidenciam a sua eficácia como uma intervenção capaz de alterar a escolha e ou consumo de alimentos (Bauer & Reisch, 2019; Broers et al., 2017; Cadario & Chandon, 2020; Harbers et al., 2020; Hollands et al., 2019; Robinson et al., 2023; Sapio & Vecchio, 2024; Schüz et al., 2021). Apesar desses resultados positivos, pouco se sabe sobre os processos subjacentes de atuação e sua efetividade com populações de contextos e culturas diferentes (Mertens et al., 2022). No Brasil a pesquisa sobre nudges ainda é escassa e limitada a poucas áreas de aplicação (Lichand et al., 2022), portanto não há garantia de que essas técnicas funcionem em nosso contexto cultural.

### **Justificativa**

A efetividade dos *nudges*, apesar de evidenciada, ainda não revela uma sólida base comum, tendo em vista que existem resultados contraditórios entre estudos. Por exemplo, nudges que alteram o tamanho podem ser os tipos mais efetivos em uma meta-análise (Cadario & Chandon, 2020), mas não apresentam efeito em outro estudo (Marty et al., 2021). Parte desses resultados pode ser explicada por uma estratégia *one-size-fits-all*, em que intervenções generalistas desenvolvidas em países *Western Educated Industrialized and Democratic* (WEIRD) (Henrich et al., 2010) são apresentadas a grupos de culturas diferentes, sem a devida adaptação e validação (Bauer et al., 2021). Raros estudos empíricos sobre intervenções de arquitetura de escolhas são desenvolvidos (e tornados públicos) no Brasil, revelando uma lacuna quanto à efetividade dessas intervenções, apesar dos esforços de equipes como a Unidade de Ciências Comportamentais do Governo Federal (CINCO/MGI).

### **Objetivos**

O presente estudo tem como objetivo avaliar o impacto que as intervenções de disposição e apresentação da TIPPME exercem sobre o consumo de alimentos saudáveis na

população geral. Os objetivos específicos são: (a) medir o efeito individual de cada *nudge* na escolha de alimentos; (b) medir o efeito composto da aplicação de nudges em conjunto na escolha alimentar; (c) comparar essas escolhas entre os diferentes cenários experimentais apresentados; (d) mensurar variáveis individuais associadas ao consumo de alimentos; (e) examinar a manutenção dos efeitos das intervenções ao se controlar estatisticamente por essas variáveis.

### **Hipóteses do Estudo**

Espera-se que, quando apresentados individualmente, *nudges* alimentares contribuam para o aumento da escolha de alimentos saudáveis. Além disso, acredita-se que a combinação de *nudges* gere um efeito superior ao observado nas situações com apenas um. Por fim, é esperado que as escolhas de alimentos menos saudáveis sejam menos frequentes nos cenários com presença de *nudges*.

### **Método**

#### **Participantes**

A amostra foi composta por 228 adultos. A sua obtenção foi feita por meio da técnica “bola de neve”. O recrutamento foi realizado em redes sociais como o Instagram e aplicativos de mensagens como o WhatsApp. O cálculo do tamanho amostral foi realizado no software G\*Power (versão 3.1.9.7) (Faul et al., 2007), considerando um delineamento com variável dependente dicotômica (escolha de alimento saudável vs. não saudável), analisada por meio de regressão logística binária. Foram utilizados os seguintes parâmetros: teste bicaudal, nível de significância ( $\alpha$ ) de 0,05, poder estatístico ( $1-\beta$ ) de 0,80, proporção de escolha saudável sob a hipótese nula de 0,50 e *odds ratio* esperado de 2,0, com ausência de preditores adicionais ( $R^2$  de outras variáveis = 0). Com base nesses critérios, o tamanho de amostra necessário estimado foi de 276 participantes no total. Esse valor foi adotado como referência para garantir poder estatístico adequado na detecção de efeitos dos *nudges* testados sobre a

escolha alimentar. O critério de inclusão foi ter 18 anos ou mais e concordar em participar do experimento. Participantes com respostas incompletas ou duplicações foram excluídos.

### **Instrumentos**

*Weight Management Questionnaire*: Para a mensuração dos hábitos alimentares e de atividade física, utilizou-se a versão brasileira do *Weight Management Questionnaire* (WMQ). O instrumento é composto por 8 itens, 6 destinados a avaliar a frequência de consumo de opções não saudáveis e 2 voltados à frequência e intensidade da atividade física. Em análises fatoriais confirmatórias, encontrou-se uma estrutura bidimensional com bons índices de ajuste ( $CFI = 0,996$ ;  $RMSEA = 0,057$ ) e consistência interna adequada ( $ICC \geq 0,85$ ) (Costa et al., 2025).

*Medida de fome*: “Quanto tempo se passou desde a sua última refeição”, medida em uma escala de 4 pontos indo de “1 hora ou menos” até “mais de 5 horas”. Esse formato foi definido como item único pois se trata de indicativo mais objetivo e que dispensa detalhamento.

*Avaliação Subjetiva de saúde*: medida por meio de uma escala de cinco categorias, de “muito ruim” até “muito boa”.

*Informações sociodemográficas*: os dados sociodemográficos medidos no estudo foram sexo, nível de escolaridade, estado em que reside no Brasil, idade, peso e altura

*IMC (Índice de Massa Corporal)*: calculado por meio das informações de altura e peso relatadas pelos participantes.

### **Procedimentos**

O estudo consistiu em um experimento online de escolha alimentar com delineamento fatorial 2 (maioria de alimentos saudável x maioria não saudável) x 2 (sem embalagem x com embalagem), implementado na plataforma SurveyMonkey. Foram avaliados efeitos de dois tipos de nudges da TIPPME: disponibilidade e apresentação. Os respondentes foram

distribuídos aleatoriamente em uma de quatro condições experimentais derivadas da interação de disponibilidade e apresentação. Foram adotados procedimentos experimentais baseados na literatura internacional (Bekerom et al., 2024; Kleef et al., 2012; Michels et al., 2023) e previamente testados e validados no contexto brasileiro em pesquisas anteriores (Mazzoleni & Iglesias, 2022; Neves & Iglesias, 2022).

O arranjo dos alimentos foi manipulado por meio de uma alteração de disponibilidade relativa com foco nas categorias de alimentos saudáveis e não saudáveis. Foram estabelecidas três categorias fixas para cada grupo: saudáveis (mix de nozes, barra de cereal ou maçãs) e não saudáveis (chocolate, bala de gelatina ou biscoito recheado). Na condição de “Maioria Saudável”, a apresentação das opções saudáveis foi exaustiva, exibindo simultaneamente as três categorias do grupo. A posição única de minoria (não saudável), por sua vez, foi preenchida mediante aleatorização entre as três categorias não saudáveis disponíveis. O procedimento foi invertido para a condição de “Maioria Não Saudável” (três opções não saudáveis fixas e uma saudável aleatória). Essa estratégia de aleatorização do item minoritário foi adotada para controlar o efeito da preferência por itens específicos.

O nudge de apresentação foi operacionalizado por meio da manipulação da presença ou ausência de embalagem dos alimentos saudáveis e não saudáveis. Foram utilizadas embalagens reais de produtos que podem ser encontradas frequentemente em mercados brasileiros. A decisão de classificar essa mudança estrutural como “apresentação” se justifica pela intenção primária de modificar a atratividade e o destaque visual do produto. Embora as embalagens contenham textos e marcas, a intervenção não visou a introduzir advertências, selos ou demandar a leitura de dados nutricionais. Portanto, por não objetivar o processamento reflexivo de informações, a manipulação não se enquadra na categoria informacional da TIPPMME, atuando exclusivamente como um estímulo de saliência sensorial.

### Figura 1.

*Exemplo de situação “Com Embalagem” combinada com “Maioria Não Saudável”*

\* 3. Considere que chegou a hora de lanchar pela tarde e você precisa escolher algo para comer. Qual destas opções você escolheria?



Para a confecção dos cenários, foram utilizadas fotografias de alta resolução dos alimentos alvo, apresentadas em um arranjo de grade (2 x 2) sobre fundo branco neutro, visando eliminar ruídos visuais e manter a padronização entre as condições (Figura 1 e Figura 2). Inicialmente, os participantes foram perguntados sobre o horário da sua última refeição. Em seguida, foram convidados a imaginar que estavam na hora do lanche da tarde e que deveriam escolher algo para comer. A tarefa principal consistiu na escolha de um item alimentar entre os apresentados. A variável dependente foi a escolha do participante,

registrada de forma dicotômica (alimento saudável vs. não saudável). Após a escolha, os participantes responderam à segunda parte do questionário, composta por perguntas sobre qualidade da dieta, atividade física, estado de saúde percebido, problemas de saúde alimentares e dados sociodemográficos. Essa ordenação foi adotada com vistas à validade interna do experimento, evitando que a exposição prévia a questões sobre saúde e estilo de vida ativasse vieses de consistência ou de desejabilidade social, o que poderia influenciar artificialmente a escolha alimentar do participante.

**Figura 2.**

*Exemplo de situação “Sem Embalagem” combinada com “Maioria Saudável”*

\* 6. Considere que chegou a hora de lanchar pela tarde e você precisa escolher algo para comer. Qual destas opções você escolheria?



## **Análise de Dados**

Os dados foram analisados no software JASP (JASP Team, 2025). Para garantir a comparabilidade entre os grupos experimentais e verificar a eficácia da randomização, foram conduzidas análises de variância (ANOVAs) para variáveis contínuas e testes de qui-quadrado para variáveis categóricas. A consistência da WQM foi avaliada para verificar a melhor maneira de utilizar os seus itens. Foi realizada análise fatorial exploratória (AFE) para encontrar o modelo que mais se adequasse à amostra utilizada. Itens com carga fatorial acima de 0,30 em apenas um fator foram selecionados. A rotação utilizada foi a promax e o método de extração adotado foi o resíduo mínimo. Para a avaliação da fidedignidade da estrutura em termos de consistência interna, foi utilizado o ômega de McDonald ( $\omega$ ).

No intuito de encontrar possíveis covariáveis para o modelo de regressão, as relações entre as variáveis do estudo foram verificadas primeiramente por meio de testes de qui-quadrado para associações entre variáveis categóricas, assim como testes de Mann-Whitney para as variáveis contínuas. Já o impacto da intervenção foi medido por meio de regressão logística binária, para avaliar se as condições de disponibilidade e apresentação alteravam o consumo de alimentos saudáveis. Para verificar a robustez do efeito frente a outras variáveis influentes na alimentação, foram incluídas as seguintes covariáveis: idade, sexo, fome e dieta. Apesar do nível de fome não ter se mostrado uma covariante de destaque, optou-se por inseri-lo na regressão no intuito de manter consistência com os modelos da literatura (Pechey 2018; Pechey 2022). Optou-se por não utilizar o fator “atividade física” da WQM no modelo de regressão final, devido às limitações psicométricas observadas na amostra (efeito de teto) e pela multicolinearidade gerada pelas altas correlações com o fator “dieta”.

## Resultados

### Participantes

A média de idade dos participantes foi de 36,6 anos ( $DP = 13,8$ ), variando entre 18 e 78 anos. As variáveis contínuas de saúde e estilo de vida apresentaram IMC de 25,6 ( $DP = 4,7$ ), frequência de atividade física de 2,95 ( $DP = 1,2$ ) e WQM de dieta de 20,8 ( $DP = 4,3$ ). Em relação às variáveis categóricas, a amostra foi predominantemente feminina (72,8%) com ensino superior completo ou pós-graduação (80,6%). A condição de saúde autorrelatada se concentrou principalmente nas categorias “regular” e “boa” (71,5%), e 36,0% dos participantes relataram possuir problemas de saúde relacionados à alimentação. A avaliação do nível de fome constatou que a maioria das últimas refeições foram feitas entre três e quatro horas antes do experimento (30,2%), seguidas da opção “1 hora ou menos” (28,5%)

### Checagem de Aleatorização

A fim de testar a validade do desenho experimental, realizou-se uma checagem de balanceamento, comparando os dados sociodemográficos e de estilo de vida entre as quatro condições experimentais. A condução de análises de variância (ANOVAs) para as variáveis contínuas (idade, IMC, escore de dieta e atividade física) e testes de qui-quadrado para as variáveis categóricas (sexo, escolaridade, estado de saúde e nível de fome) não revelou diferenças significativas entre os grupos. A inspeção gráfica corroborou esses achados. Dessa forma, a os grupos foram considerados comparáveis.

### Fatores Associados à Escolha Alimentar

Foi realizado um teste qui-quadrado (2 x 2) para avaliar a associação entre escolha alimentar e problema de saúde alimentar. O resultado do teste não apontou associação entre os grupos, o que embasou a decisão de utilizar a amostra completa para a análise de regressão. Observou-se ainda que os participantes que optaram pelo alimento saudável eram significativamente mais velhos ( $Md = 122,3$ ) do que aqueles que escolheram o não saudável

( $Md = 82,1$ ),  $U = 2979$ ,  $p < 0,001$ ). Da mesma forma, melhores hábitos alimentares (escore WQM-Dieta) associaram-se à escolha saudável ( $U = 3210,5$ ;  $p < 0,001$ ), assim como a uma maior frequência de atividade física ( $U = 5935,5$ ;  $p < 0,001$ ). Não foram encontradas diferenças significativas entre os grupos quanto ao IMC, nível de fome no momento do estudo, tampouco quanto à escolaridade.

Em relação às variáveis categóricas, o teste qui-quadrado (2 x 2) indicou uma associação significativa entre sexo e escolha alimentar,  $\chi^2(1) = 5,48$ ,  $p = 0,02$ . Mulheres apresentaram uma proporção maior de escolhas saudáveis (79,5%) comparadas aos homens (64,5%). Nenhuma associação significativa foi encontrada para problemas de saúde. Com base nesses resultados, os dados sobre Idade, Sexo e Qualidade da Dieta foram incluídos como covariáveis de controle nos modelos de regressão logística subsequentes.

### **Análises Fatoriais Exploratórias**

O item que avalia a duração da atividade física não foi utilizado para contabilizar o fator “atividade física”, tendo em vista a ocorrência de um efeito de teto, o que diminuiu a sua capacidade de discriminação. Portanto, a operacionalização da atividade física foi feita apenas a partir do item “Frequência de atividade física”. Em relação ao fator “dieta”, foi realizada uma análise fatorial exploratória para verificar a estrutura dimensional da medida mais adequada. O item “Quantas vezes você come fora de casa, tal como em casamentos, festas, eventos familiares, etc.?” foi retirado, pois obteve carga fatorial menor que 0,30. Os demais apresentaram cargas acima de 0,30. A análise de fidedignidade do fator dieta apontou confiabilidade adequada ( $\omega = 0,69$ )

### **Análises de Regressão Logística**

Ao alterar a disponibilidade de 'Maioria Não Saudável' para 'Maioria Saudável', a frequência de escolha do alimento alvo subiu de 62,3% para 86,9%, representando um aumento absoluto de 24,6 pontos percentuais na adesão à alimentação saudável. A análise de

regressão logística binária (Tabela 1) mostrou que aumentar a disponibilidade de opções saudáveis aumenta a seleção destas opções pelos participantes, com a razão de chances (*Odds Ratio* - *OR*) de selecionar uma opção saudável aumentando por um fator de 5,08 (*IC* 95%: 2,44; 10,58). Por outro lado, a manipulação da presença de embalagem não alterou as chances de selecionar uma opção saudável (*OR*: 1,02; *IC* 95%: 0,51; 2,04). Foi criada uma variável de interação entre os *nudges* para ser avaliada em uma análise de regressão subsequente. A interação não foi significativa ( $p = 0,34$ )

**Tabela 1**

*Coefficientes da Regressão Logística Predizendo Escolha de Alimentação Saudável*

Variáveis	B	EP	Wald	OR	p	IC 95%	
Intercepto	-2,94	0,97	9,16	0,05	< <b>0,01</b>	0,01	0,36
Disponibilidade	1,63	0,37	18,87	5,08	< <b>0,01</b>	2,44	10,58
Apresentação	0,02	0,36	0,0025	1,02	0,96	0,51	2,04
Idade	0,05	0,02	11,56	1,06	< <b>0,01</b>	1,02	1,09
Sexo (Masculino)	-0,77	0,38	4,16	0,46	<b>0,04</b>	0,22	0,97
Nível de fome	-0,03	0,16	0,03	0,97	0,87	0,71	1,34
Dieta	0,57	0,23	6,27	1,76	<b>0,01</b>	1,13	2,75

*Nota.*  $R^2$  de Nagelkerke = 0,30; B = estimativas; EP = erro padrão; OR = Razões de Chance; IC 95% = intervalos de confiança. Valores de  $p < .05$  estão destacados em negrito

Participantes mais velhos (*OR*: 1,06; *IC* 95%: 1,02; 1,09) e com melhores pontuações no fator dieta (*OR*: 1,76; *IC* 95%: 1,13; 2,75) apresentaram maiores chances de selecionar uma opção saudável, enquanto participantes do sexo masculino (*OR*: 0,46; *IC* 95%: 0,22; 0,97) apresentaram menores chances. O nível de fome não se mostrou relevante para a escolha alimentar ( $p = 0,87$ ). Diagnósticos adicionais indicaram que não houve problemas de multicolinearidade entre os preditores ( $VIF < 1.10$  para todas as variáveis)

## Discussão

Como resultado geral, as tendências verificadas neste estudo sugerem que intervenções de disponibilidade são eficazes na promoção de alimentação saudável. Já o nudge de apresentação não revelou efeitos, nem sua interação com disponibilidade, refutando-se a hipótese de que haja aditividade desses tipos de intervenção (Andreani et al., 2024). Por outro lado, os *odds ratios* observados na regressão logística do presente estudo parecem se alinhar consistentemente aos achados de Pechey et al. (2018) e Pechey et al. (2022). Embora esses autores tenham adotado categorias de referência distintas em seus delineamentos originais (utilizando uma distribuição equitativa 50/50 como base), ao ajustar a comparação para cenários de baixa *versus* alta disponibilidade, os dados de Pechey et al. (2018) indicam um OR aproximado de 8,74, e os de Pechey et al. (2022), um OR de 6,85. Tais valores são comparáveis ao identificado nesta investigação. Essa convergência sugere que o efeito da disponibilidade na escolha alimentar é consistente em diferentes cenários experimentais e aparenta ser pouco sensível à mediação por variáveis culturais específicas.

A magnitude do efeito observado neste estudo, embora consistente com outros experimentos online, supera os efeitos tipicamente reportados em intervenções de campo. Estudos realizados em cafeterias universitárias e hospitalares (Garnett et al., 2019; Pechey et al., 2022) confirmam que a disponibilidade altera o comportamento de consumo, porém com tamanhos de efeito mais modestos. Essa discrepância pode ser atribuída à natureza da tarefa: em ambientes virtuais, o participante é obrigado a ver todas as opções, enquanto no ambiente real pode ir diretamente à sua opção preferida, sem vasculhar ou ponderar entre opções.

Em relação à ausência do efeito da embalagem, é possível que a sua alteração não tenha funcionado propriamente como um *nudge* de apresentação. Ou seja, neste estudo a presença da embalagem não alterou necessariamente a saliência visual dos alimentos. Isso pode ter ocorrido porque os alimentos selecionados já são percebidos como atrativos, mesmo

sem embalagem. Nesse caso, a presença da embalagem pode ter funcionado como um estímulo de saliência visual de igual magnitude. A ausência de um check de manipulação para verificar os níveis de atratividade das condições de embalagem limita essa interpretação, embora seja característica na literatura.

Este estudo identificou que variáveis biológicas, demográficas e individuais como sexo, idade e dieta são determinantes importantes da escolha alimentar saudável. Contudo, a manutenção de um efeito disponibilidade, mesmo após o controle estatístico por essas variáveis, sugere que a intervenção é robusta o suficiente para beneficiar homens e mulheres, jovens e idosos, independentemente de suas predisposições iniciais. Nudges focam em mudanças no ambiente ao invés de mudanças em traços individuais, então isso faz com que tenham mais chance de impactar populações diversas quando comparados com intervenções clássicas como as educativas (Mertens et al., 2022).

Em relação aos mecanismos de funcionamento, é possível que as normas sociais tenham tido pouca contribuição para o efeito observado. A inferência da popularidade de um produto se beneficia da manipulação do número de unidades apresentadas, algo que não ocorreu neste estudo, tendo em vista o foco em alteração de categorias representadas por apenas um produto (Pechey, 2021). A inferência de normas sociais depende da presença de pistas ambientais que sinalizem o comportamento prévio de outros indivíduos, como vestígios materiais de uso coletivo (Prinsen et al., 2013). A ausência desses elementos no ambiente virtual reduz compreensivelmente o seu realismo social, dificultando que os participantes o percebessem como um contexto socialmente compartilhado e, conseqüentemente, inferissem normas sociais relevantes para a tomada de decisão. Entretanto, a manipulação entre condições de maioria e minoria de saudáveis pode ter se constituído como uma pista normativa mínima, viabilizando, mesmo que pouco, a contribuição desse mecanismo.

Já os mecanismos de preferências prévias e atenção são candidatos mais adequados para explicar o efeito observado. A adição ou remoção de uma categoria altera o conjunto de opções disponíveis de forma mais alinhada às preferências já existentes dos indivíduos do que a simples modificação de unidades de produtos previamente disponíveis (Pechey, 2020). Quanto ao mecanismo de atenção, pode-se inferir a sua atuação por meio do controle da quantidade de alimentos saudáveis apresentados, aumentando a chance de que um deles seja percebido visualmente. Entretanto, como esse aumento não foi tão expressivo (uma unidade para três), é possível que esse mecanismo tenha tido um menor efeito do que o de preferências.

### **Limitações**

Esse estudo não mediu nem manipulou de maneira isolada os possíveis mecanismos subjacentes do efeito de disponibilidade. Essa ausência limita os achados e interpretações sobre os papéis de cada mecanismo no efeito de disponibilidade. Para estudos futuros, é pertinente a mensuração desses fatores por meio de autorrelato dos participantes utilizando itens que avaliem a popularidade do produto, atratividade visual e preferências prévias de consumo. No intuito de testar esses mecanismos, estudos podem manipular cenários, por exemplo, de prateleiras cheias ou vazias na inferência de popularidade (Pechey et al., 2021), manipular a apresentação de produtos pela sua preferência (Pechey et al., 2022) e utilizar medidas de rastreamento ocular para avaliar se a atenção visual dos participantes realmente é mais direcionada para itens mais disponíveis (Shimojo et al., 2003).

Outra limitação é a natureza hipotética do estudo. Os participantes não receberam o alimento que escolheram e foram expostos a ele por meio de imagens em ambiente virtual, o que contrasta com um ambiente de escolha real. Além disso, foram oferecidas poucas categorias de produtos, uma decisão feita para tornar o experimento mais fácil de ser realizado, mas que diminui o nível de generalização para outras categorias de alimentos.

Esses problemas podem ser mitigados com estudos em settings reais (Hollands et al., 2019) ou estudos online com maiores impactos, como possibilitar que a pessoa ganhe o produto selecionado (Valenčič et al., 2023).

Estudos futuros com intuito de avaliar intervenções de apresentação da TIPPME devem incluir medidas de avaliação da atratividade do produto e desenvolver estudos piloto para verificar se as manipulações obtiveram efeito em melhorar a apresentação dos produtos. Além disso, para garantir a validade interna, as intervenções devem manter a consistência no nível de foco da TIPPME (produto, objeto relacionado ou ambiente). Por exemplo, em vez de comparar produtos com e sem embalagem (o que altera o nível de foco), deve-se testar variações visuais dentro do mesmo nível, como diferentes designs de embalagem para um mesmo produto (Hollands et al., 2017)

### **Conclusão**

Os achados deste estudo reforçam a utilização de intervenções de disponibilidade como soluções para promoção do consumo de uma alimentação saudável. A consistência com achados internacionais, a magnitude do impacto proporcionado pela intervenção e a robustez frente a variáveis individuais (sexo, idade e hábitos dietéticos prévios) indicam seu potencial como política pública abrangente que pode ser utilizada amplamente em diferentes contextos culturais e populacionais.

As intervenções educativas têm uma clara desvantagem em relação aos *nudges*. Por dependerem de maior nível de agência e acesso a recursos (financeiros, informativos, etc), elas acabam tendo impacto dependente do nível socioeconômico, já que apresentam maior eficácia em populações mais favorecidas, levando a um aumento das desigualdades de saúde (McGill et al., 2015). Em contrapartida, uma série de revisões sistemáticas apontam que nudges dependem de menor nível de agência e demonstram impacto majoritariamente igualitário e, em alguns cenários, mais acentuado para populações com baixo nível

socioeconômico (Harbers et al., 2020; Robinson et al., 2023; Sapio & Vecchio, 2024; Schüz et al., 2021). Logo, especialmente em um país desigual como o Brasil, *nudges* alimentares podem contribuir para a diminuição das desigualdades de saúde.

Ao evidenciar a eficácia de uma estratégia que não envolve modelos tradicionais, é simples e tem impacto substancial, este estudo pode fornecer subsídios para políticas públicas que almejam a redução da obesidade e de outras condições causadas pela má alimentação. Os resultados podem ser utilizados tanto para embasar práticas diretas de mudança de disponibilidade em contextos onde instituições têm controle sobre a apresentação de alimentos, como prover evidências para a formulação de sanções, incentivos e intervenções educativas com um maior embasamento sobre as características contextuais que influenciam a alimentação.

## Referências

- Andreani, G., Wongprawmas, R., Biasini, B., et al. (2024). Digital nudging at the university canteen: An online study with American young adults. *Agricultural and Food Economics*, 12, 42. <https://doi.org/10.1186/s40100-024-00335-5>
- Bauer, J. M., Bietz, S., Rauber, J., & Reisch, L. A. (2021). Nudging healthier food choices in a cafeteria setting: A sequential multi-intervention field study. *Appetite*, 160. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105106>
- Bauer, J. M., & Reisch, L. A. (2019). Behavioural insights and (un)healthy dietary choices: a Review of current evidence. *Journal of Consumer Policy*, 42(1), 3–45. <https://doi.org/10.1007/s10603-018-9387-y>
- Broers, V. J. V., De Breucker, C., Van Den Broucke, S., & Luminet, O. (2017). A systematic review and meta-analysis of the effectiveness of nudging to increase fruit and vegetable choice. *European Journal of Public Health*, 27(5), 912–920. <https://doi.org/10.1093/eurpub/ckx085>
- Cadario, R., & Chandon, P. (2020). Which healthy eating nudges work best? A meta-analysis of field experiments. *Marketing Science*, 39(3), 465–486. <https://doi.org/10.1287/mksc.2018.1128>
- Costa, B. R. D., Dibai-Filho, A. V., Santos-de-Araújo, A. D., Pereira, F. H. F., Bassi-Dibai, D., & Rêgo, A. S. (2025). Translation, cross-cultural adaptation and validation of the Weight Management Questionnaire in the Brazilian population: a cross-sectional study. *Sao Paulo Medical Journal*, 143(4), e2024149. <https://doi.org/10.1590/1516-3180.2024.0149.R2.10042025>
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G., & Buchner, A. (2007). G\*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39, 175-191. <https://doi.org/10.3758/bf03193146>

- Garnett, E. E., Balmford, A., Sandbrook, C., Pilling, M. A., & Marteau, T. M. (2019). Impact of increasing vegetarian availability on meal selection and sales in cafeterias. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *116*(42), 20923–20929. <https://doi.org/10.1073/pnas.1907207116>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, L. R. (2009). *Análise multivariada de dados* (6a ed.). Bookman.
- Hansen, P. G., Skov, L. R., & Skov, K. L. (2016). Making healthy choices easier: Regulation versus nudging. *Annual Review of Public Health*, *37*, 237–251. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-032315-021537>
- Harbers, M. C., Beulens, J. W. J., Rutters, F., De Boer, F., Gillebaart, M., Sluijs, I., & Van Der Schouw, Y. T. (2020). The effects of nudges on purchases, food choice, and energy intake or content of purchases in real-life food purchasing environments: A systematic review and evidence synthesis. *Nutrition Journal*, *19*, 1. <https://doi.org/10.1186/s12937-020-00623-y>
- Henrich, J., Heine, S. J., & Norenzayan, A. (2010). The weirdest people in the world?. *Behavioral and Brain Sciences*, *33*(2-3), 61-83. <https://doi.org/10.1017/S0140525X0999152X>
- Hollands, G. J., Bignardi, G., Johnston, M., Kelly, M. P., Ogilvie, D., Petticrew, M., Prestwich, A., Shemilt, I., Sutton, S., & Marteau, T. M. (2017). The TIPPME intervention typology for changing environments to change behaviour. *Nature Human Behaviour*, *1*(8). <https://doi.org/10.1038/s41562-017-0140>
- Hollands, G. J., Carter, P., Anwer, S., King, S. E., Jebb, S. A., Ogilvie, D., Shemilt, I., Higgins, J. P. T., & Marteau, T. M. (2019). Altering the availability or proximity of food, alcohol, and tobacco products to change their selection and consumption.

*Cochrane Database of Systematic Reviews.*

<https://doi.org/10.1002/14651858.cd012573.pub2>

JASP Team (2025). JASP (Version 0.95.4) [Computer software].

Johnson, E. J. (2021). *The elements of choice: Why the way we decide matters*. Penguin.

Just, D. R., & Gabrielyan, G. (2016). Food and consumer behavior: why the details matter.

*Agricultural Economics*, 47(S1), 73-83. <https://doi.org/10.1111/agec.12302>

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.

Lechner, M. (2011). The estimation of causal effects by difference-in-difference methods. *Foundations and Trends in Econometrics*, 4(3), 165-224.

Lenoir-Wijnkoop, I. (2022). Evidence-based public health interventions—current situation and challenges in respect to eating behaviour. *Current Opinion in Epidemiology and Public Health*, 1(2), 34-38. <https://doi.org/10.1097/PXH.0000000000000009>

Lichand, G, Serdeira, A.P., & Rizardi, B. (2022). *Insights comportamentais para o diagnóstico e desenho de políticas públicas*. ENAP.

Mazzoleni, M., & Iglesias, F. (2022). Medida Decomposta de Valor Social: Uma alternativa baseada na teoria dos jogos. *Avaliação Psicológica*, 21, 361-363.

Miron, A. M., & Brehm, J. W. (2006). Reactance theory – 40 years later. *Zeitschrift für Sozialpsychologie*, 37, 9–18.

Marin, A. H., Schaefer, M. P., Lima, M., Rolim, K. I., Fava, D. C., & Feijó, L. P. (2021). Delineamentos de pesquisa em psicologia clínica: Classificação e aplicabilidade. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 41 e221647. <https://doi.org/10.1590/1982-3703003221647>

Marty, L., Franzon, C., Jones, A., & Robinson, E. (2021). Socioeconomic position, energy labelling and portion size selection: An online study comparing calorie and physical

activity calorie equivalent (PACE) labelling in UK adults. *Appetite*, 166.

<https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105437>

McGill, R., Anwar, E., Orton, L., Bromley, H., Lloyd-Williams, F., O'Flaherty, M., Taylor-Robinson, D., Guzman-Castillo, M., Gillespie, D., Moreira, P., Allen, K., Hyseni, L., Calder, N., Petticrew, M., White, M., Whitehead, M., & Capewell, S. (2015). Are interventions to promote healthy eating equally effective for all? Systematic review of socioeconomic inequalities in impact health behavior, health promotion and society. *BMC Public Health*, 15(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1781-7>

Mertens, S., Herberz, M., Hahnel, U. J., & Brosch, T. (2022). The effectiveness of nudging: A meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(1), e2107346118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2107346118>

Michels, L., Ochmann, J., Schmitt, K., Laumer, S., & Tiefenbeck, V. (2023). Salience, transparency, and self-nudging: a digital nudge to promote healthier food product choices. *European Journal of Information Systems*, 33(5), 717–747. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2023.2229787>

Neves, L. M. G. S., & Iglesias, F. (2022). Consumers' complaints: Causal attribution and moral emotions in service failures. *Consumer Behavior Review*, 6, e-251446-1.

Pechey, R., Clarke, N., Pechey, E., Ventsel, M., Hollands, G. J., & Marteau, T. M. (2021). Impact of altering the available food options on selection: Potential mediation by social norms. *Appetite*, 164, 105245. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105245>

Pechey, R., Hollands, G. J., Carter, P., & Marteau, T. M. (2020). Altering the availability of products within physical micro-environments: a conceptual framework. *BMC Public Health*, 20(1), 986.

- Pechey, R., Hollands, G. J., & Marteau, T. M. (2022). Explaining the effect on food selection of altering availability: two experimental studies on the role of relative preferences. *BMC Public Health*, 22(1), 868. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-13067-2>
- Pechey, R., & Marteau, T. M. (2018). Availability of healthier vs. less healthy food and food choice: an online experiment. *BMC Public Health*, 18(1), 1296. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-6112-3>
- Prinsen, S., de Ridder, D. T., & de Vet, E. (2013). Eating by example. Effects of environmental cues on dietary decisions. *Appetite*, 70, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2013.05.023>
- Robinson, E., Polden, M., Langfield, T., Clarke, K., Calvert, L., Colombet, Z., O'Flaherty, M., Marty, L., Tapper, K., & Jones, A. (2023). Socioeconomic position and the effect of energy labelling on consumer behaviour: a systematic review and meta-analysis. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 20 (, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/s12966-023-01418-0>
- Sapio, S., & Vecchio, R. (2024). The effect of nudges on healthy food choices of individuals with a low socio-economic position: A systematic literature review. *Trends in Food Science and Technology* (Vol. 147). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2024.104475>
- Schmidt, A. T. (2017). The power to nudge. *American Political Science Review*, 111(2), 404–417.
- Schüz, B., Meyerhof, H., Hiltz, L. K., & Mata, J. (2021). Equity effects of dietary nudging field experiments: Systematic review. *Frontiers in Public Health* (Vol. 9). <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.668998>

- Shimojo, S., Simion, C., Shimojo, E., & Scheier, C. (2003). Gaze bias both reflects and influences preference. *Nature Neuroscience*, 6(12), 1317-1322.
- Stanaway, J. D., Afshin, A., Gakidou, E., Lim, S. S., Abate, D., Abate, K. H., ... & Bleyer, A. (2018). Global, regional, and national comparative risk assessment of 84 behavioural, environmental and occupational, and metabolic risks or clusters of risks for 195 countries and territories, 1990–2017: a systematic analysis for the Global Burden of Disease Study 2017. *The lancet*, 392(10159), 1923-1994. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)32225-6](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)32225-6)
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Penguin.
- Valenčič, E., Beckett, E., Collins, C. E., Seljak, B. K., & Bucher, T. (2024). Changing the default order of food items in an online grocery store may nudge healthier food choices. *Appetite*, 192, 107072. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.107072>
- van den Bekerom, L., van Gestel, L., Bussemaker, J., & Adriaanse, M. (2024). *Default nudge efficacy in lower versus higher SEP-groups: Two online supermarket experiments* [Preprint]. PsyArXiv. <https://doi.org/10.31234/osf.io/yjwp8>
- van Kleef, E., Otten, K. & van Trijp, H.C. Healthy snacks at the checkout counter: A lab and field study on the impact of shelf arrangement and assortment structure on consumer choices. *BMC Public Health*, 12, 1072 (2012). <https://doi.org/10.1186/1471-2458-12-1072>
- Wilderink, L., Bakker, I., Schuit, A. J., Seidell, J. C., Pop, I. A., & Renders, C. M. (2022). A theoretical perspective on why socioeconomic health inequalities are persistent: Building the case for an effective approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14). <https://doi.org/10.3390/ijerph19148384>

World Health Organization. (2015). *Noncommunicable diseases*. <http://www.who.int/gho/ncd/en/>.

Lobstein, T., Jackson-Leach, R., Powis, J., Brinsden, H., & Gray, M. (2023). *World obesity atlas 2023*.

WHO (World Health Organ). 2013. *Global action plan for the prevention and control of noncommunicable diseases 2013–2020*. WHO, Geneva.  
[http://www.who.int/nmh/events/ncd\\_action\\_plan/en/](http://www.who.int/nmh/events/ncd_action_plan/en/)

### Considerações Finais Gerais da Dissertação

A presente dissertação buscou investigar o campo dos ICs e sua aplicação em políticas públicas no Brasil sob uma perspectiva integradora, transitando desde um exame de questões críticas em sua fundamentação teórica, passando pela caracterização do seu uso e, finalmente, ao teste empírico de intervenções. O percurso traçado ao longo dos três artigos evidencia que, embora a abordagem tenha avançado a nível institucional no Brasil, os modelos explicativos e a maturidade metodológica da aplicação não conseguiram acompanhar esse progresso. A consolidação da área exige um esforço contínuo de articulação entre teoria, diagnóstico e evidência (Hallsworth, 2023).

O primeiro estudo salienta que a eficácia das intervenções não pode ser dissociada da compreensão de seus mecanismos subjacentes. Ao analisar os processos cognitivos e contextuais que fundamentam rotulagem e *defaults*, tornou-se claro que a aplicação "cega" de intervenções, sem a devida noção sobre os seus processos psicológicos subjacentes, limita impacto, replicabilidade e generalização das políticas (Grüne-Yanoff, 2016). Além disso, apesar dos esforços, ainda existem poucas evidências empíricas que comprovem os mecanismos desses dois tipos de *nudge*, sendo necessárias investigações experimentais para suprir essa lacuna (Ikonen et al., 2020; Jachimowicz et al., 2019). A teoria não é apenas um acessório acadêmico. Ela permite ao gestor entender as nuances e pré-requisitos necessários para que as intervenções funcionem e em que contextos e populações elas devem ser aplicadas.

Essa necessidade de rigor técnico dialoga diretamente com os achados do segundo estudo, que, ao realizar um diagnóstico de uso da abordagem no Brasil, revelou um campo em franca expansão e institucionalização, mas ainda marcado por desafios estruturais. Apesar do limite amostral no survey, a predominância de economistas e a concentração de projetos na esfera financeira sugerem que o potencial multidisciplinar e transversal dos ICs,

especialmente a contribuição da psicologia e a aplicação em áreas como saúde, meio ambiente e alimentação, ainda é subexplorado. Adicionalmente, os participantes relataram percepções de dificuldade justamente na transposição das intervenções para a prática e na sua subsequente mensuração. Essa barreira operacional, que não é exclusiva do Brasil (Wendel, 2019), aponta para a necessidade de capacitação metodológica que instrumentalize os gestores não apenas a desenhar, mas a executar e aferir com rigor os resultados de seus projetos.

O terceiro estudo contribuiu para o preenchimento da lacuna empírica ao testar experimentalmente a eficácia de *nudges* alimentares da TIPPME (Hollands et al., 2017). Os resultados confirmaram a efetividade das intervenções de disponibilidade (Pechey et al., 2018; Pechey et al., 2022), capazes de promover escolhas saudáveis independentemente de características individuais, reforçando o papel dos *nudges* como ferramentas de redução de desigualdades em saúde. Por outro lado, a ausência de efeito na manipulação de apresentação (embalagem) serve como um alerta prático: nem toda intervenção gera impacto, o que torna imprescindível o respaldo teórico para compreender as razões dessa ineficácia e avaliar os limites das generalizações empíricas.

Em suma, esta dissertação articula três estudos sob a premissa de fornecer uma agenda de qualificação científica e aplicada para os insights comportamentais no Brasil. Ao estabelecer níveis distintos de análise, que transitam da fundamentação teórica dos mecanismos, passam pelo levantamento do campo aplicado e culminam na validação experimental, o trabalho conclui que o amadurecimento da área depende da superação do experimentalismo ingênuo em prol de uma prática baseada em evidências robustas. Para que os ICs não sejam vistos apenas como uma "tendência" e se firmem como um pilar estruturante das políticas públicas, é necessário garantir aprofundamento metodológico. Isso envolve a devida capacitação dos aplicadores por meio da compreensão de frameworks

teóricos e práticos, diversificar as áreas de atuação para além das finanças, fomentar uma colaboração mais estreita entre a academia e a gestão pública e expandir as evidências acadêmicas nacionais por meio de publicações e divulgação científica. Somente assim será possível desenhar intervenções além da simplificação de decisões, mas que efetivamente promovam bem-estar social em um contexto cultural complexo e desigual como o brasileiro.

## Anexo A

### Survey: Uso de Insights Comportamentais no Brasil



Agradecemos por aceitar nosso convite!

Embora uma série de iniciativas tenham identificado servidores públicos, profissionais, acadêmicos e interessados em ciências comportamentais no Brasil, parece que muita coisa mudou nos últimos anos.

Queremos mapear e descrever esses avanços, sobretudo a maneira como as pessoas têm pensado, desenvolvido e aplicado insights comportamentais em diferentes contextos.

Esta pesquisa é realizada pela Universidade de Brasília, sob coordenação do pesquisador Carlos Serejo e do Prof. Dr. Fábio Iglesias, tendo sido aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Ciências Humanas - Parecer nº 7.859.824.

\* 1. Sua participação é totalmente voluntária e suas informações serão mantidas em sigilo. Se tiver qualquer dúvida, estamos à disposição pelo e-mail [iglesias@unb.br](mailto:iglesias@unb.br) ou pelo telefone (61) 99991-9791.

Declaro que li as informações acima e estou de acordo com os termos da pesquisa.

- Sim, concordo em participar!
- Não quero participar (nós da equipe lhe agradecemos mesmo assim)



Primeiro gostaríamos de conhecer a sua percepção sobre os insights comportamentais.

\* 2. Sabemos que o uso de insights comportamentais tem uma identidade multidisciplinar e que pode depender de muitas características. Qual termo você acha mais adequado para se referir a insights comportamentais?

- Uma área
- Um campo
- Uma abordagem
- Um método
- Uma ferramenta
- Outro (qual)

\* 3. Quais três fenômenos comportamentais lhe vêm à mente quando você pensa em insights comportamentais? (Não existem respostas certas e erradas. Responda como achar melhor)

1

2

3

\* 4. Na sua opinião, o quanto cada uma das áreas abaixo define o uso de insights comportamentais.

	Nada	Algo	Medianamente	Muito	Totalmente
Psicologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Economia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sociologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Neurociências	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Antropologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Design	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Direito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contabilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Administração	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medicina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Biologia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

\* 5. Quais três pessoas conhecidas você associa ao uso de insights comportamentais? Novamente, não há respostas certas ou erradas, você pode indicar pessoas no Brasil e/ou no exterior

1

2

3

\* 6. A qual dos desafios abaixo você mais associa a aplicação de insights comportamentais?

\* 7. A seguir, indicamos frameworks/ferramenta comumente utilizados em insights comportamentais. Selecione seu grau de familiaridade com cada um.

	Não conheço	Conheço, mas nunca usei	Conheço e usei
MINDSPACE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EAST	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
COM-B	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TESTS	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
BASIC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SimplesMente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
CINCO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Indique aqui se você conhece e/ou usa algum outro framework



**As próximas questões apresentam pares de adjetivos opostos, que podem ser usados para caracterizar o uso de insights comportamentais na prática.**

**Por favor, mova a bolinha para o ponto que melhor expressa sua opinião.**

\* 8. Custo

Barato Caro

\* 9. Implementação

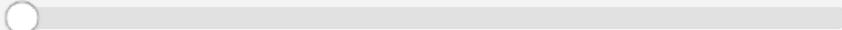
Fácil Difícil

\* 10. Liberdade das pessoas

Respeita Restringe

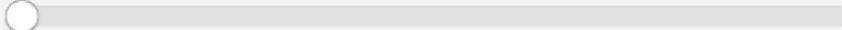
\* 11. Modo de mensuração

Simple Complexo



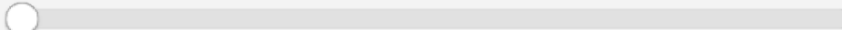
\* 12. Impacto

Limitado Amplio



\* 13. Intervenções

Antiéticas Éticas



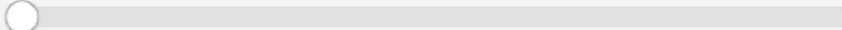
\* 14. Base teórico-conceitual

Frágil Sólida



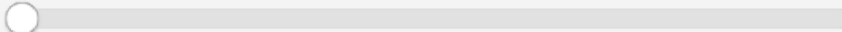
\* 15. Contexto social

Desconsidera Considera



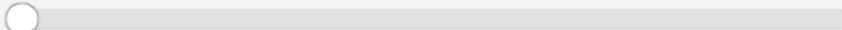
\* 16. Uma tendência

Passageira Duradoura



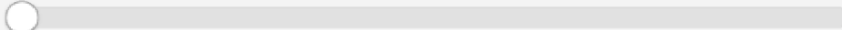
\* 17. Alcance

Local Global



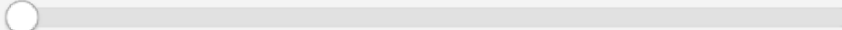
\* 18. Aplicabilidade

Limitada Ampla



\* 19. Efetividade

Baixa Alta



\* 20. Você trabalha atualmente com insights comportamentais?

- Não trabalho com insights comportamentais
- Não, mas tenho interesse em trabalhar com isso no futuro
- Sim, como parte complementar do meu trabalho
- Sim, como parte principal do meu trabalho



*Influência*  
**Universidade de Brasília**

Agora, iremos fazer perguntas relacionadas a sua atuação.

\* 21. Há quantos anos você trabalha com insights comportamentais?

\* 22. Atualmente, você trabalha em qual setor?

- Setor público
- Setor privado
- Organizações Internacionais
- Autônomo(a)
- Outro (especifique)

\* 23. Qual o seu tipo de vínculo profissional?

- Concursado
- CLT
- Autônomo
- Voluntário
- Outro (especifique)

\* 24. Qual a sua esfera principal de atuação?

\* 25. Qual dos termos abaixo você utiliza para se apresentar profissionalmente?

- Cientista Comportamental
- Cientista Comportamental Aplicado
- Economista Comportamental
- Arquiteto de Escolhas
- Psicólogo Social
- Analista de Dados
- Cientista Social
- Outro (especifique)

\* 26. Já atuou em algum projeto de ciências comportamentais?

- Sim
- Não



*Influência*  
**Universidade de Brasília**

Escolha um dos seus projetos para responder às seguintes perguntas

\* 27. Qual foi o problema que esse projeto tentou resolver?

\* 28. Quais métodos foram utilizados no projeto?

- Levantamento de dados (survey)
- Técnicas de observação
- Grupo Focal
- Experimento de laboratório
- Teste randomizado controlado (RCT)
- Experimento de campo
- Experimento online
- Intervenção não experimental
- Pesquisa de vestígios
- Outro (especifique)

\* 29. Qual foi a esfera de aplicação?

\* 30. O projeto chegou à qual fase?

- Concebido, mas não executado
- Diagnóstico do problema
- Teste da intervenção
- Implementação da intervenção
- Avaliação do impacto da intervenção
- Difundido em larga escala



*Influência*

**Universidade de Brasília**

Estamos chegando ao fim! Por último, gostaríamos que você respondesse algumas questões sociodemográficas.

\* 31. Você participa de comunidades brasileiras de ciências comportamentais, como grupos de estudo, redes ou grupos de WhatsApp?

- Não
- Sim, quais?

\* 32. Qual é o seu título/formação mais alto(a)?

- Ensino Médio Incompleto
- Médio Completo
- Curso técnico profissionalizante
- Graduação
- Especialização
- Mestrado
- Doutorado
- Pós-doutorado

\* 33. Qual a sua área de formação?

\* 34. Em qual instituição você obteve o seu título/formação mais alto(a)?

\* 35. Sua formação contemplou algum conhecimento sobre insights comportamentais?

- Sim, tive disciplinas voltadas inteiramente para o assunto
- Sim, mas de maneira pontual em disciplinas que não tinham a abordagem como foco
- Não

\* 36. Em qual estado brasileiro você atua? (Selecione no final da lista se for no exterior)

\* 37. Qual sua idade?

\* 38. Qual é o seu gênero?

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não responder
- Outro (especifique)

39. Você gostaria de compartilhar mais alguma informação ou algo relevante que não perguntamos?

40. Caso você tenha interesse em receber os resultados desta pesquisa, informe o seu email e/ou WhatsApp. As informações fornecidas serão usadas apenas nesta pesquisa e estão protegidas pela Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), assim como pela aprovação no comitê de ética em pesquisa da UnB

Email:

Telefone com DDD:

41. Esta pesquisa está sendo desenvolvida no Influência.UnB, um laboratório aplicado de ciências comportamentais na Universidade de Brasília. Você tem interesse em participar de outras pesquisas no futuro? Obviamente, não lhe enviaremos qualquer mensagem indesejável, apenas sobre pesquisas de nosso laboratório.

- Sim, gostaria de ser informado em pesquisas futuras
- Não, prefiro não ser contatado novamente

Muito obrigado por deixar a sua contribuição e auxiliar no fortalecimento dos insights comportamentais no Brasil! Para terminar o survey, clique no botão concluir abaixo