

Uso de *nudges* em situações de decisão: o que se pode aprender com a COVID19?

ANA MARIA ROUX VALENTINI COELHO CESAR

Universidade Presbiteriana Mackenzie

TAMAR KLEIN ALVARENGA

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Resumo

Tomar decisões faz parte da vida das pessoas. As decisões podem ser bem corriqueiras, como a escolha da roupa do dia, ou muito complexas, pois apresentam risco para o decisor ou para o ambiente e/ou envolvem montantes relevantes para aquele que decide. A decisão de manutenção do isolamento social tem se mostrado não corriqueira, já que não se tinha histórico de vivência de pandemia nas últimas décadas; também é complexa, porque não se tem certeza do risco ou do montante da perda (em termos econômicos e sociais) caso se assuma o risco de sair do isolamento. A carga diária de trabalho em regime de *home-office* por vezes é maior do que a carga em regime presencial de trabalho; além disso, há estresse pela necessidade de uso de ferramentas para as quais as pessoas não estavam preparadas, além do gerado pelo acúmulo de funções, misturando-se ambientes profissional e familiar. Para os profissionais que atuam em áreas de contabilidade e finanças, a essa situação se sobrepõe o fato de terem que analisar e decidir, de forma tempestiva, considerando novas medidas regulatórias, correndo riscos de julgamento e decisão. As pessoas comentam, em redes sociais, que seus esforços de isolamento não parecem ter redundado em situações positivas; logo, como ser racional em ambientes de absoluta incerteza? Neste texto apresenta-se uma reflexão sobre o papel da informação negativa como *nudge* para manutenção do isolamento social, trazendo a discussão para os vieses de julgamento e decisão decorrente do uso de heurísticas em ambientes de contabilidade e finanças.

Palavras-chave: Arquitetura da Escolha; *Nudges*; Desconto Intertemporal; Contabilidade Comportamental.

Arquitetura da escolha

Sabe-se, que as pessoas não são tão racionais quanto se propõe na Teoria da Utilidade Esperada, assim como nem sempre buscam a maximização de resultados (Simon, 1955). Nem todas as escolhas resultam de uma deliberação cuidadosa porque as pessoas são influenciadas por aquilo que lembram, pela resistência que têm às mudanças, pelas preferências sociais expressas em ações de altruísmo, confiança e reciprocidade, e pela

valorização das normas sociais (Samson, 2015). Decisões humanas frequentemente estão repletas de erros que poderiam ser evitados porque são previsíveis (Blumenthal-Barby, 2020; Ricchiute & Williams, 2001; Bazerman, 2004). Assim, os comportamentos irracionais não são aleatórios nem sem sentido; eles são sistemáticos e previsíveis (Ariely, 2008).

Os conceitos de Simon (1955), Kahneman e Tversky (1979), Camerer, Lowenstein e Prelec (2005), dentre outros, estão na base do que se chama de arquitetura de escolha (Munscher, Vetter & Scheuerle, 2016) que é uma forma de organizar a tarefa ou de descrever as opções disponíveis para decisão, com o objetivo de minimizar o uso de heurísticas e os vieses decorrentes (Johnson et. Al, 2012).

Há várias categorias relacionadas à decisão (a informação que é disponível para decisão, a estrutura da decisão e o apoio à decisão) e muitas técnicas de arquitetura de escolha. No contexto do COVID19 as técnicas ligadas à informação para a decisão têm se destacado; referem-se à simplificação da informação ou à apresentação da mesma em novo formato (*reframe*), à visibilidade da informação (informações do próprio sujeito ou do ambiente externo a ele) e à apresentação de pontos de referência (opiniões de líderes ou posicionamentos associados a normas sociais) (Munscher, Vetter & Scheuerle, 2016). Essas técnicas agem como empurrõezinhos (*nudges*) que ajudam as pessoas a fazerem melhores escolhas.

Colocando essas técnicas em ação os meios de comunicação têm trazido as opiniões de especialistas, dados de pesquisa e posições dos governos federal, estadual e municipal a respeito da COVID19. Essas informações deveriam agir como *nudges* (Thaler & Sunstein, 2008; Selinger & Whyte, 2011) para que as pessoas ficassem em casa, decisão tida como mais racional para controle da pandemia. Todavia, nas redes sociais e em conversas informais, sempre aparece a questão: “por que eu devo ficar isolado, as pessoas sem condição de trabalho, se o número de mortos e infectados aumenta a cada dia? Vou sair e viver minha vida” (irracionalidade). Isso mostra que as informações sobre o COVID19, em sua grande maioria, negativas, não têm agido como *nudges* para controle da decisão de ficar em casa.

Usando o conceito de desconto intertemporal para entender, a racionalidade da decisão seria as pessoas adiarem os seus ganhos (pessoais, sociais, econômicos) para um ganho maior no futuro. No caso da COVID19 as pessoas têm feito um *trade-off* entre a dor imediata da separação e a recompensa para si e para a população em geral. Resultados mediatos tendem a ser mais concretos, enquanto resultados futuros parecem ser mais intangíveis; dessa forma as pessoas antecipam as emoções da situação futura e usam essa condição para decidir o que farão no presente, uma vez que não se têm fatos concretos sobre esse futuro (Rick & Loewenstein, 2008). Se o futuro mostra situações negativas, as emoções antecipadas serão negativas e conseqüentemente, haverá aversão aos caminhos que levem até ele. Assim, apesar dos esforços feitos para se pensar no futuro, o resultado é pensar no ganho imediato (Rick & Loewenstein, 2008). Esse ganho imediato e a percepção de um futuro sombrio pode

ser parte da explicação de porque as informações não têm agido como *nudge* para manter o isolamento social.

Também há a questão da variância ou invariância semântica da informação que se veicula no *nudge* (Selinger & Whyte, 2011). Uma mesma informação pode ter significados iguais ou diferentes para as pessoas que a recebem; como exemplo tem-se o *número de mortes, em números absolutos, causados pelo COVID19*. Será que a população, em geral, compreende que “mortes por COVID19” e “mortes, em número absolutos, por COVID19” sejam conceitos totalmente diferentes?

Nudges, liberdade de escolha e ética

Um aspecto importante da arquitetura de escolha é que preserva a liberdade do decisor, conceito que para Thaler e Sunstein (2008) representa o paternalismo libertário, considerando que é legítimo influenciar o comportamento quando o objetivo é manter as vidas mais longas, saudáveis e melhor. O paternalismo libertário não bloqueia ou coloca restrições à escolha do sujeito, que pode inclusive seguir caminhos contrários aos propostos para sua escolha, mesmo que sejam prejudiciais para si.

Muitas situações apresentados como *nudges* não respeitam esse princípio. *Nudges* não são incentivos para agir de uma determinada maneira (como recompensas ou punições); logo, não são programas ou políticas governamentais que indiquem caminhos e punam os sujeitos que se desviem dos mesmos. *Nudges* não impõem restrições à escolha pois apenas apresentam para o sujeito situações que podem ajudá-lo a decidir, evitando cair em vieses previsíveis (Johnson et al. 2012).

Também se pergunta: até que ponto é correto alguém, que não o próprio sujeito, definir o que é o “bom” para ele? (Selinger & Whyte, 2011). Sunstein (2015) argumenta que *nudges* são inevitáveis, já que a própria natureza os usa (como os sinais de mudança de tempo, que nos levam a decidir sobre trajes e aparatos de proteção); da mesma forma, os costumes e tradições existentes nas organizações, as normas e a legislação empurram os sujeitos para decisões que, em princípio, poderiam não ser as suas próprias escolhas. Além disso, *nudges* sociais como se orientar pelo que os outros estão fazendo (como seguir moda ou a opinião alheia) são frequentes. Logo, porque não usar *nudges* para melhorar decisões em ambientes organizacionais?

Um dos formatos de *nudge* muito utilizados são as regras *default* apresentadas aos decisores. Essas geralmente mostram o caminho mais fácil, atuando como recomendações para decisões sobre condutas ou procedimentos. Todavia, *defaults* também podem ser um jeito especial de manipulação quando não apresentam outras possibilidades de cursos de ação ou de decisão. Em outras palavras, *defaults* são *nudges* (e éticos) só quando usados como recomendação porque não restringem a possibilidade de escolha (Johnson et al. 2012).

Considerações finais

O que a contabilidade pode aprender com essa discussão sobre *nudges* para controlar decisões? Uma reflexão possível é buscar entender porque as informações no cenário da COVID19 não têm agido como *nudges* para evitar vieses de decisão, assim como as normas subjetivas (pressão social) não têm formado atitudes favoráveis ao isolamento (Ajzen, 2001).

No caso do COVID19 tem-se visto que informações negativas não atuam como *nudges* para manutenção de isolamento social. Provavelmente também influenciam o estado de ânimo dos profissionais das áreas de contabilidade e finanças que têm que acompanhar, estudar e basear suas opiniões sobre regulações que têm se alterado, visando minimizar o impacto negativo no fluxo de caixa das empresas em ambientes de suspensão de contratos, redução de jornada de trabalho, situações de demissão e custos envolvidos, adiamento de pagamento de tributos, entre outros. Esses profissionais têm tomado decisões em situação de pressão de tempo, o que altera a qualidade de julgamento e a aversão a risco, gerando a tendência de concentração em estratégias conhecidas (mesmo que inadequadas) mas que têm menor custo do que a busca de novas estratégias (Ordóñez, Benson & Pittarello, 2015). Uma heurística que pode levar a muitos vieses de decisão!

Há muitos estudos discutindo heurísticas em ambientes de controladoria e finanças. Kudryavtsev (2018) analisa as grandes oscilações na bolsa de valores sob a ótica da heurística de disponibilidade, mostrando que rumores e informações levam à percepção de situações positivas ou negativas por parte do investidor, agindo como *nudges* para grandes volumes de compra ou venda de ações, mesmo daquelas empresas que não seriam alvo dessa movimentação (mostrando distorção de decisão). Bruhn (2019) mostra que a confiança no conteúdo das informações disponibilizadas é uma heurística porque diminui a percepção do decisor de existência de assimetria de informação, induzindo-o a analisar menos os dados, incorrendo em erros. Kadous, Leiby e Peecher (2013) discutem que auditores frequentemente buscam conselhos informais de seus pares para aumentar a qualidade de seu julgamento (o que seria um *nudge* para minimizar vieses), mas a baixa auto-confiança gera um viés curioso: os auditores evitam o conselho dos pares mais próximos por sentirem que, se o fizerem, estarão se fragilizando. Esses estudos mostram que decisões em ambientes de contabilidade e finanças estão sujeitas a heurísticas e vieses, e que o uso de *nudges* pode ser uma alternativa interessante para minimização de erros de julgamento e decisão nesses ambientes, e que a arquitetura da decisão deve fazer parte da formação de profissionais dessas áreas.

Finalizando, como afirma Kahneman (2012, p. 514) a “definição de racionalidade como coerência é impossivelmente restritiva; ela pede adesão a regras de lógica que uma mente finita não é capaz”. A COVID19 nos ensina que os *nudges* que podem conduzir a julgamentos mais precisos, talvez precisem conter informações positivas. Precisa-se antecipar cenários positivos para que se possa adiar a satisfação imediata. Fique em casa. Vai dar certo.

REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52, 27–58.
- Blumenthal-Barby, Jennifer S. (2013). Improving choice while preserving liberty? In: Coons, C.; Weber, M. (eds.). *Paternalism*, Cambridge University Press.
- Bruhn, A. (2019). Relying on the heuristic of trust: a case study. *Accounting & Finance*, 59, 333-357.
- Camerer, C.; Loewenstein, G.; Prelec, D. (2005). Neuroeconomics: how neuroscience can inform economics. *Journal of Economic Literature*, XLIII, 9-64.
- Johnson, E.J.; Shu, S.B.; Dellaert, B.G.C.; Fox, C.; Goldestein, D.G.; Haulb, G.; Larrick, R. P.; Payne, J.W.; Peters, E.; Schkade, D.; Wansinck, B.; Weber, E. (2012). Beyond nudges: Tools of a choice architecture. *Marketing Letters*, 23, 487-504.
- Kadous, K.; Leiby, J.; Peecher, M.E. (2013). How do auditors weight informal contrary advice? The joint influence of advisor social bond and advice justifiability. *The Accounting Review*, 88 (6), 2061-2087.
- Kahneman, D.; Tversky, A. (1979). Prospect theory: an analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47 (2), 263-291.
- Kahneman, D. (2012). *Rápido e devagar: duas formas de pensar*. Rio de Janeiro: Objetiva.
- Kudryavtsev, A. (2018). The availability heuristic and reversals following large stock prices changes. *Journal of Behavioral Finance*, 19 (2), 159-176.
- Munscher, R.; Vetter, M.; Scheuerle, T. (2016) A review and taxonomy of choice architecture techniques. *Behavioral Decision Making*, 29 (5), 511-524.
- Ordóñez, L.D.; Benson III, L.; Pittarello, A. (2015). Time-pressure perception and decision-making. In Keren, G.; Wu, G. *The Wiley-Blackwell handbook of judgment and decision-making*. New York: The Wiley-Blackwell Editors. 2015.
- Rick, S.; Loewenstein, G. (2008). Intangibility in intertemporal choice. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 363 (1511), 3813-3824.
- Selinger, E.; Whyte, K. (2011) . Is there a right way to nudge? The practice and ethics of choice architecture. *Sociology Compass*, 5 (10), 293-925.
- Simon, H. (1955). A behavioral model of rational choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69 (1), 99-118.
- Sunstein, C.R. (2015).The ethics of nudging. *Yale Journal on Regulation*, 32 (2). 414-450.
- Thaler, R.H; Sunstein, C.R. (2008). *Nudge: improving decisions about health, wealth and happiness*. London: Penguin Books Ltd.



São Paulo, 29 a 31 de Julho de 2020

XX USP International Conference in Accounting

"Accounting as a Governance mechanism"