

Conformidade fiscal e economia comportamental: uma análise da influência do contexto decisório

*Fiscal compliance and behavioral economics:
an analysis of the influence of the decision context*

ANA CAROLINA ASTAFIEFF DA ROSA COSTA*

MORGANA G. MARTINS KRIEGER**

YUNA FONTOURA***

RESUMO: Sonegação fiscal continua sendo um problema relevante no Brasil e no mundo. A Economia Comportamental tem buscado compreender este comportamento por meio da realização de experimentos que visam entender o processo decisório dos indivíduos. Este trabalho se propõe a analisar como a estrutura do contexto de tomada de decisão pode influenciar a eficácia das intervenções comportamentais que buscam aumentar a conformidade fiscal. Por meio de análise de conteúdo de artigos científicos da área, foram identificadas cinco categorias contextuais que influenciam os experimentos. Assim, a pesquisa provê entendimento sobre os aspectos contextuais e como estes influenciam no desenho das intervenções.

PALAVRAS-CHAVE: Economia comportamental; conformidade fiscal; moralidade; contexto; experimentos; *nudge*.

ABSTRACT: Tax evasion remains a relevant problem in Brazil and worldwide. Behavioral Economics has sought to understand this behavior by carrying out experiments that aim to understand the decision-making process of individuals. This work aims to analyze how the structure of the decision-making context can influence the effectiveness of behavioral interventions that seek to increase tax compliance. Through content analysis of scientific articles in the area, five contextual categories were identified that influence the experiments.

* Mestre em Administração Pública, Fundação Getúlio Vargas, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas – FGV-EBAPE, Rio de Janeiro-RJ, Brasil. E-mail ana.costa@fgv.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2142-0904>.

** Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração do Estado de São Paulo – FGV-EAESP, São Paulo-SP, Brasil. E-mail: morgana.krieger@fgv.edu.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-8444-6920>.

*** Professora Adjunta, Fundação Getúlio Vargas, Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas – FGV-EBAPE, Rio de Janeiro-RJ, Brasil. E-mail: yuna.fontoura@fgv.br. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-2908-7448>. Submetido: 18/Maio/2021; Aprovado: 18/Agosto/2021.

Thus, the research provides an understanding of contextual aspects and how they influence the design of interventions.

KEYWORDS: Behavioral economics; fiscal compliance; morality; context; experiments; nudge.

JEL Classification: B40; B41; C90; C91; C93; D91; H26; H30; D91; K34.

INTRODUÇÃO

O pagamento de tributos constitui uma cooperação necessária para que a sociedade obtenha recursos para a satisfação das necessidades comuns (Paulsen, 2020). Nesta perspectiva, o imposto não é tido como um sacrifício, mas como uma contribuição necessária para que o Estado cumpra suas atividades no interesse do proveitoso convívio de todos os cidadãos (Tipke & Yamashita, 2002). No entanto, em que pese a relevância desse dever fundamental de pagar tributos e de colaborar com a Administração Tributária, a sonegação de tributos ainda é um problema relevante no Brasil e no mundo, havendo uma constante contraposição entre o fisco e o contribuinte (Carvalho, 2013). Globalmente, estima-se que US\$ 427 bilhões são sonegados por ano, sendo que o Brasil configura como quinto país com maior perda fiscal (Tax Justice Network, 2020).

No caso do contribuinte, esse comportamento se explicita pela busca de formas de evitar ou fraudar a fiscalização e de retardar, minimizar ou não efetuar o pagamento de tributos (Carvalho, 2013). A lente da Economia Clássica compreende tal comportamento como uma decisão tomada de forma racional por um indivíduo autointeressado (Angner, 2017). No entanto, a perspectiva da Economia Comportamental – que ganhou prominência na virada do século XX – lança luz sobre a compreensão do comportamento humano de forma descritiva, buscando analisar a forma como ele ocorre no mundo real (Freitas, 2021; Muramatsu & Avila, 2017).

Fundamentado na relevância da conformidade fiscal, este trabalho se propõe a compreender como a estrutura do contexto de tomada de decisão pode influenciar a eficácia das intervenções comportamentais destinadas a atuar no aspecto da moralidade na conformidade fiscal. Diante do exposto, esta pesquisa intenta alcançar a resposta para a seguinte pergunta: Qual é a influência do contexto decisório nas intervenções baseadas em Economia Comportamental direcionadas a promover conformidade fiscal? O tema foi escolhido por representar uma forma de inovar na resolução de problemas na Administração Pública.

Foi utilizada a técnica de análise de conteúdo para analisar artigos científicos que tratam de experimentos realizados tanto em campo quanto em laboratório. Buscas nas plataformas Web of Science e Scielo resultaram em 17 artigos científicos, publicados entre 2015 e julho de 2020. Os resultados demonstram que o contexto – utilizado em sentido amplo para abranger aspectos sociais, aspectos econômicos e políticos, motivações intrínsecas, características individuais externas e aspectos relacionados ao débito e à renda do contribuinte – é crucial para explicar a eficácia

das intervenções, sugerindo a necessidade de testagem prévia das intervenções em campo antes de aplicação em larga escala.

Como principal contribuição, a pesquisa promove a melhor compreensão acerca de uma medida inovadora de combate à desconformidade fiscal. Ainda, provoca a reflexão sobre a importância da análise do contexto no desenho das intervenções, bem como da conveniência de que tais medidas sejam embasadas pela ciência, que pode auxiliar a propor métodos e obter resultados mais eficazes. Ao fim e ao cabo, a promoção da conformidade tributária e otimização de arrecadação de tributos com o auxílio das evidências da Economia Comportamental contribui para a viabilização de políticas públicas fundamentais para a sociedade.

O presente artigo está organizado da seguinte maneira: a próxima seção trará elementos do referencial teórico, procurando abranger os assuntos mais relevantes relacionados ao problema de pesquisa, como teoria da decisão e os aspectos da racionalidade limitada, heurísticas comportamentais, racionalidade ecológica, aspectos comportamentais da conformidade fiscal, desonestidade e relação com os fundamentos da Economia Comportamental; em seguida, será explicada a metodologia utilizada nesta pesquisa, ou seja, a forma como foram coletados e tratados os dados da pesquisa e as limitações metodológicas; prossegue-se com a descrição e interpretação dos dados, e, por fim, serão apresentadas as conclusões e sugestões para futuras pesquisas.

REFERENCIAL TEÓRICO

Da Economia Clássica à racionalidade ecológica

Este trabalho aborda, substancialmente, o tema do processo de decisão. A Economia Clássica pressupõe que as pessoas são maximizadoras racionais de suas satisfações e utilizam toda informação disponível em seu processo de tomada de decisão. Conforme essa concepção, as decisões podem ser racionais (se de acordo com a teoria) ou irracionais (se em desacordo com a teoria).

Na escolha sob certeza (em que não há dúvida sobre o resultado que será gerado por determinada ação), a opção racional é feita de acordo com as preferências dos indivíduos (sujeito autointeressado), medidas pelo valor denominado “Utilidade”, sem que sejam investigados quaisquer elementos subjetivos experimentados em relação a essas preferências (Angner, 2017). Na escolha sob incerteza (quando as probabilidades associadas aos resultados são desconhecidas ou insignificantes) ou sob risco (quando as probabilidades dos resultados são conhecidas e significativas), os princípios clássicos para a tomada de decisão racional envolvem a análise de atos que maximizem a possibilidade de obter resultados desejados e minimizem a possibilidade de obter resultados indesejados (Angner, 2017).

Em oposição à visão clássica de racionalidade, Herbert Simon (1955) propôs o conceito de racionalidade limitada, o qual adota as premissas de que o sistema econômico é dinâmico (incerteza estrutural) e de que os indivíduos não têm capa-

cidade de conhecer e processar todas as informações existentes para a tomada de decisão (Freitas, 2021; Melo & Fucidji, 2016). Os estudos de Simon acerca dos processos cognitivos e racionalidade limitada o levaram a concluir que os indivíduos não tomam decisões com o intuito de otimização – o que ele considera inviável mesmo em uma situação hipotética de informações perfeitas –, mas apenas de alcançar resultados satisfatórios (Freitas, 2021).

A pretensão de explicar os desvios sistemáticos da previsão dos modelos econômicos, chamados de “anomalias”, foi o propulsor da retomada do diálogo entre as disciplinas da Psicologia e da Economia, o que embasa a Economia Comportamental (Franceschini & Ferreira, 2012). Nesta linha, entende-se que indivíduos fazem inferências sobre seu mundo com limitações cognitivas e emocionais (Gigerenzer & Todd, 1999). Essas limitações e os equívocos delas decorrentes se repetem e o conhecimento acerca desses padrões permite a formatação de contextos de escolha que possam atenuar os efeitos dos erros sistemáticos ou aproveitá-los para induzir ou desestimular comportamentos (Ariely, 2008).

Psicólogos e neurocientistas têm convergido para uma abordagem que envolve uma distinção entre dois tipos de pensamento (Kahneman, 2012; Thaler & Sunstein, 2009): um destes pensamentos é intuitivo e automático, realizado de forma rápida, associativa, descontrolada e sem esforço; o outro pensamento é reflexivo e racional, sendo realizado de forma lenta, dedutiva, controlada e esforçada. Enquanto a Economia Clássica pressupõe que os indivíduos consultam o sistema reflexivo e racional para tomar decisões, segundo a Economia Comportamental, indivíduos adotam com frequência o sistema automático para decidir (Thaler & Sunstein, 2009). Para reduzir a complexidade dos problemas e os custos de deliberação, o cérebro utiliza métodos ou processos simplificadores de tomada de decisões, um “atalho mental”, chamados de heurísticas. Embora Kahneman e Tversky (1979) concentrem a atenção na ideia de que as heurísticas podem acarretar erros ou desvios sistemáticos, denominados de vieses cognitivos, as heurísticas também podem ser concebidas como importantes métodos de atalho na tomada de decisões, conforme sugerem Gigerenzer e Todd (1999).

A racionalidade limitada tem dois componentes conectados: as limitações da mente humana e a estrutura dos ambientes em que a mente opera (Simon, 1983). Sobre a influência da estrutura do ambiente na estrutura do problema e de sua solução, Simon (1996, p. 62, tradução nossa) afirma que “o comportamento humano dirigido por objetivos ou motivações reflete simplesmente a forma do ambiente em que ele ocorre”. As heurísticas funcionam bem quando suas estruturas estiverem adaptadas ao ambiente, ao contexto (Gigerenzer & Todd, 1999). São elas que orientam o indivíduo quando a pesquisa por mais informações para a tomada de decisão deve cessar. Heurísticas rápidas e econômicas empregam um mínimo de tempo e conhecimento, sendo utilizadas para solucionar problemas sem pretensão de otimização. Na verdade, os indivíduos passam a maior parte do tempo lidando com a desordem do meio ambiente e, diante de desafios ambientais, devem ser capazes de fazer inferências rápidas, frugais e precisas (Gigerenzer & Todd, 1999).

Assim, Gigerenzer e Todd (1999) propõem que a concepção adequada de ra-

ciocínio é a racionalidade ecológica, ou seja, quando heurísticas compatíveis com estruturas ambientais gerais permitem que os organismos sejam ecologicamente racionais. Assim, as decisões não estão ancoradas somente nas limitações cognitivas dos seres, mas são adaptadas ao ambiente, entendendo que as heurísticas são ferramentas adaptativas cuja interpretação depende da compreensão do ambiente em que utilizadas.

Das afirmações acima, verifica-se a relevância dada ao elemento contextual no estudo do comportamento humano. O programa de pesquisa de Gigerenzer (2001) acerca do processo decisório é orientado por quatro pilares: (a) conceber modelos computacionais de candidatas a heurísticas simples (princípios heurísticos razoáveis), (b) analisar as estruturas ambientais nas quais elas funcionam bem, ou seja, que podem ser ecológicas (c) testar seu desempenho em ambientes reais, (d) investigar as evidências sobre se e quando as pessoas usam essas heurísticas. Em síntese, no caso da utilização de heurísticas como base para a indução de comportamentos, é enfatizada a necessidade de ser observado o ambiente real de escolha para além da realização de testes estáticos laboratoriais, pois o fator ambiental ou contextual seria essencial para prever o sucesso ou fracasso da intervenção.

Conforme já mencionado, a Economia Comportamental tem por intuito compreender o comportamento humano de forma descritiva, ou seja, a forma como as pessoas raciocinam de fato, sob uma imensa variedade de circunstâncias. Desse modo, o conceito de racionalidade ecológica pode auxiliar a compreender a psicologia do julgamento no que tange à conformidade fiscal de forma mais precisa, analisando de que forma o ambiente influencia as heurísticas e, conseqüentemente, possibilitando a descoberta de *insights* comportamentais adequados para estimular ou inibir condutas.

Nesse contexto, Gigerenzer e Todd (1999) e Thaler e Sunstein (2009) corroboram que o aspecto mais importante do ambiente de um agente é o social, o que os dois primeiros autores denominam de racionalidade social. As pessoas se importam com a sua reputação e seguem as crenças e os comportamentos esperados pelos demais (Sunstein, 2014).

A Economia Comportamental: ciência de evidências

O questionamento dos pressupostos teóricos adotados pela economia clássica surge em virtude do confronto entre previsões teóricas e evidências empíricas. A Economia Comportamental avança no entendimento de como indivíduos tomam decisões, com ênfase no comportamento, buscando averiguar como os indivíduos realmente se comportam (Ávila & Bianchi, 2015). Para tal, a Economia Comportamental tem se desenvolvido enquanto uma ciência de evidências, baseada em experimentos analisados cientificamente (Thaler & Sunstein, 2009).

Nesse contexto, ganharam prominência os experimentos randomizados controlados (Randomized Controlled Trial- RCTs), que se caracterizam pela testagem das intervenções em grupo de tratamento e manutenção de grupo de controle (Shadish, Cook, & Campbell, 2005). Por causa da randomização na designação

dos indivíduos de cada grupo, normalmente é seguro assumir que todos os fatores, com exceção do tratamento, afetam igualmente os grupos, possibilitando atribuir as diferenças observadas nos resultados ao efeito do tratamento (Zhu & Lakhani, 2015). A partir dos resultados desses experimentos, são identificados e testados *insights* comportamentais, que representam o aprofundamento da compreensão do comportamento humano, com descobertas de relações entre elementos antes desconexos.

Com base nos *insights* comportamentais, economistas comportamentais moldam o contexto de escolha para estimular comportamentos desejados: a arquitetura de escolha está relacionada ao desenho do contexto em que as pessoas tomam decisões, com o intuito de influenciar o comportamento humano de maneira previsível (Thaler & Sunstein, 2009). Dentro deste arcabouço, o conceito de *nudge* assume papel central, definido como “qualquer aspecto da arquitetura de escolha que altera o comportamento das pessoas de um modo previsível, sem proibir quaisquer opções nem alterar significativamente seus incentivos econômicos” (Thaler & Sunstein, 2009, p. 6, tradução nossa).

A alteração da arquitetura de escolha exige então uma boa compreensão de como os indivíduos se comportam, por meio de evidências científicas e metodologias adequadas. No entanto, pesquisas recentes apontam que as intervenções comportamentais têm demonstrado menos eficácia do que as predições sugeridas pelos estudos iniciais na literatura econômica sobre o tema (Damgaard, 2020; DellaVigna & Linos, 2020). DellaVigna e Linos (2020) demonstram que as intervenções publicadas em periódicos acadêmicos relatam, em média, efeitos seis vezes maiores que as intervenções aplicadas em campo por duas das maiores “Nudge Units” dos Estados Unidos. Tais conclusões vão ao encontro do programa de pesquisa sugerido por Gigerenzer (2001), que enfatiza a necessidade de estudar ambientes naturais, além de situações hipotéticas e laboratoriais, visto que as heurísticas tendem a ser muito sensíveis ao contexto ambiental social.

Nesse mesmo sentido é a recomendação de Lalin Anik, professor na Darden School of Business da University of Virginia, que alerta para a necessidade de atenção mais sistemática às interações sociais multifacetadas, abordando comportamentos individuais no contexto de ecossistemas sociais para criar mudanças mais metódicas, generalizadas e duradouras (Nesterak, 2020). Em consonância com essas constatações, os experimentos de campo são considerados o “padrão ouro de avaliação” (DellaVigna & Linos, 2020, p. 21, tradução nossa), sendo possível notar a existência de um número representativo de publicações de RCTs. Do mesmo modo, as principais unidades de *nudges* ao redor do mundo têm conduzido experimentos de campo para testar a efetividade de intervenções comportamentais (DellaVigna & Linos, 2020). No Brasil, houve uma recente multiplicação de unidades de aplicação de Economia Comportamental e há três que se destacam: a Escola Nacional de Administração Pública, a Comissão de Valores Mobiliários e a Nudge Rio, sendo esta a única das três com divulgação de atuação direcionada à cobrança de créditos tributários por meio da ciência comportamental.

Aspectos comportamentais da desonestidade e conformidade fiscal

O descumprimento de obrigações tributárias pode ser analisado como uma decisão por um comportamento de desonestidade, compreendido como o desrespeito intencional de normas com o intuito de obtenção de benefícios (Ariely, 2008). Do ponto de vista da Economia Clássica, a análise desse fenômeno se dá pela motivação deliberada dos agentes econômicos que buscam maximizar a utilidade. No entanto, as previsões derivadas dessa suposição de egoísmo racional são violadas em muitos contextos, havendo mais cooperação observável dentro e fora dos laboratórios do que pode ser explicada por esta corrente teórica (Dawes & Thaler, 1988).

Por meio da realização de um experimento, Ariely (2008) concluiu que as pessoas necessitam da opinião favorável e aprovação dos demais. No entanto, somente grandes transgressões afetam o superego que clama por aprovação, o que leva as pessoas a cometerem pequenos atos de desonestidade com frequência. Essa constatação indica que há um limite moral para o cometimento de atos considerados desonestos (Ariely, 2008), o que propõe uma teoria de manutenção do autoconceito que possibilita às pessoas que se consideram honestas trapacearem até um certo limite, beneficiando-se do ato desonesto, mas sem arcar com os custos de um autoconceito de desonesto (Mazar et al., 2008). Esse mecanismo utilizado pelo indivíduo para reduzir a dissonância ética, conciliando a desonestidade com a autoimagem positiva, é chamado de *fudging* (Ariely, 2008, 2012; Mazar et al., 2008).

O modelo padrão de conformidade tributária sugere que contribuintes efetuam uma análise de custo-benefício entre o potencial de detecção e punição e as vantagens da evasão fiscal (Allingham & Sandmo, 1972). Assim, a reflexão acerca de meios eficazes para o combate de atos de desonestidade gera, com frequência, sugestões baseadas em duas abordagens: mudança legislativa, a fim de agravar a punição; e transformação institucional, para aumentar a probabilidade de punição. No entanto, pesquisas apontam que alguns programas que buscam alcançar maior integridade são ineficazes por se basearem nos frágeis fundamentos psicológicos da teoria clássica e não abrangem a compreensão multifatorial do comportamento (Muramatsu & Bianchi, 2021).

Por isso, as recomendações para refrear a desonestidade vão no sentido de identificar o mecanismo que conduz à desonestidade em uma situação específica. Se a causa for uma motivação ou a desonestidade racional decorrente da análise de custo-benefício, a intervenção deve alterar esse desequilíbrio para que os custos sejam superiores. Já no caso de desonestidade decorrente de falta de atenção aos padrões morais, outras intervenções podem funcionar de forma muito mais eficaz (Mazar et al., 2008). Organizações especializadas apontam para a potencial efetividade destas intervenções no intuito de diminuir a inadimplência fiscal (Behavioural Insights Team, 2012).

Retornando a Gigerenzer (2008), ações morais podem ser influenciadas por heurísticas simples, as quais fazem menção à racionalidade ecológica, ou seja, o estudo da estrutura do ambiente que determinará se a exploração de uma heurística será bem-sucedida ou não na tentativa de influenciar um comportamento. Tal

compreensão traz a possibilidade de que as heurísticas e os ambientes podem ser projetados para resolver problemas dados, o que é denominado de engenharia cognitiva. A engenharia cognitiva evidencia dois objetivos: explicar o processo de tomada de decisão das ações morais (processo descritivo) e modificar as ações morais por um processo externo à mente (processo normativo).

METODOLOGIA

Em consonância com o objetivo de compreender como a estrutura do contexto decisório pode influenciar o resultado das intervenções comportamentais para estimular a conformidade fiscal, a pesquisa foi conduzida de forma qualitativa. A metodologia empregada foi a da análise de conteúdo, buscando-se adotar uma perspectiva analítica e reflexiva (Mozzato & Grzybovski, 2011) sobre a produção científica da aplicação de intervenções originadas de *insights* comportamentais com o intuito de promover a conformidade fiscal, especificamente no que tange à relevância do aspecto contextual para a compreensão do processo decisório e da aplicação de *nudges*.

Para tal, o material analisado foi obtido pela coleta de dados secundários (artigos científicos publicados), com o cuidado de procurar observar as regras apontadas por Bardin (1994) na coleta: exaustividade, representatividade, homogeneidade, pertinência e exclusividade. Foram escolhidas duas bases de dados para a coleta do material. A busca foi realizada nas bases Scientific Electronic Library Online – SciELO (www.scielo.br) e Web of Science (www.webofknowledge.com), o que possibilitou acesso a artigos publicados em português e inglês.

A consulta abrangeu artigos publicados entre 2015 e julho de 2020, data que coincide com a conclusão da coleta de dados. Os termos utilizados na busca (Quadro 1) foram inseridos na opção mais ampla de pesquisa disponível nas plataformas, buscando alcançar a exaustividade.

Quadro 1: Termos utilizados para pesquisa na base de dados

	Português	Inglês
1	desonestidade E tributo	<i>dishonesty AND tax</i>
2	desonestidade E <i>nudge</i>	<i>dishonesty AND nudge</i>
3	desonestidade E conformidade E fiscal	<i>dishonesty AND tax AND compliance</i>
4	tributo E economia E comportamental	<i>tax AND behavioral AND economics</i>
5	<i>insights</i> E comportamentais E tributo	<i>behavioural AND Insights AND tax</i>
6	<i>nudge</i> E tributo	<i>nudge AND tax</i>

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Dessa busca, resultaram 52 artigos, dos quais foram excluídos os que não continham no título, nas palavras-chave ou no resumo, termos relacionados concomitantemente aos três elementos utilizados como parâmetro, a fim de garantir a pertinência: tributos (ex: fiscal, impostos e contribuintes), comportamento (ex: incentivos, estímulo, *nudges*, dissuasão e persuasão) e conformidade (ex: honestidade, desonestidade, evasão e moral). Em seguida, excluíram-se os artigos que não tinham pertinência com o objeto de estudo, por tratarem de intervenções externas no comportamento, como recompensas e punições, e não tinham por objeto a análise de intervenções comportamentais por meio de experimentos de laboratório ou de campo. Após o procedimento de coleta e de exclusão, permaneceram 17 artigos que compuseram o *corpus* de pesquisa (Quadro 2), dos quais sete são experimentos randomizados de laboratório, oito são experimentos randomizados de campo e dois são quase-experimentos. Apenas um artigo conduzido no Brasil satisfaz os critérios de seleção do *corpus* da pesquisa, indicando uma lacuna em ciência comportamental no país.

Quadro 2: Corpus resultante

n.º	Autores e ano	Metodologia
1	Jacquemet et al., 2020.	Experimento de laboratório para testar eficácia do juramento na moralidade e conformidade fiscal.
2	Dimant; van Kleef; Shalvi, 2020.	Experimento de laboratório para testar os efeitos do enquadramento de mensagens de âncora moral na conformidade normativa.
3	Kristal, 2020.	Experimento de laboratório para testar diferença de juramento feito antes e depois da declaração na moralidade.
4	Gillitzer; Sinning, 2020.	Experimento de campo para testar as diferenças de impacto do tempo nas mensagens direcionadas à conformidade tributária.
5	Chirico et al., 2017.	Experimento de campo para testar eficácia de <i>nudges</i> na conformidade de tributo sobre a propriedade.
6	Koumpias; Martinez-Vazquez, 2019.	Quase-experimento de campo para testar o impacto de campanhas de mídia com mensagens de persuasão moral na conformidade tributária.
7	Fochmann; Wolf, 2019.	Experimento de laboratório para testar eficácia da saliência e enquadramento na decisão de evasão fiscal.
8	Schitter; Fleiss; Palan, 2019.	Experimento de laboratório para testar efeitos do anonimato e outras externalidades na moralidade em declarações de tributos ou de seguro.
9	Kettle et al., 2017.	Experimento de campo para testar efeitos de mensagens diversas antes das declarações tributárias.
10	Anderson, 2017.	Experimento de campo para testar efeitos de <i>nudges</i> na conformidade das declarações tributárias.
11	Alm; Bruner; Mckee, 2016.	Experimento de laboratório para testar efeitos das declarações de auditorias dos contribuintes na conformidade tributária.

12	Andrigheto et al., 2016.	Experimento de campo para testar diferenças culturais nos padrões de desonestidade na decisão tributária.
13	Jacobsen; Piovesan, 2016.	Experimento de campo para testar efeito da saliência na desonestidade e a relação com conformidade fiscal.
14	Gächter; Schulz, 2016.	Experimento de campo para testar influência do padrão de violação de regras de cada ambiente na moralidade intrínseca dos indivíduos.
15	Castro; Scartascini, 2015.	Experimento de campo para testar o impacto de mensagens sobre equidade e justiça na conformidade tributária.
16	Mazar; Hawkins, 2015.	Experimento de laboratório para testar a influência da opção padrão (comissão e omissão) na conduta moral.
17	Pereira; Silva, 2020.	Quase-experimento com o objetivo de identificar os fatores que influenciam o comportamento das pessoas na prática da evasão fiscal no Brasil a partir da análise das recompensas internas e externas.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Os textos foram analisados integralmente, no entanto, foram codificados apenas os trechos relativos às observações e conclusões extraídas dos experimentos e os relacionados a resultados de outros experimentos, abrangendo, assim, todas as menções a influências contextuais, exceto as meramente teóricas (não experimentais). Este processo foi conduzido com a utilização do Software MAXQDA Analytics Pro 2020. Os textos foram classificados em códigos a partir do referencial teórico (codificação dedutiva) e a partir dos dados (codificação indutiva) (Miles et al., 2014). Em seguida, foi realizado mais um ciclo de codificação para eventual correção e reclassificação dos trechos nas unidades de análise. Os códigos iniciais foram agrupados pela identificação de características em comum entre eles, obtendo-se as categorias analíticas apresentadas no Quadro 3.

Quadro 3: Categorias analíticas, descrição e número de artigos que mencionam cada categoria

Categoria analítica	Descrição	Número de artigos
Aspectos sociais	Descreve aspectos de influência de normas sociais e decorrentes de sentimentos em relação ao grupo.	10
Motivações intrínsecas	Descreve características internas, sentimentos e preferências individuais.	9
Aspectos econômicos e políticos	Descreve aspectos econômicos e políticos do ambiente.	8
Características do débito e renda do contribuinte	Descreve características relacionadas ao débito e da renda dos indivíduos.	5
Características individuais extrínsecas	Descreve as características externas individuais ou de um grupo.	5

Fonte: Elaborado pelas autoras.

A análise dessas categorias permitiu compreender a dinâmica da influência do contexto de tomada de decisão na eficácia das intervenções comportamentais destinadas a promover a conformidade fiscal, bem como as implicações decorrentes da interpretação desses resultados.

RESULTADOS

Inicialmente, cinco dos artigos analisados (Castro & Scartascini, 2015; Chirico et al., 2017; Dimant et al., 2020; Kettle et al., 2017; Kristal et al., 2020) trazem considerações expressas sobre o fator contexto como determinante para a eficácia das intervenções comportamentais. Estes artigos apontam que intervenções, para serem eficazes, deverão levar em consideração o contexto em que são desenvolvidas e que não devem ser replicadas indiscriminadamente: *“As diferenças entre países, instituições e contextos são importantes e requerem consideração cuidadosa antes que intervenções semelhantes sejam ampliadas em um novo contexto”* (Kettle et al., 2017, p. 12). Uma contribuição importante para o campo de políticas públicas é que políticas universais podem obter efeitos conflitantes quando implementadas, devido às distintas respostas de públicos particulares. Por isso, *“as políticas (particularmente os nudges) devem ser adaptadas aos tipos de contribuintes”* (Castro & Scartascini, 2015, p. 81). E, para tal, os experimentos devem ser estudados tanto em laboratório quanto no campo em que se almeja realizar a intervenção (Dimant et al., 2020).

A seguir, discorre-se sobre os elementos que compõem cada uma das categorias identificadas em relação ao contexto e como estes elementos potencialmente afetam o comportamento dos indivíduos no que se refere à conformidade fiscal. Com exceção do artigo de Pereira e Silva (2020), publicado em português, os outros trechos citados foram traduzidos pelas autoras.

Normas sociais

Os experimentos demonstraram que as normas sociais influenciam no resultado das intervenções comportamentais direcionadas a atuar no comportamento desonesto, visto que *“[...] as pessoas avaliam sua desonestidade justificável com a extensão da desonestidade que veem em seu ambiente social”* (Gächter & Schulz, 2016, p. 498). A aderência às normas sociais é explicitada principalmente por sentimentos de obrigação de conformidade ao grupo que advêm de uma preocupação com reputação social. Conforme apontam Pereira e Silva (2020, p. 239), *“quanto mais há internalização das normas sociais e manutenção do autoconceito, menor é a chance de ser desonesto”*. Schitter et al. (2019) também apontam que quando indivíduos têm fortes preferências sociais e propensão a sentir vergonha, menor será o grau de desonestidade. Assim, práticas honestas e de conformidade estão diretamente relacionadas ao nível de honestidade do grupo social do qual o indi-

víduo faz parte, visto que “*se um indivíduo acredita que os demais cumprem o código tributário, a evasão diminuirá*” (Castro & Scartascini, 2015, p. 68).

Aspectos econômicos e políticos

Quanto aos aspectos econômicos e políticos, constata-se como elementos do contexto a repercussão da confiança dos indivíduos nas instituições e no governo, o nível de corrupção e probidade verificados no ambiente e os aspectos de complexidade e custos de conformidade do sistema tributário. De forma geral, “*sistemas econômicos, instituições e culturas empresariais moldam os valores éticos das pessoas e podem afetar a honestidade individual*” (Gächter & Schulz, 2016, p. 496). Chirico et al. (2017) identificam que, em anos eleitorais, os contribuintes podem optar pela sonegação pois, ao visualizarem de forma mais explícita os potenciais benefícios resultantes dos impostos, podem concluir que não há retornos positivos advindos do pagamento dos mesmos. Koumpias e Martinez-Vazquez (2019) apontam que há forte possibilidade de que, em ambientes com cobrança fiscal fraca, campanhas de informação sejam mais efetivas do que campanhas de persuasão moral.

MOTIVAÇÕES INTRÍNSECAS

Quanto às motivações intrínsecas, são mencionadas a religiosidade e crenças, preferências e tendências individuais quanto ao comportamento honesto ou desonesto, desejo por manter o autoconceito e autoimagem positiva e altruísmo. A motivação intrínseca é considerada por Gächter e Schulz (2016) um elemento crucial porque, por mais fortes que sejam as instituições existentes em um determinado país, elas nunca controlarão todas as situações em que os indivíduos podem escolher trapacear. Por esse motivo, Jacquemet et al. (2020), ao relacionarem as motivações intrínsecas de indivíduos sob juramento de dizer a verdade, apontam que não se pode depender das intervenções sociais baseadas em motivação intrínseca como única forma de garantir honestidade fiscal.

No estudo realizado por Chirico et al. (2017), os lembretes que enfatizaram motivos intrínsecos ou morais para a declaração ou pagamento de impostos atingiram menores níveis de sucesso. Alguns autores apontam que as motivações intrínsecas precisam de amplitude extrínseca para que os indivíduos respondam de maneira honesta: “*Quando um ato desonesto ameaça demais a autoimagem positiva, por exemplo, relatando um resultado extremo que maximiza ganhos, as pessoas preferem denunciar a verdade*” (Jacobsen & Piovesan, 2016, p. 13). Por outro lado, Andrighetto et al. (2016) apontam que indivíduos também podem se utilizar de *fudging* para manter sua autoimagem positiva e reputação moral, isto é, eles trapaceiam até um nível que eles mesmos consideram aceitável.

O experimento realizado por Pereira e Silva (2020) demonstra a complexidade da compreensão metodológica das motivações intrínsecas para a realização de intervenções. A variável religiosidade, analisada em função da frequência à igreja,

não trouxe significância estatística. No entanto, os autores sugerem que esse aspecto “*deva ser analisado em função do caráter intrínseco*” (op. cit., p. 238), ou seja, a religiosidade efetivamente vivida pelo indivíduo (religiosidade intrínseca) e não necessariamente demonstrada pela frequência de cerimônias religiosas atendidas (religiosidade extrínseca).

Características externas dos indivíduos

Koumpias e Martinez-Vazquez (2019) e Andriquetto et al. (2016) relacionam aspectos da honestidade com as características externas dos indivíduos, identificando diferenças na conformidade em relação a variáveis como vínculo profissional, gênero e idade. Andriquetto et al. (2016), por exemplo, identificaram menor conformidade entre homens e entre participantes mais jovens. Já Koumpias e Martinez-Vazquez (2019) apontam que os anúncios televisivos de persuasão moral tiveram efeitos diversos em trabalhadores autônomos e trabalhadores assalariados e pensionistas. Enquanto no primeiro grupo os anúncios tiveram grande impacto, no segundo grupo não tiveram nenhum efeito. Os autores também indicam que “*efeitos heterogêneos por gênero também são potencialmente interessantes*” (op. cit., p. 40).

Características do débito e da renda do contribuinte

Diferentes autores apontam que as características do débito e da renda do contribuinte afetam nos níveis de conformidade: “*Observamos uma heterogeneidade considerável nos efeitos do tratamento quando os níveis iniciais de dívida são considerados*” (Gillitzer & Sinning, 2020, p. 293). Os resultados analisados levam à constatação de uma relação inversa entre a sensibilidade às intervenções comportamentais e o valor da renda, patrimônio, valor ou tempo de atraso do débito. Por exemplo, Chirico et al. (2017, p. 494) identificaram que “*receber uma carta de ameaça de execução melhora significativamente a conformidade para todos os quatro quartis [de renda], mas os efeitos são maiores para aqueles nos dois quartis mais baixos*”. Em outras palavras, quanto maior a renda, tamanho da propriedade, valor do débito e tempo de atraso, menos eficazes são as intervenções (Castro & Scartascini, 2015). Segundo os experimentos estudados, os indivíduos com maiores propriedades ou renda podem ser menos sensíveis ao tratamento porque possuem menor aversão ao risco.

DISCUSSÃO

A pretensão desta pesquisa não abrange a análise da covariância desses aspectos com os resultados das intervenções comportamentais, mas analisar a influência do contexto, de modo amplo, nesses resultados, de modo a melhor compreender a dinâmica da metodologia de formatação das arquiteturas de escolhas e aplicação de *insights* comportamentais para obtenção de maior conformidade fiscal. E, nesse sen-

tido, a análise dos artigos aponta para a interferência de diversas particularidades do contexto no entorno da tomada de decisão tributária na adequação de uma intervenção comportamental para gerar os resultados pretendidos (Thaler & Sunstein, 2009).

Tais constatações refletem que o conceito de racionalidade limitada tem dois componentes conectados, sendo estes as limitações da mente humana e a estrutura dos ambientes em que a mente opera (Simon, 1983), e de que a análise do contexto poderia explicar quando e por que as heurísticas funcionariam bem: quando a estrutura da heurística estiver adaptada ao ambiente (Gigerenzer & Todd, 1999). Nessa acepção, ratifica-se a hipótese teórica desses autores sobre a influência contextual e a advertência de que o que funciona em um domínio pode não funcionar em outro.

Na definição de *nudges* (Thaler & Sunstein, 2009), a previsibilidade dos efeitos constitui aspecto fundamental das intervenções comportamentais. No entanto, em razão dos efeitos nulos e heterogêneos observados, constata-se que nem sempre essa previsibilidade é confirmada, e a influência contextual é mencionada como causa inferida ou hipotética dessa divergência de resultados no *corpus* da pesquisa, conforme demonstrado nos resultados. É interessante relacionar esses resultados à constatação recente, na área de Economia Comportamental, de que as intervenções comportamentais, de fato, têm demonstrado menos eficácia que as previsões fundadas na teoria econômica (Damgaard, 2020).

Assim, sugere-se que o contexto represente um fator relevante para explicar a nulidade, heterogeneidade e diferenças de impacto de resultados em experimentos realizados tanto em campo quanto em laboratório. Por exemplo, Dimant et al. (2020) apontam que nenhuma das intervenções com o intuito de induzir honestidade com apelo à influência social pelo envio de mensagens em diversos formatos – algo com eficácia previamente comprovada em laboratório – resultou em uma resposta comportamental positiva. Eles indicam, no entanto, que os resultados poderiam ser diferentes caso a intervenção fosse aplicada em outros contextos. Da mesma forma, Chirico et al. (2017), no experimento de campo conduzido para testar eficácia de *nudges* na conformidade de tributo sobre a propriedade, demonstraram que não houve impacto pela inclusão de uma mensagem de moral tributária em comparação com o envio de um lembrete simples sobre o débito. Eles também ressaltam que tais lembretes devem ser projetados de maneira apropriada ao ambiente, pois estratégias bem-sucedidas são específicas ao contexto. Por fim, Kettle et al. (2020) demonstraram em seu experimento de campo que nenhum dos tratamentos destinados a influenciar a honestidade, anteriormente bem-sucedidos em outros lugares, teve impacto significativo para gerar conformidade na declaração do imposto. Dentre as várias hipóteses levantadas pelos autores, uma que não pode ser descartada é a ineficácia da declaração de honestidade naquele contexto específico.

No entanto, corre-se o risco de que o contexto vire um grande significante vazio que possa abarcar quaisquer sentidos. No sentido de mitigar esse risco, foi essencial identificar as categorias que, de acordo com a literatura, devem ser levadas em consideração quando refletindo sobre o contexto da arquitetura de escolha. As categorias permitiram identificar que as normas sociais atuam em conjunto com o autoconceito (Pereira & Silva, 2020); que a eficácia da intervenção por lembretes de normas

sociais é influenciada pelas circunstâncias institucionais (Dimant et al., 2020); que pessoas com preferências fortes e estáveis em relação à desonestidade (motivações intrínsecas) têm menor probabilidade de responder às normas sociais (Jacquemet et al., 2020); e também que a prevalência de violações de regras no ambiente social das pessoas, como corrupção, sonegação de impostos ou fraude política, pode comprometer a honestidade intrínseca individual (Gächter & Schulz, 2016).

É conveniente lembrar que a análise individual do comportamento desonesto é realizada pela internalização de normas e valores da sociedade. Tais valores integram a autoidentidade dos indivíduos e servem para estabelecer o limiar entre o comportamento que consideram honesto ou não (Henrich et al., 2001). A internalização, por sua vez, depende do ambiente em que o contribuinte está inserido. A conclusão de que anúncios de televisão com mensagens de persuasão moral funcionam apenas para um público específico e a sugestão de que tais mensagens possam ter menos eficácia que campanhas informativas em ambientes de cobrança fiscal fraca (Koumpias & Martinez-Vazquez, 2019) demonstram a força do ambiente na moralidade intrínseca. Estes exemplos ilustram a diversidade de fatores que exercem influência no processo de tomada de decisão e, portanto, também na eficácia das intervenções comportamentais, bem como a complexidade resultante da inter-relação desses fatores (Gigerenzer, 1996, 2001; Gigerenzer & Brighton, 2009).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudos acadêmicos sugerem que a aplicação de intervenções baseadas na Economia Comportamental para estimular a atenção aos padrões morais para a conformidade fiscal pode ser eficaz, notadamente nos casos em que a desonestidade não decorre da motivação racional padrão e que, portanto, a alteração do desequilíbrio externo entre custos e benefícios se mostra insuficiente. É sobre essa eficácia a preocupação inicial que inspirou a realização desta pesquisa, a qual foi conduzida com o intuito de verificar a influência do contexto decisório nessas intervenções. Para tal, foi conduzida análise de conteúdo de 17 artigos científicos que tratam de experimentos para testar intervenções comportamentais destinadas a influenciar a moralidade no sentido de incrementar a conformidade tributária.

Demonstrou-se que o desenho de arquiteturas de escolha por meio da exploração de heurísticas padrão sem que sejam considerados e compreendidos os aspectos contextuais da tomada de decisão pode ser insuficiente para assegurar os comportamentos desejados, corroborando com a proposta da racionalidade ecológica (Gigerenzer, 2001; Gigerenzer & Brighton, 2009; Gigerenzer & Todd, 1999), ou seja, a análise da estrutura do ambiente, da estrutura das heurísticas e a correspondência entre elas. Em outras palavras, a mente está adaptada ao ambiente e a interpretação das heurísticas depende da compreensão do contexto em que utilizadas. Com fulcro no problema e objetivos da pesquisa, foram identificadas cinco categorias contextuais que influenciam os resultados das intervenções estudadas:

aspectos sociais; aspectos econômicos e políticos; motivações intrínsecas; características individuais extrínsecas; e características do débito e renda do contribuinte.

Os resultados enfatizam a necessidade de dar atenção ao aspecto da validade externa das evidências experimentais de laboratório, ou seja, a extensão em que essas conclusões podem explicar o comportamento real em ambiente natural, um campo científico ainda escasso.

Com essa finalidade, sugere-se a realização de pesquisas que visem aprimorar as evidências empíricas sobre os fatores contextuais que influenciam a eficácia das intervenções comportamentais que buscam aumentar conformidade fiscal em diferentes contextos e em sistemas complexos, a fim de estimular a aplicação da Economia Comportamental para gerar resultados em larga escala. Também seria relevante a disseminação de pesquisas que, ao invés de focar apenas em identificar padrões comportamentais e projetar novos *insights* comportamentais, fizessem comparações entre resultados obtidos em laboratório e em campo, com ênfase na investigação dos fatores que possam influenciar as diferenças de resultados, buscando aprimorar o método dessa ciência e permitir recomendações políticas mais confiáveis.

Por fim, esta pesquisa se propôs a provocar novas reflexões acerca da possibilidade de medidas inovadoras para obtenção de resultados mais eficazes ante a sonegação fiscal, que prejudica a satisfação das necessidades comuns. Para as futuras pesquisas empíricas, o presente trabalho é relevante em virtude da influência que pode provocar para a investigação e aplicação adequada do método, com o objetivo de alcançar resultados de redução da inadimplência tributária. Essa relevância é exacerbada no caso do Brasil, que ainda não efetivou experiências concretas relevantes de aplicação de *insights* comportamentais na cobrança de créditos tributários, especificamente no âmbito federal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allingham, M., & Sandmo, A. (1972). Income tax evasion: A theoretical analysis. *Journal of Public Economics*, 1(3-4), 323-338.
- Andrighetto, G., Zhang, N., Ottone, S., Ponzano, F., D'Attoma, J., & Steinmo, S. (2016). Are some countries more honest than others? Evidence from a tax compliance experiment in Sweden and Italy. *Frontiers in Psychology*, 7(APR), 1-8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00472>
- Angner, E. (2017). *A course in behavioral economics* (2nd ed., Vol. 53, Issue 9). Palgrave Macmillan. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Ariely, D. (2008). *Previsivelmente Irracional: como as situações do dia-a-dia influenciam as nossas decisões*. Campus.
- Ariely, D. (2012). *The (honest) truth about dishonesty—how we lie to everyone, especially ourselves*. Harper Collins.
- Ávila, F., & Bianchi, A. M. (2015). *Guia de Economia Comportamental e Experimental* (F. Ávila & A. M. Bianchi (eds.)).
- Bardin, L. (1994). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Behavioural Insights Team. (2012). Applying behavioural insights to reduce fraud, error, and debt. *Cabinet Office*, 1-38. http://www.behaviouralinsights.co.uk/wp-content/uploads/2015/07/BIT_FraudErrorDebt_accessible.pdf

- Carvalho, C. (2013). *Teoria da decisão tributária*. Editora Saraiva.
- Castro, L., & Scartascini, C. (2015). Tax compliance and enforcement in the pampas evidence from a field experiment. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 116, 65–82. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.04.002>
- Chirico, M., Inman, R., Loeffler, C., MacDonald, J., & Sieg, H. (2017). Deterring Property Tax Delinquency in Philadelphia: An Experimental Evaluation of Nudge Strategies. *National Tax Journal*, 72(3), 479–506. <https://doi.org/10.17310/ntj.2019.3.01>
- Dawes, R.M., & Thaler, R. H. (1988). Anomalies cooperation. *The journal of economic perspectives*, 2(3), 187–197.
- Damgaard, M. T. (2020). A decade of nudging: What have we learned? *Economics Working Papers*, 1–23. https://pure.au.dk/portal/files/191597643/wp20_07.pdf
- Della Vigna, S., & Linos, E. (2020). RCTs to Scale: Comprehensive Evidence from Two Nudge Units. *National Bureau of Economic Research, May*. <https://doi.org/10.3386/w27594>
- Dimant, E., van Kleef, G. A., & Shalvi, S. (2020). Requiem for a Nudge: Framing effects in nudging honesty. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 172, 247–266. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2020.02.015>
- Franceschini, A. C. T., & Ferreira, D. C. S. (2012). Economia comportamental: Uma introdução para analistas do comportamento. *Interamerican Journal of Psychology*, 46(2), 317–326.
- Freitas, G. V. R. (2021). Narrative economics and behavioral economics: Contributions to the behavioral insights on post-keynesian theory. *Brazilian Journal of Political Economy*, 41(2), 372–384. <https://doi.org/10.1590/0101-31572021-3191>
- Gächter, S., & Schulz, J. F. (2016). Intrinsic honesty and the prevalence of rule violations across societies. *Nature*, 531(7595), 496–499. <https://doi.org/10.1038/nature17160>
- Gigerenzer, G. (1996). On narrow norms and vague heuristics: A reply to Kahneman and Tversky. *Psychological Review*, 103(3), 592–596. <https://doi.org/10.1037//0033-295x.103.3.592>
- Gigerenzer, G. (2001). Bounded Rationality – The Adaptive Toolbox: Chapter 3. In *Bounded Rationality – The Adaptive Toolbox* (pp. 36–50). http://pubman.mpg.de/pubman/item/escidoc:2102373/component/escidoc:2102372/GG_Adaptive_Toolbox_2001.pdf
- Gigerenzer, G. (2008). Moral intuition is fast and frugal heuristics? In W. Sinnott-Armstrong (Ed.), *Moral Psychology: Vol 2. The cognitive science of morality: Intuition and diversity*. MIT Press.
- Gigerenzer, G., & Brighton, H. (2009). Homo Heuristicus: Why Biased Minds Make Better Inferences. *Topics in Cognitive Science*, 1(1), 107–143. <https://doi.org/10.1111/j.1756-8765.2008.01006.x>
- Gigerenzer, G., & Todd, P. M. (1999). Fast and frugal heuristics: The adaptive toolbox. In G. Gigerenzer, P. M. Todd, & E. and C. The ABC Research Group (Eds.), *Simple heuristics that make us smart* (pp. 3–34). University Press.
- Gillitzer, C., & Sinning, M. (2020). Nudging businesses to pay their taxes: Does timing matter? *Journal of Economic Behavior and Organization*, 169, 284–300. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2019.11.020>
- Henrich, J., Boyd, R., Bowles, S., Camerer, C., Fehr, E., Gintis, H., & McElreath, R. (2001). In search of Homo economicus: Behavioral experiments in 15 small-scale societies. *American Economic Review*, 91(2), 73–84. <https://doi.org/10.1257/aer.91.2.73>
- Jacobsen, C., & Piovesan, M. (2016). Tax me if you can: An artificial field experiment on dishonesty. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 124, 7–14. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.09.009>
- Jacquemet, N., Luchini, S., Malézieux, A., & Shogren, J. F. (2020). Who'll stop lying under oath? Empirical evidence from tax evasion games. *European Economic Review*, 124, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.eurocorev.2020.103369>
- Kahneman, D. (2012). *Rápido e devagar*. Objetiva.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263–291. *Econometrica*, 47(2), 263–292.
- Kettle, S., Hernandez, M., Sanders, M., Hauser, O., & Ruda, S. (2017). Failure to CAPTCHA attention: Null results from an honesty priming experiment in Guatemala. *Behavioral Sciences*, 7(2). <https://doi.org/10.3390/bs7020028>

- Koumpias, A. M., & Martinez-Vazquez, J. (2019). The impact of media campaigns on tax filing: quasi-experimental evidence from Pakistan. *Journal of Asian Economics*, 63, 33–43. <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2019.05.002>
- Kristal, A. S., Whillans, A. V., Bazerman, M. H., Gino, F., Shu, L. L., Mazar, N., & Ariely, D. (2020). Signing at the beginning versus at the end does not decrease dishonesty. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 117(13), 7103–7107. <https://doi.org/10.1073/pnas.1911695117>
- Mazar, N., Amir, O., & Ariely, D. (2008). More ways to cheat: Expanding the scope of dishonesty. *Journal of Marketing Research*, 45(6), 650–653.
- Melo, T. M., & Fucidji, J. R. (2016). Racionalidade limitada e a tomada de decisão em sistemas complexos. *Revista de Economia Política*, 36(3), 622–645. <https://doi.org/10.1590/0101-31572016v36n03a09>
- Miles, M., Huberman, M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: a methods sourcebook* (3rd ed., Vol. 3, Issue 2). SAGE Publications. <http://repositorio.unan.edu.ni/2986/1/5624.pdf>
- Mozzato, A. R., & Grzybovski, D. (2011). Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. *Revista de Administração Contemporânea*, 15(4), 761–765. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552011000400012>
- Muramatsu, R., & Avila, F. (2017). The behavioral turn in development economics: A tentative account through the lens of economic methodology. *Brazilian Journal of Political Economy*, 37(2), 363–380. <https://doi.org/10.1590/0101-31572017v37n02a06>
- Muramatsu, R., & Bianchi, A. M. A. F. (2021). Behavioral economics of corruption and its implications. *Brazilian Journal of Political Economy*, 41(1), 100–116. <https://doi.org/10.1590/0101-31572021-3104>
- Nesterak, E. (2020). Imagining the Next Decade of Behavioral Science. *Behavioral Scientist*, Jan.
- Paulsen, L. (2020). *Curso de Direito Tributário Completo*. Saraiva.
- Pereira, I. V., & Silva, C. A. T. (2020). A influência das recompensas internas e externas no comportamento das pessoas na prática da evasão fiscal no Brasil. *Revista Contabilidade e Finanças*, 31(83), 228–243. <https://doi.org/10.1590/1808-057x201908290>
- Schitter, C., Fleiß, J., & Palan, S. (2019). To claim or not to claim: Anonymity, symmetric externalities and honesty. *Journal of Economic Psychology*, 71(October 2018), 13–36. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2018.09.006>
- Shadish, W., Cook, T., Campbell, T. (2005). Experiments and generalized causal inference. *Experimental and Quasi-Experimental Designs for Generalized Causal Inference*, 100(470), 1–81. <http://impact.cgiar.org/pdf/147.pdf>
- Simon, H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1884852>
- Simon, H. A. (1983). *Reason in Human Affairs*. Stanford University Press.
- Simon, H. A. (1996). *The Sciences of the Artificial*. Cambridge: the MIT Press.
- Sunstein, C. R. (2014). *Nudging: a very short guide*.
- Tax Justice Network. (2020). The State of Tax Justice 2020: Tax Justice in the time of COVID-19. In *Tax Justice Network* (Issue November). <https://www.taxjustice.net/reports/the-state-of-tax-justice-2020/>
- Thaler, R., & Sunstein, C. (2009). *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Penguin Books.
- Tipke, K., & Yamashita, D. (2002). *Justiça fiscal e princípio da capacidade contributiva*. Malheiros. <https://www.lexml.gov.br/urn/urn:lex:br:redede.virtual.bibliotecas:livro:2002;000639079>
- Zhu, F., & Lakhani, K. R. (2015). From correlation to causation. *Harvard Business School Technical Note 616-009*. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=49204>

