

¿Manipulación o motivación? una breve reflexión sobre el uso de nudges

Manipulation or motivation? A brief reflection on the use of *nudges**

Lina María Zárate Acosta**

Recibido: 14/04/20

Aprobado: 24/06/20

1. ¿De qué estamos hablando?

El presente ensayo tiene como fin realizar una reflexión sobre el uso de los *nudges* o empujones, y se pregunta si esta herramienta, la cual busca incentivar una acción en específico en las personas, se trata de un acto de manipulación o es una estrategia de motivación. Lo anterior, dentro del marco de la aplicación de políticas públicas, es decir, que se indaga por el uso de los empujones desde la esfera gubernamental. De este modo, se presenta lo que se entiende por *nudges*, sus fundamentos teóricos, y algunos ejemplos de cómo se han usado. A partir del abordaje conceptual, se abordará una postura sobre el uso de los empujones como medidas de políticas públicas con base en la indagación sobre la ética y libertad que los atraviesan, discusiones que son vitales tanto en el marco de la gestión pública como de las alternativas de solución que se diseñan.

* Ensayo

** Lina María Zárate Acosta, estudiante de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Javeriana. Correo de contacto: linazarate@javeriana.edu.co

En primer lugar, se aclarará lo que se entiende por política pública en este ensayo: esta comprende el conjunto de decisiones y acciones que emprende el Estado o un gobierno para hacer frente a situaciones que se consideran socialmente problemáticas (Vargas, 1999, citado en Roth, 2002), esto implica orientar comportamientos individuales o colectivos para alcanzar los objetivos deseados que podrán mitigar la situación que se percibe como insatisfactoria (Roth, 2002). Ahora bien, debido a la conjugación de disciplinas como la economía, la psicología, y la administración pública, se comienza a posicionar la noción de gobierno conductual. Dentro de este marco se reconoce la racionalidad limitada del ser humano, en consecuencia, las estrategias para la intervención de la autoridad pública se tornan más realistas y acordes al perfil de los actores (Arellano y Barreto, 2016). De este modo, se incursiona en los *nudges* como herramientas de política pública.

Los *nudges* o empujones reúnen postulados desde disciplinas como la neurociencia, la psicología evolutiva y la economía conductual. Estos se definen como herramientas para modificar el comportamiento de las personas y son entendidos como el conjunto de actitudes y conductas que se presentan en un sistema social, pero su diferencia está en que no funcionan estrictamente como un conjunto de leyes y regulaciones, o en la creación de incentivos económicos con el propósito de provocar un comportamiento específico. El *nudge* se encuentra en la capacidad de influir en la arquitectura de la decisión, es decir, busca tener impacto en el proceso por el cual se decide qué hacer o no hacer (Arellano y Barreto, 2016), sin acudir a la coerción o una reforma del cuerpo legislativo, tampoco prohíbe o elimina otros posibles comportamientos. El epicentro del *nudge* es estructurar un contexto que “empuje” a un comportamiento esperado que es considerado como óptimo.

Un avance importante que tiene la incursión de los *nudges* en el diseño de políticas públicas es que este concepto permite tener una visión más realista sobre el comportamiento de los seres humanos, y esto puede implicar un giro de la Teoría de Elección Racional que se basa en el individualismo metodológico, cuyo principio es la plena racionalidad de los actores: sus acciones responden a un análisis instrumental de coste-beneficio, y un accionar coherente como resultado de una ponderación entre las preferencias, las cuales no son contradictorias ni son intransitivas (Tsebelis, 1991). Al tener una visión más cercana a la realidad del comportamiento, es imposible negar que los sujetos están ubicados en un contexto de información imperfecta, así como sus decisiones también están atravesadas por emociones y creencias.

Los empujones o *nudges* están relacionados con la economía comportamental, la cual complementa el modelo de elección racional al exponer nuevas razones explicativas del

comportamiento de los individuos. En los empujones entran a jugar los valores subjetivos, creencias, supersticiones, y motivaciones derivadas de la crianza y del contexto familiar, es decir, el componente emocional tiene tanto peso como el ideal racional. Como complemento, se encuentra el concepto de anomalía cognitiva propuesto por el economista Richard Thaler (Thaler y Sunstein, 2009). Este concepto hace referencia a las conductas que no pueden ser explicadas desde la Teoría de Elección Racional, dado que muestra que existen elecciones que no se pueden entender desde el supuesto de perfecta racionalidad. La anomalía cognitiva viene acompañada del llamado sesgo del *statu quo* porque presenta la tendencia a la resistencia que tienen los individuos a cambiar su comportamiento, aunque se les hagan explícitas las ventajas y ganancias que conllevaría a un cambio (Monroy, 2017).

Esto implica un giro en la manera en qué se está pensando el diseño de políticas públicas porque exige pensar más allá de actores racionales con preferencias y objetivos claros, y más, en actores con una racionalidad limitada que están acompañados de sentimientos, así como de una historia y tradición que determinan sus creencias, y en consecuencia, sus acciones pueden no ser coherentes o estar influenciadas por el sesgo del *statu quo*.

Dichas estrategias de pequeños empujones deben ser sencillas, es decir, evitar procesos largos y tediosos, entre más fácil o menos pasos tenga, incluso si resulta divertida, el *nudge* será más atractivo y eficiente. De igual manera, este concepto tiene un componente social que permite apelar a la naturaleza de la sociabilidad del ser humano, además porque va creando un tipo de presión sobre su propia imagen. Así, alternativas con una aplicación que impliquen un nivel de compromiso con amigos o vecinos pueden aumentar el nivel de dedicación de las personas hacia una determinada actividad. Como lo explican Arellano y Barreto (2016), el eje central de los *nudges* es modificar la arquitectura de la decisión sin recurrir a medidas coercitivas para que el individuo cambie su comportamiento pues es esencial que la libertad de elección no se vea alterada. En otras palabras, cambiar el contexto en el cual se actúa, sin prohibiciones, imposiciones, o regulaciones, pero sí buscando un empujón que permita influenciar la decisión de la persona, pero siempre dejando la posibilidad de que se retracte.

Asimismo, se han desarrollado metodologías que permiten utilizar los *nudges* en el diseño para intervenciones concretas, como se explica en el informe “EAST- Cuatro maneras simples de aplicar las ciencias del comportamiento”. Entre los mecanismos de acción de estos empujones, se pueden encontrar los siguientes: acudir a opciones predeterminadas o *defaults*, en estas el ciudadano está automáticamente inscrito a determinado sistema (aunque siempre

tendrá la opción de retirarse), con lo cual va generando una aceptación pasiva¹; también se pueden reducir los trámites para acceder a un servicio, como podría ser evitar que los individuos se movilizan a un lugar para realizar un pago mandándoles un *link* de acceso para tal fin; y, del mismo modo, pueden apoyarse en el poder de las redes interpersonales.

Un ejemplo de *nudge* que utiliza mensajes sencillos y contundentes, es la manera como se informa el consumo de energía. Se demostró que al usar recursos gráficos como caras tristes o felices se logró reducir el consumo en San Marcos, California (Thaler y Sunstein, 2009). También, se puede traer a colación la estrategia de presentar el consumo de energía de un hogar comparándolo con el consumo de una localidad, dado que genera el compromiso de cuidar el gasto energético cuando se sabe que las familias vecinas —y con características similares— tienen menor consumo (The Behavioral Insights Team, 2018), de este modo, queda en evidencia la importancia del factor social, de la imagen y la reputación.

Como lo plantea Adam Oliver (2013), muchos países como Suiza, Francia y Dinamarca han comenzado a optar por intervenciones tipo *nudge*. Su principal argumento es evitar sanciones con medidas prohibicionistas porque estas tienen una naturaleza que no se interioriza, y por ende, no se producen cambios comportamentales contundentes. Un caso insignia es The Nudge Unit también conocida como The Behavioural Insights Team creada en el Reino Unido, que apuesta por dar especial atención a temas relacionados con salud, educación y recaudación tributaria.

Un ejemplo bastante claro es el resultado de un experimento realizado en 2017 por investigadores de The Behavioural Insights Team, en el que se presenta la manera como los mensajes de texto que tienen la función de ser recordatorios, y con carácter positivo y motivacional, pueden ayudar a estudiantes en edad adulta a asistir a sus cursos en la universidad, puesto que se había identificado que tenían un alto nivel de deserción en las primeras semanas del calendario académico. Durante la aplicación del experimento, la asistencia aumentó un 7,3 % (Chande, Luca, Sanders, Soon, Borcan, Barak-Corren, Linos, Kirkman y Robinson, 2017).

Por otro lado, un ejemplo de cómo funcionan las medidas por *defaults* u opción predefinida, es la regulación para la donación de órganos. En Colombia se adaptó este tipo de estrategia a través de la Ley 1805 de 2016, la cual establece que todos los colombianos son donantes de órganos y tejidos a menos que expresen lo contrario en vida de la persona. Esto

1 El comportamiento de los ciudadanos tiende a preferir evitar trámites y asumir aquello que ya está preconfigurado, por ejemplo, si ya se está inscrito automáticamente en un fondo de pensiones, es probable que permanezca en este, en vez de tomar la iniciativa para retirarse (Monroy, 2017).

constituye un *nudge* por opción predeterminada, ya que, si bien hay una reglamentación que de manera automática nos convierte a todos donantes, esta no impide que se exprese lo contrario sin acarrear consecuencias. El *nudge* permite entender que existe una aceptación pasiva, pues son pocos los ciudadanos que, efectivamente, se desvinculan como donantes, y en consecuencia, puede permitir un aumento en la tasa de donación, y con este incremento es posible salvar muchas vidas de pacientes que están en lista de espera. De hecho, entre 2016 y 2018 el número de trasplantes ha aumentado en un 21 % (Instituto Nacional de Salud, 2018), sin embargo, es importante mencionar que las personas que terminan inscritas como donantes solo hacen parte del conjunto de posibles donantes, pero esto no los convierte en donantes reales. Según el Informe Anual Red de Donación y Trasplantes, de 3.400 casos potenciales tan solo 398 fueron efectivos (Instituto Nacional de Salud, 2018). Esto puede indicar que aumentar el rango de donantes potenciales permitiría estudiar una mayor cantidad de casos, y con ello, aumentar las posibilidades reales de realizar trasplantes.

Si bien, esta Ley resulta bastante controversial debido a que cambia las reglas de juego transformando a todos los ciudadanos en donantes, también afecta a aquellas familias que sienten que pierden poder de decisión sobre sus seres queridos que han fallecido. No obstante, en ningún momento se obstaculiza la libertad de tomar la decisión contraria, lo ideal sería que esta opción predeterminada estuviera acompañada de adecuadas campañas informativas.

En este punto, es importante definir qué se entiende por libertad personal para fines del presente ensayo. Por esto, se acude a la noción de libertad negativa propuesto por Isaiah Berlin, en esta se habla acerca de *libertad de*, es decir que no hay amenaza de coerción sobre los sujetos para accionar (Isaiah Berlin, como se citó en Serrano, 2014), y de este modo, los cambios en la arquitectura de la decisión no son obstáculos para la libertad negativa, ya que no prohíbe ni elimina las alternativas de elección. De acuerdo con todo lo anterior, es importante mencionar que la lógica que sustenta el uso de los *nudges* o empujes son el *paternalismo suave o libertario*.

Para llegar a su definición, se debe empezar por saber a qué se hace referencia cuando hablamos de medidas paternalistas. Estas aparecen en situaciones donde se supone que los individuos no saben elegir cuál es la mejor opción para ellos mismos, lo que implica la existencia de una voluntad externa que impone restricciones o prohibiciones que conducen a la persona por el camino adecuado (Monroy, 2017). Estas acciones son conflictivas porque implican que los Estados o los gobernantes limitan la libertad (negativa) y la autonomía del individuo, además, se les está obligando a seguir un modelo de actuación sin saber si corresponde a su visión intrínseca de bienestar.

Dados los debates sobre racionalidad limitada de los humanos, las discusiones alrededor del *paternalismo suave o libertario* han tomado fuerza, y esta postura indica que es legítima la intervención que incita o influye a las personas a tomar decisiones que traerán un beneficio al individuo o grupo social (Sunstein, 2017), y en este punto, entra a jugar la modificación de la arquitectura de la decisión. Esto quiere decir, el establecimiento de ciertas condiciones para favorecer un contexto que aumente la probabilidad de elegir la opción que es deseada, y se entiende, es más favorable para el individuo (Arellano y Barreto, 2016).

Basado en lo anterior, al reconocer que los seres humanos no toman decisiones únicamente guiadas por el componente consciente y racional, se da cabida a los gobiernos con orientaciones conductuales para el diseño de políticas públicas, y esto plantea un debate: estos gobiernos se aprovechan de las fuerzas inconscientes o no reflexivas del ser humano (Arellano y Barreto, 2016), y es justamente esta idea de intervención sobre el inconsciente por lo que la estrategia de los *nudges* está sujeta a críticas y debates. De este modo, cabe hacer la pregunta: ¿los *nudges* se tratan de motivación o manipulación? Es importante plantear este debate en un contexto donde el diseño y la elaboración de políticas públicas es cada vez más exigente, en donde las problemáticas sociales se han complejizado, se han tornado profundas y han ido consolidando los llamados *wicked problems*, especialmente, cuando ya se ha demostrado que la lógica de garrote-zanahoria no es totalmente efectiva porque se basa en el paradigma —insuficiente— de la elección racional.

2. ¿Qué podemos decir al respecto?

A continuación, se mostrarán una serie de argumentos y contrargumentos que se pueden dar al afirmar que los *nudges* y empujones corresponden a una estrategia que motiva, mas no manipula. Como ya se mencionó, el paternalismo suave no interfiere en la libertad de decisión de las personas sino que busca guiarlas para alcanzar un bienestar en su cotidianidad, tampoco tiene una noción de obligatorio cumplimiento, pues la meta es influir en la arquitectura de decisión (Sunstein, 2017). No obstante, se podría plantear que los *nudges* implican un acondicionamiento de elementos inconscientes en la psique de las personas, y esto tiene afectaciones en la autonomía y libertad individual de decisión, debido a que es el individuo en cuestión quien tiene la potestad de decidir cuál es el mejor camino para él sin intervención estatal (a menos que incurra en el daño a las demás personas de la comunidad), incluso se puede argumentar que la libertad también incluye el derecho a equivocarse.

De este modo, una posible discusión que se plantearía alrededor de esto es la de ¿quién decide qué es lo mejor para mí?, en otras palabras, ¿por qué el Estado tiene potestad para determinar sobre qué es adecuado para mi vida? La línea entre recomendación y violación de la autonomía personal se vuelve confusa. Como bien se señaló, las elecciones de las personas no encajan en un análisis exclusivamente racional, por ello, decir que a través de los *nudges* se ofrece una mejor alternativa, una que ofrece mayor bienestar, y en consecuencia es más racional, es una contradicción. Además, estos empujones no tienen la facultad de develar plenamente las preferencias de los individuos, en parte, porque los grupos son diversos. No obstante, es posible argumentar que dichas opciones que se entienden como mejores responden a un *estándar oficial*, es decir, sus fuentes pueden estar respaldadas por centros de investigación gubernamentales, u organismos internacionales de carácter científico, que, si bien no están libres de sesgos, cuentan con regulaciones y respaldos de evidencia obtenida bajo los estándares del método científico.

Por más que los *nudges* o empujones funcionan bajo una lógica de *hacer más fácil la decisión*, también se supone que ofrece la información necesaria para tomar mejores decisiones, como es el caso de informar sobre el consumo local de energía para incentivar su ahorro (presión social). Se podría objetar que la información no es neutral, ni la forma sobre cómo se libera la información ni aquello que se omite, más aún sin olvidar que las metas de los individuos son diversas (Stone, 2002). Por ello, es un error asumir una postura por los ciudadanos, así como la de suponer que la información que se presenta es ajena a las emociones e intereses de los grupos a los que van dirigidos los *nudges*.

Se debe decir que los *nudges* y el cambio en la arquitectura de la decisión no obliga a las personas, y la opción de desistir siempre está vigente, ya que la información es un elemento clave: en muchos procesos en los que se toman decisiones esta puede ser determinante, y de igual forma, el cómo se presenta la información también tiene un papel crucial. En el caso de los *nudges*, el objetivo es presentar la información de una manera sencilla, y atractiva, con el fin de poder inducir una motivación que funcione como un modo de pista u orientación del comportamiento esperado. Como explica Deborah Stone en el libro *Policy Paradox* (2002), la persuasión es un instrumento para buscar un comportamiento, y esto tiene dos caras: una de ellas consiste en proveer información y esperar que las personas tomen la decisión más racional porque se tiene la hipótesis que los comportamientos perjudiciales se deben a una postura que parte del desconocimiento; la otra cara, advierte sobre el adoctrinamiento, pues es la manipulación intencional la que actúa en beneficio de unos intereses particulares (Stone, 2002).

Ahora bien, ¿los *nudges* son un tipo de manipulación?, la postura que se argumenta en el presente ensayo establece que no, ya que la naturaleza de estos es diferente. El punto de partida de la manipulación es un escenario en el que las personas no pueden pensar de forma independiente y simultáneamente se impide el ejercicio de deliberación. Además, la manipulación está acompañada del uso masivo de propaganda con un componente de adoctrinamiento. Si bien, los *nudges* reconocen la racionalidad limitada de las personas, estos abogan por ofrecer información sin cohibir ni imponer un comportamiento específico, el espacio para la deliberación y reflexión es vigente y no se ve afectado (no se trata de marionetas). En este sentido, se podría hablar de una *persuasión legítima*.

Lo anterior sugiere que si el mecanismo por el cual se induce a un determinado comportamiento no pone a las personas en una situación dicotómica en la cual se cumple o hay sanción, sino que plantea un escenario que ahorra ciertos procesos y hace más fácil la decisión, entonces no se podría hablar ni de coerción ni manipulación. De acuerdo con esta línea, no se vulnera la libertad de elección (o negativa) porque sigue siendo el ciudadano el que elige aquello que considera mejor para sí mismo, atendiendo a sus propios criterios y en ningún momento se le impone un comportamiento. De hecho, se trata de una estrategia con la intención de persuadir y no de adoctrinar.

Por otro lado, dentro de la elaboración de los *nudges* se debe contemplar que al momento de desistir sea tan fácil como aceptar la recomendación. Es decir, si se trata de una alternativa de opción predeterminada debe existir facilidad en el proceso de retiro, por ejemplo, frente al caso de la Ley 1805 de 2016 en Colombia, si mi decisión es que no quiero ser donante potencial, dicho trámite debe ser sencillo, y más en un contexto en el que la tecnología e Internet están transformando los canales de comunicación. En este punto radica la naturaleza de los *nudges* y el paternalismo suave, no se cohibe ni se sanciona, en cambio, se ofrece una alternativa que puede ser tomada o rechazada.

Ahora, ¿por qué usar *nudges*? Un argumento podría ser la búsqueda del bien general porque a largo plazo estas medidas se pueden convertir en una externalidad positiva para el Estado. Es decir, en acciones que, al ser difundidas en toda la población, terminan trayendo más beneficios. Por ejemplo, las campañas de vacunación para prevenir una epidemia no solo conllevan a un beneficio privado (digamos, un núcleo familiar), sino que tienen un efecto de cascada porque previenen altos y rápidos niveles de contagio, y esto también podría traer beneficios en el ahorro de costos en los tratamientos y evitar, de esta manera, la saturación de las capacidades estatales.

Gracias a los *nudges* o empujones se actuaría desde la prevención y no desde la urgencia. Pongamos por caso la prevención de la obesidad, pues ayuda a que en un futuro el sistema de salud no se sature con el tratamiento de problemas cardiovasculares, respiratorios, o de diabetes, lo cual también consume recursos que son escasos y podrían tener otra finalidad. A través de estas estrategias se crearían formas atractivas, sencillas y sociales para incentivar una vida más saludable desde temprana edad, que conlleve beneficios para la vida de los individuos y evitar sobrecostos en solucionar problemáticas —que se pueden evitar.

Por otro lado, también se puede combatir el razonamiento iluso, este corresponde a ciertas ponderaciones que no tienen sentido lógico al momento de plantear una secuencia de causa y efecto. Por ejemplo, se sabe que el consumo de cigarrillo o el exceso de azúcar acarrearán probabilidades de contraer determinadas enfermedades, pero el razonamiento iluso le diría a las personas que ellos son diferentes o que la posibilidad de estar dentro de la población afectada a futuro es nula (Arellano y Barreto, 2016). Al promover medidas que cambien la arquitectura de decisión es posible que las personas incurran en un proceso de reflexión o de concientización que provoque cambios paulatinos, adquirir nuevos hábitos o verse expuestos a situaciones que posibilitan un cambio, asimismo, puede ayudar la presión social de aquellos que han transformado ciertas rutinas.

En complemento con lo anterior, la *teoría de la autodeterminación* explica que las personas no seguirán consejos o cumplirán las reglas si estas no se interiorizan o tampoco sienten que estas representan su identidad, así como la percepción que no se actúa por voluntad y convicción propia (Disney, Le Grand y Atkinson, 2013), sin esto, es muy difícil cambiar hábitos. Ello explicaría en parte porqué regulaciones de orden externo como multas o amenazas jurídicas no surten el efecto que los gobiernos esperarían, lo que rompe con la lógica de la mayor penalidad posible como causa de los cambios esperados. En contraposición, tendríamos lo que se podría catalogar como regulación interna, la cual no es precisamente contraria a lo que disponen las leyes o las medidas gubernamentales, sino que se trata de la interiorización de dichas regulaciones haciendo que se actué acorde con estas.

Teniendo en cuenta esto, una adecuada estrategia de *nudge* que influya en la arquitectura de la decisión puede terminar persuadiendo legítimamente (ya que, no se quita el poder de la deliberación ni la libertad de acción) en la interiorización de nuevos comportamientos, que pueden ir desde motivaciones para asistir a clases o hacer ejercicio. Es de vital importancia que estas medidas apunten a calar en el sentido de autonomía e identificación de las personas con estas. De lo contrario, castigar y dar “garrote”, hará que los individuos vean

afectado su sentido de autonomía, y con ello, prefieran un comportamiento contrario al esperado (Disney et al., 2013).

3. Conclusiones

Frente a la pregunta planteada en este ensayo sobre el debate alrededor de los *nudges*, de si se tratan de motivación o manipulación, estos no cabrían en la lógica de la manipulación porque no hay ni imposición ni coerción, además, tampoco se presume que los individuos no tienen capacidad de discernir. Es más, los empujones podrían clasificarse con un tinte pedagógico y lúdico, pues este tipo de intervenciones gubernamentales no incurren en una falta ética: se trata de una nueva manera de pensar y promover soluciones como el ahorro de energía.

Dicho esto, es de suma importancia debatir acerca de las estrategias que se plantean los gobiernos con diversos actores de la sociedad, desde grupos de expertos hasta foros ciudadanos que abran espacios de controversia para ponderar y enfrentar resultados. Asimismo, siempre se debe respetar la autonomía de las personas y sus derechos consagrados para que estas medidas no pierdan el carácter de motivación y no incurran en una falta ética (la cual sí se daría en un escenario de carácter obligatorio, ya que tomaría ventaja sobre relaciones asimétricas de poder). De igual manera, las estrategias de empujones deben ser transparentes y sin mayores trabas, sobre todo si el caso es rechazar o no tomar la opción recomendada.

También es importante resaltar que los *nudges* o empujones responden a un panorama cambiante. Desde la academia y su forma de estudiar el comportamiento de los seres humanos, hasta los nuevos retos que implica repensar la manera en cómo se han diseñado políticas públicas: no estamos frente a perfectas máquinas de cálculo, sino frente a seres que se contradicen y se confunden aún sin darse cuenta de ello. En consecuencia, se hace necesario el uso de nuevos instrumentos que tengan un impacto más contundente; además, es necesario tener en cuenta que los ciudadanos no respondemos únicamente a un análisis racional. Por ello, la lógica de imponer costos materiales para cambiar el comportamiento se puede volver obsoleta, sabemos que la vida en comunidad, y las instituciones informales, tienen impacto en la visión de mundo de las personas. Lo anterior indica que es necesario plantear que los *nudges* como herramientas actuales no solamente deben influir en la arquitectura de decisión, también deben propiciar un proceso de interiorización que abra la posibilidad para que los ciudadanos se sientan representados por sus nuevas acciones, y de esta forma, las

terminen involucrando en sus rutinas de manera más reflexiva, lo que implica que pueden ir logrando que los nuevos hábitos mejoren sus estilos de vida.

A modo de cierre, se hace una invitación a repensar para proponer nuevos instrumentos y recursos de políticas públicas que vayan acorde con el mundo globalizado, y pensar también, el fortalecimiento de espacios de deliberación y debate, dado que este tipo de iniciativas podrían respaldarse a través del trabajo mancomunado entre universidades y entidades gubernamentales.

Referencias Bibliográficas

- Arellano, D., y Barreto, F. (2016). Gobierno conductual: nudges, cambio de comportamiento inconsciente y opacidad. *Foro Internacional*, 56, 903-940.
- Chande, R., Luca, M., Sanders, M., Soon, X.-Z., Borcan, O., Barak-Corren, N., Linos, E., Kirkman, E., y Robinson, S. (2017). Increasing attendance and attainment among adult students in the UK: Evidence from a field experiment. *Behavioural Insights Team*. Recuperado de <http://38r8om2xjhh125mw24492dir-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2017/04/ALERT-working-paper-2017.pdf>
- Disney, K., Le Grand, J., y Atkinson, G. (2013). From irresponsible knaves to responsible knights for just 5p: behavioural public policy and the environment. En A. Oliver. (Ed.), *Behavioural Public Policy* (pp. 69-88). United Kingdom: Cambridge University Press.
- Instituto Nacional de Salud. (2018). *Informe Anual Red de Donación y Trasplantes: Colombia, año 2018* (ISSN 2256-408X, 8). Instituto Nacional De Salud. Recuperado de <https://www.ins.gov.co/Direcciones/RedesSaludPublica/DonacionOrganosYTejidos/Estadisticas/Informe-Anual-Red-Donacion-Trasplantes-2018.pdf>
- Ley 1805 de 2016. Por medio de la cual se modifican la Ley 73 de 1988 y la Ley 919 de 2004 en materia de donación de componentes anatómicos y se dictan otras disposiciones. Diario Oficial No. 49.955, Congreso de la República, Colombia, 4 de agosto de 2016. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/base-doc/ley_1805_2016.html

- Monroy, D. (2017). Nudges y decisiones inconscientes: sesgo de statu quo y políticas públicas en Colombia. *Desafíos*, 29, 211-247. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.4725>.
- Oliver, A. (Ed.). (2013). *Behavioural Public Policy*. United Kingdom: Cambridge University Press.
- Roth, A.-N. (2002). Conceptos, teorías y herramientas para el análisis de las políticas públicas. En *Políticas Públicas: Formulación, Implementación y Evaluación* (Primera Edición, pp. 17-51). Colombia: Ediciones Aurora.
- Serrano, E. (2014). ¿Libertad negativa vs libertad positiva? *Andamios*, 11(25), 217-241.
- Stone, D. (2002). *Policy paradox the art of political decision making*. United States of America: Norton & Company.
- Sunstein, C. (2017). *Paternalismo libertario: ¿Por qué un empujoncito?* (M. Palacio (Trad.); 1° Edición Digital). Herder Editorial.
- Thaler, R., y Sunstein, C. (2009). *Nudge. Improving decisions about health, wealth and happiness*. New York, United States of America: Penguin Group.
- The Behavioural Insights Team. (2018). *EAST- Cuatro maneras simples de aplicar las ciencias del comportamiento*. The Behavioral Insights Team. Recuperado de <https://www.bi.team/publications/east-espanol/>
- The Behavioural Insights Team. (s.f.). *The Behavioural Insights Team*. The Behavioural Insights Team Recuperado de <https://www.bi.team/>
- Tsebelis, G. (1991). In defense of the Rational-Choice Approach. En *Nested Games. Rational Choice in Comparative Politics* (pp. 18-47). United States of America: University of California Press.