

#Opinião: Mudar mentalidades ambientais com o Nudge

5 de Agosto, 2021

Muitos são os planos e ações para mitigar as alterações climáticas. São cada vez mais frequentes os seus efeitos extremos como ondas de calor, cheias provocadas por chuva intensa e fora de época, ciclones e outros fatores de instabilidade climática que afetam a Economia Natural, nomeadamente os solos e os recursos hídricos de qualidade.

Mas será que a generalidade dos nossos amigos e conhecidos, aqueles que não leem a Ambiente Magazine, já se aperceberam de tudo isso?! Estará a população em geral disponível para alterar os seus hábitos socioculturais e níveis de conforto em prol do necessário reequilíbrio do Planeta e atingir as metas do Acordo de Paris e a “*Net Zero Emissions*” que Bill Gates tão bem descreveu no seu livro “*Como evitar um Desastre Climático*”.

Para fortalecer este movimento, essencial para as comunidades e para o nosso planeta, em primeiro lugar temos de saber continuar a comunicar, aproveitar todas as oportunidades para mostrar caminhos e soluções que exigem uma transformação de comportamentos e hábitos.

Neste contexto, o “*Nudge*” pode ser uma das ferramentas que permite melhores resultados, assumindo-se de uma forma descomplicada como “*qualquer aspeto da arquitetura de escolha que altera o comportamento de pessoas numa direção prevista, sem coação ou proibição de qualquer opção ou alteração significativa dos seus incentivos económicos*”, usando a definição dos seus impulsionadores, *Richard Thaler e Cass Sunstein*[\[1\]](#).

A fileira do ambiente é talvez um dos setores que mais tem usado as técnicas de *Nudge* para, através do choque e de mexer com o nosso “eu”, mudar mentalidades e comportamentos.

É através da soma de pequenas mudanças comportamentais que se atinge a diferença pelas alterações climáticas, evitando o tendencial aumento da temperatura média no planeta que terá consequências devastadoras, entre outras, através da subida do nível médio das águas costeiras e do *stress* hídrico – que são já uma realidade atual.

Podem existir leis, multas, impostos e taxas mas, no fim do dia, estamos sempre dependentes do comportamento individual de cada um de nós. Empurrões e impulsos para a escolha de comportamentos certos... precisam-se! É aí que deve entrar o *Nudge*... Com todas as suas vantagens visto que têm um custo reduzido, podem produzir resultados de comportamento económico quase imediatos e mantêm a liberdade de escolha.

Esta realidade não é nova! Com certeza, todos os que a idade permita, se recordam da campanha, no início deste século, da Sociedade Ponto Verde onde o chimpanzé “Gervásio” separa com êxito todas as linhas de resíduos,

confrontando a inércia de aprendizagem da população ao afirmar: *“quanto tempo mais precisa você para separar o seu lixo”*. Talvez esta tenha sido uma das primeiras campanhas publicitárias relacionadas com o ambiente que chocou a população e que, realmente, teve efeitos na mudança de hábitos dos portugueses e usou técnicas de nudge, ainda antes da sua divulgação.

A comunicação inteligente dos temas ambientais é um caminho que temos de percorrer coletivamente, recorrendo a ferramentas como o *Nudge*, para estimular a estrutura social da nossa comunidade e leva-la a questionar, por exemplo, se a rega agrícola, de espaços verdes ou a lavagem de ruas deve continuar a ser com água potável ou se a água depois de tratada não deveria ser reaproveitada para estes usos não potáveis em vez de ser “rejeitada” com qualidade para rios e mar – *sim, isso acontece com 98,4% da água residual tratada*.

[\[1\]](#) Pode desenvolver o conceito e ver vários exemplos de múltiplas áreas no livro (versão em português): *“Nudge – um pequeno empurrão. Como decidir melhor em questões de saúde, riqueza e felicidade”* de Richard Thaler e Cass Sunstein.

[blockquote style="3"]Hugo Xambre é o novo cronista da Ambiente Magazine.Todos os meses, o vice-presidente Executivo do Conselho de Administração das Águas do Tejo Atlântico dará o seu testemunho sobre a atualidade no mundo do ambiente.[/blockquote]