

Cientistas comportamentais por trás de Barack Obama

Hélder Lima Gusso

*“Estou lhe pedindo para acreditar.
Não apenas na minha habilidade
para promover mudanças em Washington...
Estou pedindo para você acreditar
na sua própria capacidade de mudar”*

Barack Obama

Mensagem em destaque na página oficial de Obama

Change!

Mudança é a palavra de ordem do Governo Obama. Mas o que é que precisa ser modificado? As leis ou a burocracia de Washington? As políticas públicas? O comportamento dos governantes? Ou o comportamento de todo o povo americano?

Desde sua campanha, Obama deixou claro que as mudanças que estava propondo implicariam em uma radical mudança de referencial sobre o que é o Governo, sua função social e a sua relação com o dia-a-dia do povo que compõe a nação.

A revista TIME de abril de 2009 publicou reportagem apresentando os fundamentos de parte daquilo que está orientando a gestão de Obama para lidar com a mudança. Não é de estranhar que uma grande equipe de psicólogos e economistas comportamentais sejam as referências orientadoras daquilo que está sendo proposto pelo novo presidente.

A mudança de referencial, de um sistema econômico Neoclássico para a Economia Comportamental, implica em drásticas mudanças nas deliberações governamentais e na relação entre Estado e cidadãos. Na Economia Comportamental fica explicitado o grau de influência do Estado sobre as decisões que cada indivíduo toma em seu dia-a-dia. E isso assusta muita gente. Saber que o governo, de certa forma, controla as decisões que tomamos gera insegurança e desconfiança. Por outro lado, no sistema econômico neoclássico, também não estamos livres de controles. Mas esses, ao invés de serem exercidos pelo Estado, ficam sob os cuidados dos marketeiros e empresários que são livres para criar estimulações ou tabus sobre o que parece ser "certo" ou "errado", "chato" ou "legal", "in" ou "out".

Somos humanos e qualquer uma de nossas decisões não é "livre", no sentido de isentos de influências múltiplas. Levamos em consideração muitos aspectos para tomar uma decisão, por mais irracional que ela possa nos parecer. O que Obama ao



adotar a Economia Comportamental como referencial para suas deliberações está fazendo é explicitar parte dessas influências que nos afetam e, principalmente, criar condições que ajudem as pessoas a optar por condutas mais compatíveis com aquilo que se considera ser um bem para a cultura.

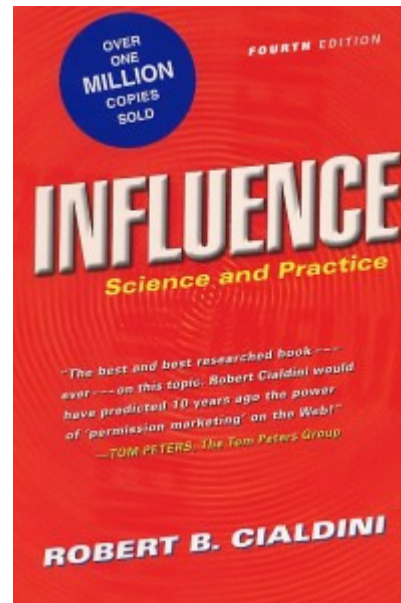
No artigo publicado na TIME há muitas limitações que precisam ser identificadas e mesmo mal entendimentos do que é a aplicação de princípios comportamentais na gestão pública. Por exemplo, ao final do texto, fala-se que "não importa se as pessoas economizam energia para salvar o planeta, para economizar dinheiro ou para fazer igual ao seus vizinhos; mas apenas que de fato economizem energia". De um ponto de vista comportamental, cada um desses motivos refere-se a um comportamento diferente, por mais que o produto final pareça o mesmo. Mas, se o plano de Obama é a construção de um país melhor, será mais apropriado formar cidadãos que identifiquem as consequências a longo-prazo de seus comportamentos e que fiquem sensíveis a essas consequências a ponto de economizar energia para salvar o planeta. Fica a dúvida se os problemas identificados na reportagem são de mau entendidos da própria equipe de Obama (o que, pessoalmente, considero pouco provável por ser uma equipe altamente qualificada), ou de limitações do jornalista que redigiu a matéria...

Apesar de todas as limitações que o texto possa ter, ainda assim vale a pena examinar o que é esse novo referencial no Governo de Obama e suas múltiplas implicações. A construção de um país melhor passa pela mudança de comportamento de seus membros. E é isso que Obama parece estar tentando propiciar. *O quanto suas estratégias podem ser aperfeiçoadas, é um problema que podemos avaliar...*

Como Obama está usando a Ciência da Mudança¹

Duas semanas antes do dia de eleição, a campanha de Barack Obama mobilizou milhões de adeptos; era um pouco tarde para começar a reescrever o *get-out-the-vote* ("GOTV" - expressão utilizada em língua inglesa para se referir a campanhas pra estimular possíveis eleitores de um candidato a votar, já que o voto é facultativo nos EUA.) . "MASSS...", escreveu o diretor adjunto de campanha Mike Moffo para a coordenação nacional de GOTV de Obama, "...e se eu lhe dissesse que uma equipe mundialmente famosa de gênios cientistas, psicólogos e economistas já descreveram as melhores técnicas para um programa de GOTV?!?! Vocês estariam interessados em, pelo menos, dar uma olhada?" Claro que estariam!

Moffo enviou orientações e um exemplo de programa formulado por um conselho de cientistas comportamentais, um grupo consultivo "secreto" formado por 29 eminentes comportamentalistas dos EUA. A principal diretriz foi uma mensagem simples: "Uma grande participação dos eleitores é esperada". Isso porque estudos realizados pelo psicólogo Robert Cialdini e outros membros de sua equipe que tinham encontrado o mais poderoso motivador para que clientes de hotéis reutilizem toalhas, para que os visitantes de parques nacionais se mantenham nas trilhas demarcadas e para que os cidadãos vão votar é a sugestão de que todos estão fazendo isso. "As pessoas querem fazer o que acham que outros irão fazer", afirma Cialdini, autor do Best Seller *Influence* (Influência). "A campanha de Obama realmente teve isso."



A existência deste *dream team* (time dos sonhos) de cientistas comportamentais - que também incluiu os famosos Dan Ariely do MIT (Autor de "Irracionalidade previsível") e Richard Thaler e Cass Sunstein da Universidade de Chicago, bem como Prêmio Nobel Daniel Kahneman de Princeton - nunca foi divulgado publicamente, apesar de seus membros terem apresentado mensagens de apoio e doações públicas para a campanha de Obama, bem como auxiliado em

¹ Artigo publicado na revista [TIME](#) em abril de 2009 e traduzido por Hélder Lima Gusso com colaboração de Murilo Garcia, Olavo Galvão e Angelo Sampaio publicado no site www.sasico.com.br/psico . Se você tiver sugestões de aperfeiçoamento ou correções dessa tradução, envie para o email: heldergusso@gmail.com

Para citar esse artigo:

Grunwald, M. (2009). Como Obama está usando a Ciência da Mudança. Em: **TIME Magazine**. Publicado em 02 de abril de 2009, disponível no site: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1889153-1,00.html>. Traduzido por Hélder Lima Gusso, com versão em língua portuguesa disponibilizada no site: www.sasico.com.br/psico/?p=287

mobilização de eleitores. Todas as propostas da equipe - entre elas a famosa loteria online para arrecadação em que pequenos eleitores concorriam à chance de ter um encontro presencial com Obama - vieram com notas de rodapé citando dados de pesquisas científicas relacionadas. "Foi incrível ter estas propostas nos dizendo o que fazer e a ciência por trás delas", diz Moffo à revista TIME. "Esses caras realmente sabem como fazer as pessoas votarem".

Presidente Obama continua confiando na Ciência Comportamental. Mas agora sua Administração a está utilizando para transformar o país. Pois quando você sabe o que faz as pessoas irem votar, é muito mais fácil ajudá-las a promover a *mudança*.

O fator "empurrão"

Todos sabemos que Obama ganhou a eleição por parecer mudança, soar como mudança e nunca parar sua campanha por mudança. Mas ele não declarava mudança apenas em Washington - ou mesmo mudança apenas nos Estados Unidos. A partir de suas declarações de que "mudança vem de baixo para cima" para suas advertências acerca de "uma era de profunda irresponsabilidade", Obama apelou à mudança nos americanos [de seus comportamentos]. E não apenas em banqueiros e agentes de seguro - mas em todos nós. Seu mantra "nós somos a mudança que estávamos esperando", pode parecer como um dialeto da hora, mas estava de fato no cerne de sua agenda.

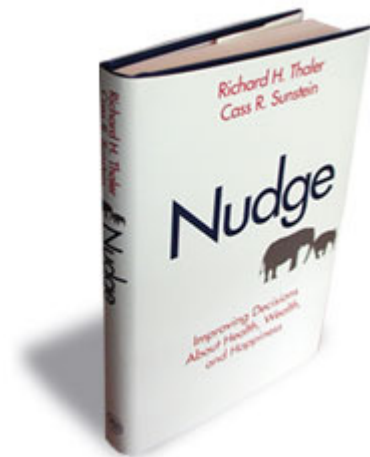
Na verdade, Obama está apostando sua presidência em nossa capacidade de mudar nossos comportamentos. Suas principais prioridades - economia, saúde e energia - dependem disso. Temos de gastar mais dinheiro agora para evitar uma depressão financeira a curto prazo e, em seguida, guardar mais dinheiro mais tarde, para garantir o futuro econômico de longo prazo. Temos que consumir menos energia para reduzir as nossas importações de petróleo e as emissões de carbono, bem como nossas despesas domésticas. Precisamos parar de fumar e evitar outros comportamentos arriscados que trazem danos à saúde das pessoas e aumentam os custos dos cuidados de saúde que estão devastando a "saúde fiscal" do país. Basicamente, nós precisamos fazer melhores escolhas - sobre hipotecas e cartões de crédito, seguros e planos de aposentadoria - assim não precisaremos de ajuda pelo caminho.

O problema, como qualquer pessoa que tenha um parente guloso ou um alcoolista na família, ou que estoura constantemente o limite do cartão de crédito sabe, é que velhos hábitos são difíceis de mudar. A tentação é forte. Nós somos fracos. Temos abundância de gurus, apresentadores de TV e celebridades nos dizendo para poupar energia, perder peso e viver com nossos próprios recursos, mas ainda estamos dependentes do petróleo, comida gordurosa e dívidas financeiras. É justo perguntar se somos mesmo capazes de mudar.

Mas as descobertas recentes da ciência sugerem que sim, nós podemos. Estudos de todos os tipos de fragilidades humanas estão revelando meios para ajudar pessoas a mudar - não só através de regras ou bonificações financeiras, mas

também por meio de sutis incentivos que preservam a liberdade de fazer escolhas ao mesmo tempo que nos encoraja a tomar melhores decisões, desde a adesão a planos de aposentadoria (no original o autor utiliza a expressão *401(k)*, que nos EUA representa um plano específico de aposentadoria bancado pelas empresas e com incentivo fiscal do governo) que nos exigem optar por poupar ou não por uma boa aposentadoria a aparelhos que nos avisam quanta energia estamos consumindo. Esses incentivos podem desencadear grandes mudanças; em 2001, uma pesquisa mostra que apenas 36% das mulheres aderiram a planos de aposentadoria quando tinham que se inscrever por ele, mas quando eram automaticamente inseridas em um plano de aposentadoria [sem nenhum trabalho para se inscrever e tendo a opção por não aceitar], 86% optavam por aderir ao plano.

Não é por acaso que o orçamento do Obama propõe um programa ambicioso de matrícula automática em pensões aos locais de trabalho que não oferecem planos de aposentadoria, ou que seu pacote de estímulo econômico tem bilhões de dólares destinados para aparelhos que controlam consumo de energia. Ciência comportamental - em especial o crescente domínio da economia comportamental que foi popularizada pelos livros *Freakonomics*, *The Wisdom of Crowds*, *Predictably Irrational*, *Nudge* and *Animal Spirits*, que são os mais lidos no "mundo de Obama" - já estão modificando dezenas de políticas administrativas. "Isso realmente se aplica a todas as grandes áreas em que precisamos mudar", diz o diretor do orçamento de Obama, Peter Orszag.



Orszag foi um descarado *geek* [excentrico] comportamental desde que ele leu o estudo que embasa o programa de aposentadoria "401 (k)". Seu substituto, Jeff Liebman de Harvard, é um importante economista comportamental, como também são o conselheiro econômico da Casa Branca Austan Goolsbee da Universidade de Chicago, o Secretário Adjunto do Tesouro Alan Krueger de Princeton e vários outros de seus principais assessores. Sunstein, foi nomeado para ser regulamentador do governo Obama. Mesmo o diretor do Conselho Econômico Nacional Larry Summers tem feito trabalhos em finanças comportamentais. E o economista de Harvard Sendhil Mullainathan está organizando uma rede independente de peritos comportamentalistas para apresentar idéias políticas à Administração Federal.

Obama aprecia a motivação humana relacionada à organização social, e sua retórica muitas vezes soa como se fosse extraída de um livro sobre comportamento. Ele também leu o livro *Nudge*, que inspirou-lhe para escolher o seu amigo Sunstein - mais conhecido como um estudioso constitucional - para coordenar o Serviço de Informação e Assuntos Regulamentares, o obscuro mas influente departamento do Instituto de Gestão e Orçamento Federal, onde as regulamentações federais são revistas e reescritas. "Cass é uma das pessoas na Administração que ele melhor conhece", diz Thaler, fundador do campo da economia comportamental e co-autor do livro *Nudge*. "Ele sabia o que estava fazendo quando deu a Cass esse trabalho."

O primeiro sinal da mudança comportamentalista no governo veio à tona em 1 de abril, quando os americanos começaram a receber 116 bilhões de dólares provenientes de cortes de impostos de folha de pagamento pelo pacote de estímulo a economia. Obama não está enviando o retorno dos impostos pagos em apenas um cheque anual. Razão para isso: o objetivo do pacote é incentivar os gastos dos consumidores, e as pesquisas mostram que somos mais propensos a poupar dinheiro ao invés de gastá-lo quando recebemos uma grande quantia. Em vez de entregar uma grande quantia única aos trabalhadores, Obama assegurou que os cortes fiscais serão pagos por meio de deduções graduais, de forma que o dinheiro chega como um pequeno aumento no salário do trabalhador. A idéia, explica um assessor, está em estimular as pessoas a gastar o dinheiro extra.

Os esforços de Obama para nos mudar, implica em um sério risco político. Republicanos já rotularam como um Estado-babá, como um elitista Big Brother nos ensinando como encher pneu do carro ou que deve-se ler para nossos filhos. Temos um presidente eleito, e não um treinador para a vida (*life-coach*), e talvez não queiramos que os funcionários eleitos desafiem nosso direito de sermos preguiçosos e gastar muito tempo vendo televisão [em inglês, *couch potatoes*]



As intervenções de Obama parecem valorizar estratégias que preservam mais a livre-escolha do que regulamentações rígidas, concepção que Thaler e Sunstein, co-autores de *Nudge*, chama de "paternalismo libertário". Mas, ainda assim, continua sendo um tipo de paternalismo, e Sunstein terá agora o poder de colocá-lo em ação. A idéia de que funcionários públicos, ainda que bem intencionados, tentem modificar nossos comportamentos individuais para produzir mudanças pode nos parecer um pouco assustadora.

Encare isso: Obama tem razão. Nossas emissões de carbono estão fervendo o planeta e a maior parte da energia gasta é em desperdícios. As despesas com Saúde estão quebrando as Finanças do estado, e a maior parte dos motivos que fazem as pessoas irem ao médico são relacionados a comportamentos inadequados. Nós realmente precisamos mudar, e sabemos muito bem disso.

Então, por que nós não mudamos? E como poderíamos mudar? Os comportamentalistas tem idéias, e o Governo está escutando.

Economia para o mundo real

Obama se comprometeu que a regulação do sistema financeiro seria baseado "não em modelos abstratos... mas no conhecimento disponível sobre como as pessoas atualmente tomam decisões financeiras". Está é uma forma clara de dizer

que essa regulação será orientada pela economia comportamental e não pela economia neoclássica.

A economia neoclássica - Outra especialidade da Universidade de Chicago - já tem governado nosso mundo durante décadas. É a doutrina que os mercados melhor conhecem: quando o Governo mantém suas mãos longe das empresas, o capital migra para campos mais produtivos e a sociedade prospera. Mas esse elegante modelo dependem de uma ousada suposição: decisões racionais tomadas por pessoas com interesses particulares criam mercados eficientes. A Economia Comportamental contesta esse pressuposto e o atual colapso financeiro acabou de despedaçá-lo de vez; mesmo o antigo presidente do FED (Reserva Federal do Tesouro Americano) Alan Greenspan confessou que a visão de mundo da Escola de Chicago foi abalada. "Nós não poderíamos ter planejado melhor campanha de marketing para Economia Comportamental.

A Economia Comportamental não ignora as forças do mercado explicadas pela Economia (no original o autor utilizada a expressão *Econ 101*. Nos currículos americanos a disciplina mais básica de um curso geralmente tem o número 101, e *Econ 101* refere-se a formação básica em Economia), mas explicita conhecimento tradicionalmente estudado na *Psych 101* (nas disciplinas de Psicologia). Os comportamentalistas sempre souberam que, na verdade, homens não agem como o modelo super-racional do *Homo Economicus* da visão de mundo neo-clássica. São anos de estudos sobre pacientes que não tomam seus medicamentos, de adultos que mantém relações sexuais sem proteção, além de várias outras decisões imperfeitas dos homens que explicitam a irracionalidade do *Homo Sapiens*. Algumas de nossas irracionalidades são muito específicas, tais como uma supervalorização das coisas que temos, excessivos alimentos em grandes depósitos, superestimar a probabilidade de eventos improváveis - o que fez a campanha de arrecadação de fundos via loteria eletrônica "Conheça o Barack Obama" ser uma idéia inteligente. Mas, em geral, somos ignorantes, míopes e temos tendência a manter o *status quo*. Nós não somos tão inteligentes quanto Larry Summers. Nós procrastinamos. Nossos impulsivos *ids* esmagam a lógica de nossos *superegos*. Planejamos perder peso, mas ooh - um bolo! Somos especialmente irracionais em relação ao dinheiro; pagamos mais pela mesma coisa se pudermos usar um cartão de crédito, se pensarmos que está em promoção, ou se é comercializado junto a fotos de mulheres bonitas. Não é de estranhar que solicitamos financiamentos que não podemos pagar. Não é de estranhar que nossos banqueiros aprovam tais financiamentos.

"Nós realmente queremos fazer melhores escolhas", explica o economista Dean Karlan de Yale. Ele é co-fundador da stickK.com, em que usuários fazem "contratos de compromisso" para dar dinheiro pra caridade ou amigos - ou mesmo para "anti-caridade" que eles desprezam - caso não consigam atingir seus objetivos pessoais como parar de fumar e perder peso. "Mas nós precisamos de ajuda para conseguir conquistar nossos objetivos".

A Necessidade de saber

O primeiro passo é o conhecimento. Estudos sugerem que melhores informação - sejam a partir de anúncios de serviço público, representadas por personalidades respeitadas, ou mesmo em novelas para ajudar a reduzir gravidez na adolescência e outros males sociais nos países em desenvolvimento - pode nos ajudar a fazer melhores escolhas. Houve uma corrida atrás de



lâmpadas com melhor eficiência energética após Oprah indicar aos espectadores de seu programa para comprá-las, do mesmo modo, a hora na Casa Branca de Michelle Obama estimula pessoas aos produtos frescos. Nós não percebemos que deixar nossos carros em marcha lenta consome mais energia do que liga-los e desliga-los, ou que a granola é rica em gordura. E algumas das nossas escolhas são simplesmente confusas, e é por isso que é tão fácil de tropeçar em taxas ocultas e pagamentos de balões durante um financiamento. Mesmo doutores podem se confundir com toda a papelada de nossa sociedade; Thaler e Sunstein contar uma história em *Nudge* sobre a luta de um economista saudável para conseguir prescrição de remédios para seus pais.

Nudge valoriza rígidas regras de divulgação e de clareza, para nos ajudar a tomar decisões mais fundamentadas sobre empréstimos para habitação, empréstimos pra financiar educação, cartões de crédito, planos de saúde e planos de aposentadoria. Thaler cita uma ordem executiva, assinada por Obama em seu segundo dia no cargo, em que solicita uma nova transparência nos processos por meio das novas tecnologias. "Isso é exatamente o que estamos a falar", diz Thaler. "Se em vez das 30 páginas de uma porcaria inteligível que vem com uma hipoteca, você puder carregá-lo com um clique em um site que irá explica-lo e ajudá-lo a avaliar as alternativas, o processos se torna tão fácil quanto fazer uma compra qualquer."

Mais informações podem nos tornar mais saudáveis, razão pela qual o pacote de estímulo financeira destinou \$ 1,1 bilhões em pesquisas para comparar eficácia de intervenções. Orszag tem pilhas de gráficos que evidenciam que os procedimentos médicos e seus custos variam amplamente em todo o país, mas com pouca clareza sobre o que de fato funciona em saúde pública. Ele pretende documentar as melhores práticas - desde lista de procedimentos em salas de emergência que reduzem drasticamente quantidade de infecções, a protocolos para avaliar quando novos testes ou cirurgias podem de fato ajudar - e, em seguida, implantar tais práticas em todos os serviços médicos públicos. Essa concepção já ajudou os anestesiológicos americanos a reduzir mortes, bem como custos.

Ainda assim, somente informação não é o suficiente para a mudança. Todos nós já sabemos que não devemos fumar ou se entupir de doces, mas o conhecimento não é tão poderoso quanto a motivação; mesmo Summers precisaria perder alguns quilos. Velha piada comportamentalista: Quantos psicólogos são necessários para trocar uma lâmpada? Resposta: Apenas um, mas a lâmpada realmente precisa querer ser trocada.

Tem que ser fácil

Econ 101 (disciplina básica de economia nos cursos de graduação) ensina que são os preços dos produtos que promovem mudanças, e é verdade que cobrar 4 dólares pela gasolina nos levaria a dirigir menos. Mas os preços não são tudo.

Essa é a razão pela qual as alternativas que parecem ser o padrão tem tanto poder. A maioria de nós poupará dinheiro para a aposentadoria, executará o computador no modo eficiente de energia e será doador de órgãos se tiver que agir para não fazê-los - mas não os faria se tivesse que tomar alguma medida para fazê-los. Por exemplo, a alguns anos atrás, quase ninguém optou por um serviço alemão de energia limpa até que ele se tornou o padrão. Quando isso aconteceu, 94% da população começou a utilizá-lo. É mais provável que a pessoa vá ao médico para cuidados preventivos, como tomar vacina contra a gripe, se já tiver um horário marcado para fazê-lo. Em um discurso no ano passado, Orszag chegou a sugerir que tivéssemos sistema de marcação automática de consultas médicas para a população, tendo a opção de desmarcar a consulta. O próprio Orszag admitiu que isso pode parecer "um pouco esquisito a primeira vista, ou mesmo a segunda vista", mas o fato é que funciona.

Mas idéias como essas estão para começar. O Governo espera fazer uso da inércia das pessoas para implantar os planos automáticos de pensão, um passo importante rumo a contas de poupança universais, e para diminuir drasticamente a quantidade de requisições de americanos por ajuda financeira do Governo Federal. O esforço pela informatização dos registros de saúde da população - outro importante item do pacote do governo - podem melhorar a relação custo-benefício dos procedimentos e medicamentos utilizados em tratamentos. Os idosos que não escolheram planos de saúde ou planos de medicamentos (recurso disponível nos EUA) poderiam ser automaticamente inscritos em planos de baixo custo. "Seria bom se todos nós se comportassem como supercomputadores, mas isso não é como nós somos", diz Orszag.

Enquanto a equipe econômica de Obama procura por soluções indolores, rápidas e fáceis para nossos instintos sem fáceis explicações, seu discurso frequentemente explicita a importância de nos prepararmos para tolerar algum grau de dor e incômodo. Ele nos convida a não ocultar as pressões, a aceitar que nós estamos em um prolongado desconforto mas sem se acostumar a ele, e para focar em nossos valores. Isso é muito similar com as premissas básicas da "terapia da aceitação e compromisso" (ou ACT), um dos mais recentes avanços na Psicologia Comportamental. Em vez de ajudar fumantes a ignorar seus vícios ou a pessoas que sofrem dor-crônica a pensar em outras coisas - a velha abordagem da negação - a

"terapia da aceitação e compromisso" ensina pessoas a identificar seus pensamentos negativos e, em seguida, a superá-los, concentrando nos valores importantes para a pessoa. Um rápido exame dessa forma de terapia mostra que parece estar ajudando fumantes a parar, obesos a perder peso, pacientes com dor crônica e diabetes a permanecer sem necessidades de internação em hospitais. O psicólogo Steven Hayes, da Universidade de Nevada em Reno, acredita que nossa cultura de prozac tem nos ensinado a evitar qualquer desconforto, deixando-nos relutantes em exercer ou ajustar nossos "termostatos". Nós supostamente vivemos para estar sempre felizes" (*happy-happy-boo-boo*), diz Hayes. "Obama está tentando nos ajudar a superar isso".

Mas Obama não é um terapeuta mudando indivíduos, um de cada vez. Ele é um gestor público tentando construir uma comunidade e a inspirar ações coletivas por meio de pequenos grupos ou por recursos tecnológicos como o Facebook, bem como por meio de seus discursos sobre os valores partilhados pela nação. Em outras palavras, ele está tentando criar normas sociais - promover mudanças comportamentais de larga escala no país.

Todo mundo fazendo!

Que mensagem seria mais apropriada para moradores economizarem energia elétrica: um apelo à sua consciência ambiental, ou um apelo à sua carteira? Cialdini testou essas estratégias em um experimento na cidade de San Diego e a resposta foi: nenhuma delas. O que funcionou foi um apelo à "conformidade". Os moradores utilizaram menos energia quando disseram a eles que seus vizinhos estavam consumindo menos energia. Somos membros de uma espécie gregária, mais propensos a sermos obesos se as pessoas importantes para si também o são.

Alan Gerber de Yale em um estudo em 2005, conseguiu aumentar incríveis 8,6% da participação dos eleitos de Michigan nas eleições, por meio de uma única carta com "pressão social" que dizia haver um registro da quantidade de participação da vizinhança em eleições passadas e que na próxima eleição também seria mensurada a participação da vizinhança e que um relatório indicando quem votou nessa eleição seria enviada a todos. (A campanha de Obama chegou a cogitar enviar carta semelhante, mas decidiu não correr o risco de uma reação negativa). E a vergonha também funciona; Mesmo alguns executivos da AIG devolveram seus bônus [financeira que recebeu dinheiro do Governo e o distribuiu sob forma de bônus a seus executivos deflagrando um escândalo nacional]. Cialdini relata que imagens do cérebro mostram que quando pensamos estar fora de passo em relação a nosso pares, a parte do cérebro que registra dor apresenta atividade mais frequente. "Isso é um incrivelmente poderoso incentivo a ação", diz ele.

As normas sociais ajudam a explicar porque as pessoas não optam por sair de um 401(k) [plano de aposentadoria] quando este é oferecido automaticamente: Não é apenas por sermos demasiadamente preguiçosos para marcar um "x" em um formulário, mas por crer que o padrão é a coisa certa a fazer. O incentivo de Obama por investimentos em calefação para milhões de lares - outro incentivo a ganância - exigirá novas normas. Em Oregon, um programa de incentivo para a troca de

janelas e isolamento térmico para casas sem quase nenhum custo tem uma resposta morna. Mas após uma intensa campanha de mobilização realizada por conselhos comunitários, igrejas, grupos de escoteiros que batiam de porta em porta perguntando porque as pessoas ainda não tinham isolamento térmico - 85% das casas no estado foram inscritas no programa. "O que funcionou foi criar um sentimento de que estamos todos juntos nesta e que você será um desviante se não se juntar a nós", lembra Ralph Cavanagh do Conselho de Defesa dos Recursos Naturais. Esta é a razão pela qual cartões, jornais comunitários ajudam a promover prevenção de saúde e porque competições de conservação entre dormitórios [prédios em que moram estudantes] ajudam colégios a poupar energia. E é por isso que os funcionários do Governo - depois do efeito "manada" de pessoas retirando desesperadamente seus dinheiros dos bancos com medo que quebrem, citado no livro *Animal Spirits* - tentam aumentar a confiança dos consumidores em uma norma social.

Às vezes precisamos de um empurrão

Mas provavelmente nós não gastamos se não tivermos dinheiro. Assim como não é viável utilizar transporte público se não houver nenhum em nosso bairro. O *bully pulpit* [local em que qualquer cidadão tem voz para reclamar de problemas públicos para o Governo. Talvez equivalente as sessões abertas nas câmaras de vereadores no Brasil] tem seus limites - Michelle Obama literalmente tem incentivado o consumo de brócolis, mas ela não tem como fazê-lo ter gosto de um delicioso brigadeiro. "Eu adoro nuggets, mas as vezes precisamos de mais do que isso", diz Mullainathan de Harvard. As vezes precisamos de um empurrão. As pesquisas mostram que a mudança pode acontecer quando é fácil e popular, mas torná-la lucrativa - ou até mesmo obrigatória - pode fazê-la acontecer com mais certeza.

Esta é a razão pelo recente interesse do Estado na tributação da gasolina, bebidas alcoólicas, eletricidade e até mesmo em produtos com gordura trans para desencorajar comportamentos inadequados enquanto ao mesmo tempo se fecham as lacunas no orçamento. Obama já elevou os impostos sobre cigarros e tem planos para acabar com a ausência de impostos para a extração de petróleo e para *offshoring* [internacionalização da produção de bens, visando mão de obra e impostos menores em outros países, como a China]. Obama parece estar ainda mais ansioso para diminuir a carga de impostos sobre comportamentos desejáveis como poupar dinheiro, atividades relacionadas ao ensino, climatização de ambientes, compra de carros eco-eficientes e de equipamentos que economizem energia. Obviamente, sua política energética vai além de incentivos; quer uma rigorosa limitação na quantidade de emissões de carbono. Obama também já sinalizou o criação de um programa nacional de plano de saúde obrigatório para todos os americanos.

Se o modelo econômico neoclássico solicitava que o Governo nos deixasse em paz para fazer o que queremos, a Economia Comportamental abre espaço para o Governo nos ajudar a fazer aquilo que faríamos se fossemos pessoas racionais. Infelizmente, as características que tem detonado Washington nos últimos anos - inércia, negação, alergia a complexidade, preferência pelas gratificações a curto-

prazo ao invés dos planejamentos a longo-prazo - são nossos próprios pontos fracos. Os membros do Congresso também são pessoas; eles provavelmente também aceitam mudanças apenas quando são fáceis, populares e gratificantes. Nós realmente queremos que eles tentem nos mudar?

Michelle Obama nos advertiu durante a campanha, "[Barack] vai exigir que você acabe com seu cinismo, que você deixe para trás suas fragmentações, que você saia de seu isolamento, que você saia de sua zona de conforto, que você torne a si próprio uma pessoa melhor". O presidente enfatizou isso em seu discurso de posse, quando pediu aos americanos superar problemas infantis e escolher a esperança ao invés do medo.

Mas nós não precisamos mudar nossos corações assim. Planos de aposentadoria, aplicações financeiras simples, termostatos programáveis e protocolos médicos mais eficientes e com menores custos podem nos ajudar a fazer as coisas certas mesmo que continuemos a ser ignorantes, preguiçosos, gananciosos ou infantis. Não importa se poupamos energia porque nos preocupamos com a Terra, com o próprio dinheiro, ou com nossos vizinhos; o que precisamos é economizar energia. O Governo precisa fornecer as regras certas, os incentivos e empurrões para nos ajudar a fazer escolhas certas. Será muito bom se Obama conseguir mudar nossas normas sociais para que formas mais sustentáveis e ecológicas de vida, alimentação saudável e uma maior responsabilidade financeira sejam a nova identidade do povo americano. Mas para isso não basta mudar as leis em Washington. Nós precisamos de melhores políticas, não melhores atitudes.

A literatura comportamental nos ajuda a enxergar a loucura humana, e conhecer essa loucura pode até nos deprimir. Mas essa literatura também nos oferece meios de transcender a nossa loucura, meios mais efetivos para lidarmos com nossos *ids*, para superar nossa conformidade, inércia e fraqueza, para deixarmos de fazer coisas que farão mal a nós mesmos e a nosso país. "No mundo físico, nós compreendemos nossas limitações", diz Ariely. "Ninguém fica chateado por não podermos voar. Simplesmente pojetamos algo para nós ajudar a voar." Se Obama nos ajudar a voar para superar nossos maus hábitos, ele vai proporcionar a mudança que precisamos.