

Variáveis psicológicas no estudo da comunicação

Elza Dias Pacheco *

INTRODUÇÃO

O homem, para existir e fazer história, deve produzir meios que satisfaçam suas necessidades básicas, ou seja, ele deve produzir sua vida material, sua existência.

No processo de autoproduzir-se o homem entra em confronto com a natureza, transformando os produtos naturais em produtos sociais. Desta forma ele cria a cultura e estabelece relações sociais que ocorrem pela cooperação, na divisão de trabalho necessária ao processo produtivo.

Pode-se, assim, dizer que o homem para modificar o curso de sua existência e participar de sua evolução bio-psico-cultural desenvolveu o processo comunicativo, tornando-o uma ação reflexiva que lhe permite, através do passado e do presente, fazer projeções futuras e previsões que orientam os seus comportamentos e o seu modo de *ser* e de *estar* no mundo.

A partir disto, o homem não vive apenas o *aqui* e *agora* pois as suas estruturas cognitivas permitem-lhe re-presentar realidades ausentes, já que como ser social ele é capaz de simbolizar, atribuir significados e refletir sobre abstrações, em termos de hipóteses.

Mas, como disse John Doone, "homem algum é uma ilha em si mesmo", surgindo, então, a necessidade do diálogo (conhecimento a dois), da comunicação (pôr em comum), enfim, das relações interpessoais que não se reduzem a meros contatos, de um ocasional gregarismo, mas constituem a troca de informações cuja finalidade é a participação social.

Desta forma, a partir da segunda metade do século passado, começaram a surgir preocupações crescentes, de ordem pragmática e cien-

* Doutora em Psicologia (PUC-SP). Professora de Psicologia da Comunicação da ECA-USP.

tífica, referentes ao processo e possíveis efeitos do fenômeno denominado Comunicação, que caminhava paralelamente ao desenvolvimento do homem.

Tais preocupações começaram, no início do século, a demandar o interesse dos especialistas, nas ciências do comportamento, para os fenômenos massivos e, em seguida, para as mensagens veiculadas pelos meios de comunicação de massa, originando áreas de trabalho até então inexistentes, passando, rapidamente, do campo artesanal para o científico.

Em termos gerais, o estudo da comunicação só será compreendido numa visão de totalidade, que considere todos os fatores determinantes como: específicos do próprio sujeito, do grupo familiar, congênial e institucional; aspectos culturais específicos e gerais e, finalmente, os determinantes históricos passados e presentes.

Aceitando-se a interdependência destes fatores, estaremos procurando na história as transformações do sujeito da ação no relacionamento dialético, homem-mundo.

O PROCESSO DE INTERAÇÃO SOCIAL COMO RELAÇÃO DE COMUNICAÇÃO

Conforme vimos na introdução, o problema da comunicação e das relações interpessoais, embora focado por diferentes áreas do conhecimento, ainda carece de sistematização enquanto processo. De nada adianta teorizar sobre comunicação e aplicar tais conhecimentos em cursos de Dinâmica de Grupo, onde, em geral, as situações são criadas de forma artificial, enquanto não se compreender o processo interacional em termos de comunicação, com o sentido que lhe dá Pasquali.

Para ele, o termo comunicação deveria referir-se ao ato interlocutório através do qual as pessoas estabelecem uma relação social, interpessoal ou dialógica, na qual ocorre uma interação biunívoca do tipo "saber-em-comum". Tal interação só é possível quando os dois pólos envolvidos no ato interlocutório — transmissor ou locutor e receptor ou interlocutor — estabelecem uma estrutura relacional de bivalência, ou seja, há uma alternância de papéis em igualdade de condições. No momento em que a bivalência não ocorre surge um discurso unilateral, onde o ato interlocutório cede lugar ao ato locutório, que se caracteriza por um *falar ordenando*, sem possibilidade de resposta. A relação de comunicação passa a ser uma relação de informação, onde o receptor se transforma em objeto, deixando de ser sujeito.

Mas qual a importância de tudo que dissemos até agora? Parece-nos que é de extrema importância, no momento em que, enquanto agentes da educação, pensamos em intervir na vida social dos indivíduos, através de uma prática social libertadora.

Tentaremos ser mais explícitos através de exemplos práticos. Apesar das reformas educacionais pelas quais temos passado, e que propalam o aumento da escolaridade, e a igualdade de oportunidades, o que se viu até agora foi, apenas, um aumento no aspecto quantitativo; a escola continua a utilizar o mesmo discurso, que é o da classe média, ignorando que o grande público tem estruturas cognitivas

diferentes, segundo o seu contexto sócio-econômico. Um número considerável de professores continua a "despejar" sobre os alunos conteúdos alheios às suas experiências, que têm como pano de fundo uma realidade estática e compartimentada, onde os fatos "simplesmente" acontecem. Tais fatos devem ser aceitos como verdades indiscutíveis.

Desta forma, a comunicação mostra a realidade de forma mágica ou ingênua, ocultando a verdadeira, que deve ser apreendida criticamente.

VARIAVEIS PSICOLÓGICAS ENVOLVIDAS NO PROCESSO DE COMUNICAÇÃO

Quando dois ou mais sujeitos se defrontam com o objetivo de se comunicarem, inúmeras variáveis, próprias a cada sujeito, interferem no ato comunicacional. Tais variáveis como: auto-estima, auto-imagem, ego-real, ego-ideal, atitudes, valores, percepção social... são interdependentes, pois fazem parte do sujeito como um ser total, inserido num determinado espaço social e num determinado tempo histórico. A separação destas variáveis é meramente didática e até artificial, pois no momento em que falarmos de uma, estaremos, necessariamente, abordando as outras e fazendo o possível para analisá-las, tendo como referência sempre os "sujeitos coletivos"* envolvidos na ação.

AUTO-IMAGEM E AUTO-ESTIMA

Todos os indivíduos, independentemente de sexo, idade, raça, cultura ou classe social, têm necessidade de uma auto-imagem distinta e consistente e de auto-estima ou autoconceito.

A *auto-imagem* ou auto-identidade, ou identidade do ego (EU) refere-se à percepção de si próprio, ou seja, à maneira como uma pessoa percebe conscientemente a si própria. O núcleo central da auto-imagem consiste em seu nome, seus sentimentos corporais, sua imagem corporal, sexo e idade. É um conceito de "si própria" meramente descritivo do que uma pessoa vê e percebe de si mesma. Ela se desenvolve a partir do momento em que a criança entra em contato com os seus sentidos e os usa para o seu desenvolvimento físico e afetivo. Ela não os oculta, mas, ao contrário, os explora, pois é simplesmente um ser existencial que olha, toca, escuta, move-se, cheira e sente o gosto, a fim de ampliar o seu espaço.

A *auto-estima* refere-se à avaliação que o sujeito tem de si próprio, incluindo, portanto, um julgamento. A auto-estima começa a se desenvolver não somente através do contato com os próprios sentidos (meros contatos) mas, principalmente, através das interações so-

* "Sujeitos coletivos" — O termo refere-se ao sujeito como totalidade maior que é o sujeito num contexto global, sócio-econômico e político. Refere-se não apenas ao nível do sujeito individual, para *compreendê-lo* na sua especificidade, mas ao sujeito em termos de grupo, para se chegar ao nível de *explicação* das suas representações sociais.

ciais propiciadas pelo desenvolvimento de seu intelecto, curiosidade, idéias e pensamentos, aliado ao refinamento dos seus sentimentos. Nessa interação o sujeito passa a tomar consciência, não apenas do seu EU, mas da representação do mesmo para os outros sujeitos da ação. Então ele começa a julgar-se bom ou mau, capaz ou incapaz, a partir das informações recebidas e interpretadas durante essas interações estabelecidas com os outros. O desenvolvimento sadio dos sentidos, do corpo, dos sentimentos e de intelecto é um pré-requisito para a formação de uma auto-imagem valorativa que implicará um EU "forte", e, conseqüentemente, um bom relacionamento com as pessoas. Se tal não ocorrer, o mundo, em geral, se torna caótico e difícil para o sujeito, fazendo com que ele deixe de usar todo aquele equipamento sensorial usado até então.

Nesse caso, as crianças tentam proteger-se desse ambiente, que lhes parece hostil, criando fantasias, que se caracterizam por um padrão de comportamento de fuga da realidade, pela ansiedade que esta lhes causa. Tal fantasia difere da mentira, que é consciente e produto de um medo real, e da fantasia típica dos jogos do "faz-de-conta" que é a busca do imaginário, através do qual a criança cria novas situações, onde desempenha "papéis" variados. A fantasia, como fuga da realidade, é típica da criança que não aceita a si própria, podendo ocorrer, também, no adolescente e no próprio adulto.

Outro comportamento, típico de uma auto-estima negativa, é o exibicionismo, com o propósito de compensar a percepção de falta de competência ou de personalidade inadequada. Se o ambiente nada fizer para que tais percepções sejam mudadas, os comportamentos se tornarão cada vez mais inadequados, surgindo a hostilidade, hiperatividade e isolamento que, na adolescência, poderão ser mais acentuados e, como conseqüência, levar tais sujeitos ao consumo de drogas, pela impossibilidade de lidar com o mundo, que se lhes apresenta cada vez mais ameaçador. Daí a importância da interação adulto-criança, para que possamos ouvi-la e, então, entendê-la e aceitá-la. Só a partir do momento em que aceitamos a criança como ela é, poderemos reorientar seu autoconceito, não através de elogios, que na maioria das vezes não a convencem, mas propiciando experiências de êxito, evitando aquelas em que ela normalmente fracassará. Com isto, estaremos preparando-a para que ela aprenda a lidar com as suas dificuldades e a conviver com elas. Por outro lado, ela aprenderá a descobrir outras aptidões que, naturalmente, possui.

Tal preocupação nos leva a refletir o quanto subestimamos o valor da retroinformação, na interação pessoal do dia-a-dia, pois fazemos uso dela, na maioria das vezes, para admoestar e criticar não só os nossos filhos e alunos, mas também os nossos subordinados, amigos e parentes, sendo extremamente parcimoniosos nos elogios por um trabalho bem feito, e nas palavras de afeto que "não custam dinheiro", esquecendo-nos de que tais comportamentos afetarão as ações futuras dessas pessoas para conosco e para com os outros.

Tal reflexão nos permitirá observar o quanto somos maniqueístas, pois em termos de *bem* e *mal* tendemos a enfatizar, apenas, os comportamentos extremos, ignorando, na maioria das vezes, comportamentos intermediários que são os normais. Além disto, tendemos a cristalizar as nossas avaliações, também, em termos de extremos.

como se as pessoas não mudassem, ou seja, aquele que é *bom* sempre o será e aquele que é *mau* nunca deixará de sê-lo.

Isso pode ser observado no nível das relações familiares, escolares e profissionais. Por exemplo: é comum ressaltarmos as qualidades daquele que para nós é o *melhor* aluno, e advertirmos aquele que rotulamos como o *pior*, quer seja em termos de produção intelectual, quer seja em termos de disciplina. Inclusive, os nomes desses dois tipos de alunos são os que guardamos em primeiro lugar.

Ego-ideal e ego-real

O ego-ideal refere-se ao tipo de pessoa que o indivíduo gostaria de ser, enquanto que o ego-real ("self") é aquilo que a pessoa é. O ego-ideal é construído a partir da auto-imagem e auto-estima. É o EU idealizado, tendo como parâmetro modelos que são admirados e que se transformam em verdadeiros mitos. Quando o ego-ideal está muito além do ego-real (o que o indivíduo é) o indivíduo passa a emitir comportamentos compulsivos, para obter aprovação e aceitação de fontes externas a fim de ser "bem-sucedido".

A representação do sucesso é produto de uma sociedade que incentiva e reforça a obtenção de recompensas de fontes externas, esquecendo-se de que tais aprovações deveriam ser procuradas no interior do indivíduo.

Tal visão do mundo é apreendida a partir das relações sociais que os indivíduos estabelecem entre si e que são determinadas pela sua classe social que, por sua vez, é determinada historicamente.

O ego-ideal dificilmente é alcançado, pois ele nunca é definitivo em termos de valorização. Isto significa que, quando o indivíduo estabelece um ego-ideal e luta para atingi-lo, ao se aproximar do mesmo, este sofre uma reformulação em função dos motivos alcançados e de outros que foram criados. Tal fato, em geral, é bom, pois leva as pessoas a "crescerem" não só em termos pessoais, mas em termos de propiciarem o mesmo a outros, que com ela interagem. Porém, quando as constantes reformulações do ego-ideal são geradoras de ansiedade, o indivíduo estará sempre em busca de novas realizações, sem contudo conseguir que as mesmas o satisfaçam enquanto pessoa.

Só o indivíduo que está satisfeito consigo mesmo terá a capacidade de obter satisfações das coisas que faz, "curtindo-as" em termos de auto-realização, sem esperar recompensas externas. Claro que tal condição é bastante utópica, pois independentemente do sistema social em que se viva, muito precocemente, se estabelece entre as pessoas relações de dependência, na maioria das vezes autoritárias.

Motivos, atitudes, valores e percepção pessoal

Logo a partir do nascimento, a criança passa a ter necessidades em termos de sobrevivência, tais como: necessidade de alimentação, de manutenção de uma temperatura adequada, segurança, estimulação sensorial, variabilidade de estímulos, contato físico etc. Tais necessidades são básicas e vitais, tanto em termos de desenvolvimento

físico quanto emocional. Quando a criança começa o seu desenvolvimento intelectual, tais necessidades começam a se refinar, originando outras através do processo de aprendizagem. Neste caso, dizemos que as necessidades se transformam em motivos que passarão a orientar todos os nossos comportamentos.

Para melhor compreensão, poderíamos dizer que o *motivo* é um estado interno de carência, que gera um “desequilíbrio” orgânico que leva a uma impulsão, orientando o comportamento do indivíduo em busca do “objeto” que satisfará o motivo. Tal estado de “desequilíbrio”, ou ruptura da homeostase* é chamado de motivação. No momento em que o indivíduo satisfaz o motivo, há uma volta ao equilíbrio e o organismo volta à homeostase. Só que este equilíbrio é de curta duração, pois, na medida em que um motivo é satisfeito, novos motivos surgem. Por isso, costuma-se dizer que o indivíduo está constantemente em estado de motivação, ou motivado para algo. Assim, todo comportamento é motivado ainda que o motivo seja inconsciente. Isto, talvez, esclareça o porquê do dinamismo dos seres humanos e as suas constantes insatisfações.

Em termos genéricos, costuma-se definir *atitude* como uma predisposição mental para a ação, ou comportamento. Em geral, costumamos confundir atitude com comportamento. Pela definição citada, já se pode observar que a atitude é um estado interno, e que o comportamento é externo e, portanto, observável.

A atitude difere do motivo, pois enquanto este implica um estado de “desequilíbrio”, aquela se refere à probabilidade de um motivo ser despertado. Por exemplo: se um indivíduo tem uma atitude racista, a presença de elementos minoritários num grupo de trabalho, do qual ele faz parte, desperta nele o motivo de segregação, levando-o a mudar de grupo ou a formar, com outro indivíduo, um subgrupo.

Se quisermos entender melhor o conceito de atitudes, devemos considerá-las num sentido mais amplo, em termos dos elementos que as compõem. Assim, a atitude, que se refere ao número e variedade de elementos que um determinado objeto inclui, tem três componentes: um cognitivo, um afetivo e um comportamental. Do ponto de vista cognitivo, a atitude se refere à organização de cognições valorativas. Do ponto de vista afetivo, ela se refere a um estado de prontidão para o aparecimento de um motivo. Do ponto de vista comportamental, a atitude é a predisposição mental para uma forma de comportamento.

Segundo Katz, o segundo elemento — a base motivacional — é o elemento-chave para se compreender a mudança e a resistência à mudança, assunto a ser tratado em outro documento.

Para que o indivíduo adquira um grau de equilíbrio razoável, é necessário que haja congruência entre os seus comportamentos, o que em geral não ocorre, totalmente, devido às pressões a que somos submetidos desde o nascimento. Porém, quando há muita discrepância, ocorre o que Festinger denomina de dissonância cognitiva. Como

* Homeostase — É o ponto ótimo de equilíbrio atingido pelo organismo, no momento em que se satisfaz uma necessidade.

ela é extremamente desconfortável para o indivíduo, podendo afetar a sua saúde mental, o próprio indivíduo usa formas para reduzir tal dissonância. As formas de reduzi-la são em número de três: mudança de um elemento cognitivo comportamental; mudança de um elemento cognitivo ambiental; adição de um novo elemento cognitivo. Exemplifiquemos para melhor entendimento: se eu fumo e avisto um "outdoor" alertando para o perigo do cigarro em termos cancerígenos, entro em dissonância. Para resolvê-la tenho três opções:

1.^a) Acredito no perigo, tenho medo e deixo de fumar — mudança do componente cognitivo comportamental.

2.^a) Acredito no perigo, tenho medo e passo a usar piteira — mudança de um componente cognitivo ambiental.

3.^a) Acredito no perigo, tenho medo, mas uso de um mecanismo de racionalização (uvas verdes), que reduz a minha dissonância, dizendo para mim mesmo: "Vou morrer de qualquer forma, portanto, não importa qual seja ela. Morrerei fumando" — adição de um elemento cognitivo novo.

Os valores são uma extensão das atitudes e incluem os mesmos elementos já citados. A diferença está na abrangência do conceito. Enquanto a atitude se refere a, apenas, um objeto que pode ser uma entidade abstrata, como democracia, assim como pode se referir a pessoas e coisas, o sistema de valores se refere a muitos objetos. Poder-se-ia dizer que o sistema de valores inclui todas as atitudes do sujeito, ou seja, suas crenças, pensamentos, idéias, que direcionam os seus comportamentos como um todo.

A *percepção* é o ato de extrair informações do próprio organismo, ou do meio ambiente. A *percepção pessoal* é o processo pelo qual impressões, opiniões, ou sentimentos são formados sobre outras pessoas. Isto inclui julgamentos e inferências que vão além da informação sensorial direta, pois toda percepção é "filtrada" em função das experiências individuais. Por isso, as percepções variam segundo o percebedor, em função de sua personalidade, e com o total de informações presentes no momento da interação. Por outro lado, a percepção é seletiva segundo crenças, valores, atitudes e motivos. Tal seletividade nos leva a perceber só o que nos interessa, e que seja congruente com nossas crenças. Assim, os perceptos se tornam estereótipos que incluem a atribuição de traços favoráveis de um determinado grupo. Conforme os traços ressaltados formam-se os conceitos.

Isto nos leva à conclusão de que, por mais objetivos que tentemos ser, jamais conseguiremos ver os fatos como eles realmente são, pois a análise dos mesmos sempre inclui um "colorido" pessoal. Daí o cuidado que devemos ter em nossas avaliações e julgamentos, pois podemos estar "podando" a oportunidade de relacionamentos pessoais onde as pessoas aprendem a sentir e sentem para aprender.

BIBLIOGRAFIA

- FREIRE, Paulo. *Pedagogia do oprimido*, 2^a ed., Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1970.
- KATZ, I. & COHEN, M. The effects of training negroes upon cooperative problem solving. *J. Abn. Soc. Psychol.* 64, 1962.

- LYON JR., H.C. *Aprender a sentir, sentir para aprender*. São Paulo, Martins Fontes, 1977.
- DAKLAND, Violet. *Descobrimo crianças: a abordagem gestática com crianças e adolescentes*. São Paulo, Summus, 1980.
- PACHECO, Elza Dias. *O "Pica-Pau" — Herói ou Vilão?: representação social da criança e reprodução da ideologia dominante*. São Paulo, Ed. Loyola, 1985.
- _____, *Comunicação oral e produção escrita — Doc. nº 6*. São Paulo, SE/CENP, 1981.
- PASQUALI, Antonio. *Comunicación y Cultura de Masas*. Caracas. Univ. Central de Venezuela, 1963.