



As 10 leis

invisíveis

que fazem a sua cabeça

Jerome Vonk

Leitura crítica
Maluh Duprat

Projeto Gráfico e Editoração
Carla Vogelsanger

Revisão
Carla Vasconcelos Falcão
Laura Karin Gillon

Ilustração
A Extração da Pedra da Loucura

Hieronymus Bosch (1450-1516)
Óleo sobre painel (48 x 35cm)
Museo Nacional del Prado, España

Crédito da foto
Stadsarchief, s'Hertogenbosch, Nederland

Contato com o autor
holandesvoador@terra.com.br

*Obrigado, de novo,
pelo sorriso, Márcia Elena!*

Índice

- 19 Admirável Mundo Novo
- 25 Lei da associação
- 31 Lei da carência
- 37 Lei da afirmação
- 43 Lei do contraste
- 49 (primeira pausa)
- 53 Lei da familiaridade
- 59 Lei da retribuição
- 65 Lei da aparência
- 71 Lei da racionalização
- 77 (segunda pausa)
- 81 Lei da fala e do ato
- 87 Lei da percepção
- 93 Das leis...
- 97 ... e das palavras
- 103 Uma última reflexão
- 107 (posfácio da segunda edição)

“

A

A consciência
é a última e mais
tardia evolução
da vida orgânica e,
por conseqüência,
sua parte mais
inacabada e frágil.

”

Friedrich Nietzsche

Aparentemente,
está tudo
sob controle.
Somos senhores
de nós mesmos
e temos absoluto
domínio sobre
todos os atos
que cometemos,
as decisões que
tomamos e
as escolhas
que fazemos.

Será?

Você já pensou
na possibilidade
de não estarmos
no comando
o tempo inteiro e,
sim, de sermos
continuamente
influenciados
e conduzidos,
inconscientemente,
pelas circunstâncias
e pelas pessoas
que nos cercam?

A triste realidade
é que isto acontece
muito mais do que
imaginamos, a todo
instante e à nossa
revelia, e a boa nova
é que esta situação
não é irreversível.

Basta observar,
com atenção,
como certas leis
invisíveis, aplicadas
nas mais diversas
situações de nossas
vidas, fazem
a nossa cabeça.

E, então, escolher
como agir.

“



Onde está a
sabedoria que
perdemos no
conhecimento?

Onde está
o conhecimento
que perdemos
na informação?

”

T. S. Eliot

Admirável Mundo Novo

Não é à toa que o homem assumiu o posto de espécie dominante do planeta. Graças ao seu poder de abstração e capacidade criativa, ele consegue tornar em realidade o que imagina, e é o único ser vivo capaz de transformar radicalmente o meio ambiente no qual vive.

Inventamos extensões para o corpo e a mente, e multiplicamos nossas forças naturais em escalas nunca antes imaginadas. Fazemo-nos ouvir a milhares de quilômetros por intermédio do telefone; vemos, pela televisão, guerras e catástrofes, em lugares e países que sequer desconfiávamos existir; relacionamo-nos com pessoas que nunca conheceremos em carne e osso, e manipulamos a bel-prazer imagens e atitudes, via internet.

É fantástico, não?

Talvez. O problema é que a obra tornou-se maior do que seu criador e fugiu ao seu controle. O mundo tornou-se complexo demais, a produção de informações de todos os tipos multiplica-se em escala geométrica e a vida em sociedade gira em um número de rotações bem superior ao que conseguimos suportar sem ficarmos tontos.

É muita areia para nosso caminhão, e nem nossa prodigiosa habilidade de processar dados e de tomar decisões está dando conta do recado. Imersos em um turbilhão frenético de estímulos audiovisuais, não estamos mais conseguindo decodificar, analisar e avaliar as informações que recebemos constantemente, sem tréguas.

Eliminamos de nossas vidas o único recurso natural de defesa, original de fábrica, que funciona tanto no plano físico como no mental: a capacidade de digestão. Ingerimos alimentos e conhecimentos convenientemente pré-mastigados, amplamente aceitos e socialmente recomendados, e nos valemos de eternas desculpas, como **falta de tempo**, por exemplo, para apenas reagir – e não responder – ao que nos acontece.

Nos dias de hoje, em ritmo de sociedade do entretenimento, onde tudo acaba se tornando um espetáculo e o importante é garantir nossos 15 minutos de fama, parece que desmoronaram as bases sólidas sobre as quais se fundavam nossas verdades, convicções e preceitos.

Como nos comportamos, então, nas dezenas de situações diárias nas quais devemos fazer uma escolha ou tomar uma decisão? Em um mundo extremamente veloz onde tudo parece efêmero e incerto, como podemos nos assegurar de estar **fazendo a coisa certa**? Estamos normalmente com pressa, sem tempo, estressados, desmotivados, na dúvida ou indiferentes – mas, ainda assim, precisamos constantemente responder sim ou não, como a alguém que nos pede ou oferece algo, por exemplo.

Temos de ser eficientes e rápidos à nossa maneira e, para darmos cabo de todos estes pedidos de decisão e escolha, desenvolvemos um sistema de resposta automatizado, que se baseia em captar um ou outro sinal externo de determinada situação. Simplesmente paramos de pensar e ligamos nosso piloto automático, que se encarrega de detectar os indicadores das mais diversas circunstâncias, e acabamos por aceitar a parte pelo todo.

Pensar cansa e leva tempo; se um indicador for confiável, não há nada de errado em usarmos um corta-caminho. Desta forma, aceleramos nosso processo decisório e estamos aptos a dar respostas rápi-

das e eficientes, com a garantia de termos feito a melhor opção a nosso favor. O que infelizmente quase nunca é o caso, não só porque desaprendemos a pensar e lembramos pouco e mal de nossas experiências passadas, mas sobretudo porque esses indicadores, já nem sempre tão seguros, são normalmente manipulados.

“



Produzimos perfume
nas fábricas,
mas vendemos
esperança nas lojas.

”

Charles Revson

1. Lei da associação

O homem tende a associar por natureza. Não temos a inclinação inata, por exemplo, de julgar pessoas bonitas e inteligentes como também sendo simpáticas, bem-sucedidas, felizes e honestas? Uma coisa boa lembra outras coisas boas, assim como uma coisa ruim remete a outras da mesma espécie. Conseguimos negar o fato de acharmos pessoas diferentes de nós, e de hábitos diversos, como assustadoras e pouco merecedoras de confiança? Estabelecemos neste caso específico, sem nos dar conta, uma correspondência entre algo desconhecido e intimidador e outros sentimentos negativos.

A psicanálise popularizou o termo associação livre, ao final do século XIX, ao adotar, como técnica terapêutica, o procedimento de estimular a verbalização espontânea, sem nenhuma forma de censura, daquilo que se passa na cabeça das pessoas. Na realidade, ela não inventou nada, apenas reconheceu o fato que o homem é um ser que **associa** o tempo inteiro, desde sempre. Associamos um atributo positivo que vemos em alguém a outros que supomos que esta pessoa também possua. E também não fazemos o inverso, ao associar automaticamente uma pessoa visivelmente pobre à ignorância e à sujeira?

Se pararmos para pensar no assunto, veremos que talvez alguns de nossos preconceitos derivam deste instintivo mecanismo humano. Ele agrega, à nossa revelia, séries de qualidades e de defeitos em nossa mente, e constrói um catálogo pessoal e transferível de conceitos e opiniões, no melhor estilo *prêt-à-porter*. Não é preciso muito para desfilarmos nossa sucessão de julgamentos a respeito dos mais diversos assuntos.

Por outro lado, publicitários e interlocutores hábeis são mestres em nos fazer imaginar, a partir de quase nada, um mundo de atributos positivos de um tal produto, serviço ou acontecimento – simplesmente observando este princípio e encorajando nossa fértil imaginação.

Quem nunca levou gato por lebre que levante a mão!

Cenas do cotidiano. Associamos por natureza, como também nos associamos por instinto, àquilo e àqueles que representam sucesso e prestígio. Exemplos? Os políticos já não promovem mais comícios, mas “showmícios”, com intérpretes e bandas de sucesso. Nós mesmos procuramos a presença de relações pessoais e profissionais em ritmo ascendente, e

fugimos, como o diabo da cruz, daqueles abatidos pela doença ou pelo fracasso. Os torcedores de futebol urram “ganhamos!” quando o placar lhes é favorável, e exclamam com desdém “eles perderam” quando seu time leva a pior.

Lei da associação:

Rege nossa disposição natural em associar sentimentos e juízos entre si, mesmo que não haja nenhum vínculo existente, provável ou mesmo possível.

“



A mera ausência dela
é maior do que
a presença dos outros.

”

Edward Thomas

2. Lei da carência

Reza a sabedoria popular, em suas diferentes formas, que só damos valor às coisas depois que as perdemos. Como isto acontece com frequência em nossas vidas, a idéia de possivelmente sermos privados de algo tem uma grande influência em nosso processo de tomada de decisão. Acabamos por nos mover muito mais pela perspectiva de falta ou perda do que, talvez, pela de ganho.

Este comportamento não ocorre apenas em situações de total ausência daquilo que necessitamos ou desejamos; basta apenas uma indicação de pouca oferta de determinada coisa para que passemos a querê-la com mais intensidade. O interessante é que, inconscientemente, passamos também a lhe atribuir um valor maior. Em resumo, a escassez ou a falta de algo acaba tornando-o (muito) mais valioso.

Este fato acontece sem que percebamos tratar-se de uma mera reação psicológica. Ao contrário, começamos a atribuir ao objeto de nosso desejo outras qualidades positivas para justificar nossa vontade de tê-lo.

Afinal de contas, já que somos atraídos por algo, seguramente é por causa do mérito da coisa em si, correto? Não é possível que estejamos simplesmente inventando isto na nossa cabeça – ou é?

Quando somos confrontados com limitações concretas revestidas de um caráter quase que emergencial, temos a tendência a ceder mais facilmente aos apelos de persuasão que nos são feitos. Argumentos como **últimas unidades, só até amanhã e enquanto durar nosso estoque** são certos; fazemos certas escolhas não exatamente por querermos, mas porque o prazo e o suprimento estão se esgotando.

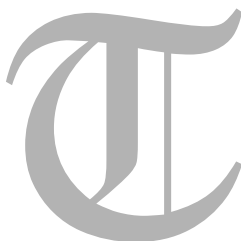
Ensinaram-nos, de longa data, que quanto mais escasso, mais valioso. O que resulta, na prática, na seguinte equação: **menor disponibilidade = maior desejo de posse**. E neste exato momento entra em cena o sentimento de exclusividade, que tanto alimenta o ego de gregos e troianos. Pois não acontece de, muitas vezes, nosso prazer não vir da utilização da coisa em si, mas sim do fato de possuí-la? E da competição com os outros para que ela seja apenas nossa?

Cenas do cotidiano. O exemplo clássico é a paixão desenfreada de um casal de adolescentes, cujo namoro é proibido pelos pais de ambos. Quanto mais restrições, tanto mais inconformismo, rebeldia e provas desenfreadas de eterno amor. O mesmo acontece em épocas de racionamento de algum produto ou serviço; como em um passe de mágica, todos passam a querer obter e consumir, de imediato, aquilo para o qual eles mal ligavam no dia anterior.

Lei da carência

Faz com que
circunstâncias
e objetos nos pareçam
mais importantes
do que realmente são,
em virtude de serem –
aparentemente
ou não – limitados.

“



Todos nós
nascemos
originais
e morremos
cópias.

”

Carl Gustav Jung

3. Lei da afirmação

Somos, primordialmente, animais sociais e temos necessidade de estar com os outros. Vejamos: qual é a punição para os criminosos de toda espécie? A privação da vida em sociedade, a cadeia; nos casos drásticos, a solitária. Como repreendemos as crianças malcomportadas? Colocando-as de castigo, a sós, no quarto.

Detestamos a solidão e vivemos em rebanho desde sempre, sim. Com um pequeno porém, entretanto. Por sermos naturalmente inseguros, estamos sempre em busca de referenciais de afirmação e de acerto; tendemos a copiar aqueles a quem admiramos; queremos ser aceitos pelos outros e **fazer parte**. O que nos torna extrema e perigosamente influenciáveis.

Você já reparou que as pessoas acabam votando no candidato que tem as maiores chances de ganhar, e não naquele com o qual concordam filosófica e politicamente - mas que já está praticamente fora do páreo? Que consumimos o que a grande maioria consome? Que lemos os mesmos livros, vemos os mesmos filmes, viajamos aos mesmos lugares, degustamos os mesmos cardápios e bebidas?

Vimos ao mundo sem manual de instruções e adotamos, a princípio, aquele com o qual mais nos identificamos; é nesse exato momento que nossa insegurança e aspirações cedem à pressão social e às autoridades de plantão. É como se o espírito do flautista de Hamelin nos guiasse constantemente ao som dos momentâneos modismos da hora e preceitos politicamente corretos, que rapidamente incorporamos ao nosso certo e sempre atualizado repertório de imagens e atitudes – com o devido carimbo de aprovação geral.

Tornamo-nos loucos por listas: a dos *bestsellers*, a dos campeões de audiência nos cinemas, a das músicas mais executadas, a das 10 leis invisíveis que fazem nossa cabeça (oops!); adoramos formadores de opinião e consumimos tudo aquilo que famosos possam indicar. É como se outorgássemos a determinadas pessoas o poder de fazer as escolhas por nós, juntamente com a devida autoridade de prescrevê-las a torto e a direito.

Ávidos de orientação, tomamos docilmente as pílulas que nos receitam, e ficamos felizes por **estarmos por dentro**.

Cenas do cotidiano. A presença de algum global, célebre ou chique em um determinado evento, local ou manifestação de apoio (ou repúdio) já é o aval suficiente, aos nossos olhos, para a importância e o sucesso da coisa em si. Assim como a menção (e recomendação) de uma exposição de quadros por um meio de comunicação, como o fato de determinado produto vender milhares de unidades, e como um acontecimento específico virar o assunto da semana atestam a inegável e peremptória importância daquilo que está sendo tratado.

Lei da afirmação

Reconhece o fato de sermos um animal social, sempre em busca de aceitação pelo grupo ao qual pertencemos.

“



Nada existe
por si
próprio.

”

Herman Melville

4. Lei do contraste

A maneira como percebemos a diferença entre duas coisas, apresentadas uma após a outra, varia consideravelmente dependendo de como isto é feito. Se a segunda for bastante diferente da primeira, tenderemos a enxergar uma diferença maior do que aquela que realmente existe.

Coloque uma mão em um copo de água fria e a outra em um de água quente. Agora mergulhe-as em água à temperatura ambiente e perceba como a mão que esteve na água fria passa a sensação de estar em água quente, e vice-versa. O mesmo ocorre ao se erguer um objeto leve e depois um pesado, pois acabamos julgando o segundo objeto mais pesado do que se o tivéssemos levantado isoladamente, sem ter o primeiro como medida.

As boas práticas comerciais confirmam o princípio: vendem-se primeiro os itens mais caros, depois os de menor valor. Oferece-se antes ao cliente o terno e, na seqüência a camisa, o cinto e as meias; os preços destes parecem menores do que realmente são. Semelhante procedimento se repete na venda de um computador ou de um carro, por exemplo; os acessórios são sempre apresentados em um segundo mo-

mento, quando basicamente já nos decidimos pela compra de maior valor.

Esta lei também se aplica à categoria dos abstratos; repare como uma pessoa feia, ao lado de uma muito bonita, aparece-nos como mais feia ainda. Ou como a ordem na qual são apresentadas duas notícias, uma boa e a outra ruim, altera significativamente a forma como as recebemos.

Em discussões profissionais, familiares e amorosas, a aplicação deste princípio, consciente ou não, é muito comum e produz resultados. Basta, por exemplo, exigir algo bem despropositado de alguém para, em um segundo momento, sugerir uma alternativa mais moderada e propensa de ser aceita – exatamente o que se queria desde o começo!

Cenas do cotidiano. A mais gritante aplicação deste princípio, em publicidade, é daqueles longos comerciais que enaltecem ao extremo um determinado produto e que, ainda por cima, oferecem outros benefícios (na linha do “...e espere, tem mais! Você ainda recebe, gratuitamente...”). O preço da mercadoria fica parecendo, no final das contas, inferior ao valor daquilo que está sendo comprado.

Lei do contraste

Modifica o modo
pelo qual percebemos
as diferenças
entre as coisas.

**Quais são as três palavras
mais importantes para
qualquer ser humano?**

(Responda mentalmente,
antes de virar a página.)

Eu.

Meu.

Mim.

“



Diante de uma
situação totalmente
nova, tendemos
sempre a nos agarrar
aos objetos, ao sabor
do passado mais
recente.

”

Marshall McLuhan

5. Lei da familiaridade

Nós nos aproximamos daqueles que se parecem conosco, que pregam os mesmos valores e comungam das mesmas crenças. Em um universo onde somos subjugados por um mar de informações na maior parte do tempo contraditórias e que não teremos capacidade de processar, tendemos a optar por aquilo que já conhecemos e que nos é familiar – é mais confortável e seguro.

Acabamos escolhendo um serviço por **já** conhecê-lo, talvez, por meio de publicidade, de uma matéria sobre o mesmo, da recomendação de um amigo. Entre uma marca da qual você já ouviu falar e uma totalmente obscura, qual você escolhe? A familiaridade com aquilo que nos cerca no dia-a-dia pode ser explicada, em parte, por este **tipo de conhecimento** prévio que já possuímos sobre determinadas matérias, como também pela repetição constante dos mais diversos apelos, como os publicitários, ao longo do tempo. De tanto ver e ouvir falar, cria-se um vínculo de confiança mútua entre nós e o que observamos, mesmo que nunca tenha havido nenhum tipo de relacionamento (advindo da utilização de um serviço) ou experiência direta (compra de um produto).

Mas, algumas vezes, acontece de mudarmos nosso comportamento normalmente tão **seguro**, e confiamos em pessoas que vemos pela primeira vez, abraçamos idéias sobre as quais jamais refletimos, e endossamos produtos e serviços que mal conhecemos. Como é que se cria esta súbita familiarização tão poderosa, a ponto de anestesiar qualquer tentativa de se fazer uma salutar observação crítica, por menor que seja?

O fato de um hipotético locutor ser parecido conosco – pelo aspecto físico, por gostar do mesmo tipo de música, por ter nascido na mesma cidade ou torcer pelo mesmo time de futebol, por exemplo – já conta muitos pontos na nossa conversação ao que ele tem a nos dizer. Se começarmos a gostar dele por ele ser simpático ou qualquer outro tipo de motivo, nosso poder de análise já está seriamente ameaçado. Finalmente, se nos sentirmos fisicamente atraídos pela pessoa com quem conversamos, podemos dar adeus a qualquer tentativa de nossa inteligência chamar-nos à razão.

Cenas do cotidiano. Usamos e abusamos desta regra diariamente, ao pedir indicação a conhecidos e amigos sobre um bom mecânico para nosso carro, cujo

ar condicionado acabou de pifar, por exemplo. Ou para saber se alguém conhece um bom advogado especialista em impostos, ou se já ouviu falar do doutor cicrano ou do dentista fulano de tal.

Lei da familiaridade

Torna clara nossa nítida
predisposição a estar
de acordo com pessoas
semelhantes a nós,
e a optar por serviços
e produtos dos quais
já tenhamos um pretenso
conhecimento.

“



É dando
que se recebe.

”

São Francisco de Assis

6. Lei da retribuição

Talvez a mais sólida base da sociedade humana seja o sentimento inato de retribuição que carregamos dentro de nós. Seja por instinto natural, hábito incorporado ou legado cultural e universal perpetuado por gerações e gerações, vivemos em constante estado de troca de ajuda, favores e gentilezas com os outros.

Damos com a legítima certeza de receber algo em troca, de alguma forma, mais tarde; recebemos um presente ou nos prestam um serviço, e desde já nos sentimos no dever de retribuir. Quando agradecemos, raramente dizemos que estamos agradecidos, mas quase sempre **obrigados**. Ao contrário das inúmeras vezes em que as palavras fogem ao sentido que queremos lhes dar, desta vez elas traduzem exatamente o que se passa dentro de nós: sentimo-nos obrigados a devolver, algum dia, de alguma maneira, o que nos dão neste momento.

Os políticos conhecem muito bem esta regra, cuja mais perfeita tradução encontra-se no lema “é dando que se recebe”, que proclamam em alto e bom tom e que não têm o menor constrangimento em aplicar sempre que podem.

A tática do “toma lá, dá cá” também é utilizada pelos profissionais de venda, que a usam da seguinte forma: oferece-se um pequeno mimo e pede-se, em troca, que o potencial cliente se disponha – ou indique alguém em seu lugar – a experimentar o produto ou testar o serviço que está sendo promovido.

Mesmo que este reconhecimento de dívida para com alguém não seja espontâneo, vindo do coração ou da mente, há uma musculosa imposição social que opera silenciosamente. A regra é clara e expressa-se em diversos provérbios populares como “uma mão lava a outra”, “olho por olho, dente por dente” e “Deus lhe pague”.

Cenas do cotidiano. Troca de favores é o nome do jogo. Seja na escola, no trabalho, em casa, entre amigos e até empresas concorrentes, a boa e velha ajuda mútua é moeda corrente e constante, e seria difícil imaginar a vida sem este expediente. Seu uso pode não soar sempre justo, mas isto é assunto para um outro livro.

O recurso em questão também é magistralmente empregado pelos especialistas em vendas, que empregam táticas como a oferta de amostras grátis e vantagens extras, entre outras, que nos fazem não só baixar a guarda, como também nos sentir devedores.

Lei da retribuição:

Explicita a necessidade
imperativa de
reciprocidade entre
as pessoas e a existência
do eterno sistema
de crédito e débito
entre elas.

“



As coisas
não passam
pelo que são,
mas pelo que
parecem ...
O que não se vê
é como
se não existisse.

”

Baltasar Gracián

7. Lei da aparência

Você já se deu conta como os apelos visuais dominam nosso dia-a-dia? Repare nas embalagens de sabão em pó e cereais, nos frascos de xampu e perfume, na estética dos comerciais de televisão, nas roupas e acessórios dos ditos famosos, no design dos carros e dos móveis. Observe como a apresentação física de uma determinada pessoa, seu terno alinhado, o nó de gravata bem dado, os sapatos lustrosos, as mãos e unhas bem cuidadas e o largo sorriso já determinam, em sua mente, a percepção dessa mesma pessoa.

Banqueiros são proverbial e mundialmente conhecidos por sua busca incessante de lucros; seu negócio consiste basicamente em captar recursos a taxas baixas e emprestá-los a altas. Além disso, em tempos globalizados de feroz concorrência, algumas vezes desleal e predatória, cortar custos é um mandamento. Em sã consciência, será que eles investiriam seu dinheiro em algo de difícil liquidez, como os imóveis que abrigam suas agências? A prática de mercado revela que sim: é a forma mais convincente de assegurar aos seus clientes a solidez da instituição. É só passar em frente das sedes dos mais diversos bancos – suas imponentes fachadas são capazes inclusi-

ve de nos fazer esquecer aquele incessante rumor que ouvimos, e aquela notinha intrigante que lemos no jornal de ontem.

Já cansamos de ouvir dizer que imagem é tudo, e temos a pretensão de saber enxergar além da **embalagem externa**. Mas, por mais que nos esforcemos, a primeira impressão fica e molda nossa visão da realidade. Acreditamos naquilo que vemos – e ponto final. Vivemos na era da ditadura visual – uma realidade contemporânea absolutamente manipulável graças às tecnologias digitais – da qual somos presas fáceis. Somos muito sensíveis à beleza física, e, por outro lado, procuramos de toda maneira evitar o feio e o desagradável.

Cenas do cotidiano. Você já viu presente de aniversário sem um belo embrulho? Ou uma revista feminina (ou masculina) com uma pessoa feia na capa? A embalagem faz parte integrante e vital de nosso dia-a-dia. Como, na maioria das vezes, não sabemos o que há do lado de dentro (que sejam serviços, produtos, conceitos e pessoas), procuramos nos certificar do conteúdo pelas dicas que o lado de fora nos dá. Somos como São Tomé: precisamos ver para crer.

Lei da aparência

Explica como o belo
atrai nossos sentidos
ao mesmo tempo em
que trai a pouca
inteligência de que
dispomos.

“

HA

... um animal
capaz de razão ...

”

Jonathan Swift

8. Lei da racionalização

Quantas decisões não tomamos quase que instantaneamente, para depois revesti-las de um sentido que as explique e justifique? Não é raro reunirmos as evidências após termos chegado à conclusão de um pensamento; vemos sempre só o que queremos ver e raramente abrimos mão de nossos julgamentos, preconceitos, estereótipos e intuições. Além disso, quantas vezes não somos dominados pelas emoções, influências, aparências e outras distrações – que ofuscam nossa visão objetiva?

Falar em razão implica, a título de exemplo e visto de uma maneira simplificada, em utilizar nossa capacidade mental de abstração para avaliar as alternativas que temos em mãos, pesar os prós e os contras, e tomar uma decisão que provoque um determinado resultado ou atinja um propósito desejado. Costumamos, porém, colocar a carroça à frente dos bois; na maioria das vezes, o resultado deste processo mental – a resolução – já está devida e confortavelmente instalado na mente e no coração.

E pronto! Como já decidimos a questão, agora nos falta apenas encontrar as evidências e provas que legitimem nossa escolha. Repare como constan-

temente acabamos por achar o que estamos procurando, para servir de suporte ao juízo que já estabelecemos. Manipulamos informações, usamos as que nos interessam e descartamos todo e qualquer indício que possa ser contraditório. Um pesquisador talvez consiga, a custo de muito treinamento, manter uma postura isenta de emoção, e estabelecer uma linha de pensamento lógica e neutra (se é que isto existe) perante a realidade. Por outro lado, a escolha da questão à qual ele se dedica e a forma como ele o faz já não revela, de uma certa forma, um viés de sua parte?

Quanto a nós, e a despeito do que tanto se alardeia, não somos animais racionais, mas seres dotados de razão, capazes de usá-la eventualmente, se nos aplicarmos. A prática desta aptidão inata é que parece ser absolutamente facultativa, e a razão dos sentimentos termina por prevalecer sobre o sentimento de razão.

Cenas do cotidiano. Somos ensinados, desde a mais tenra infância, a pensar, a fórceps e a golpes de martelo. Como aplicados alunos, passamos o resto da vida, supostamente, usufruindo de nossa capaci-

dade intelectual. Mas basta uma discussão profissional ou pessoal, uma desavença amorosa, uma briga de trânsito ou coisa parecida, para a regra virar exceção: o que vale é ter razão, a todo preço, e não seguir a Razão.

Lei da racionalização

Evidencia a tendência que temos de utilizar nosso raciocínio para explicar e justificar decisões tomadas de forma puramente emocional.

O que é que todos buscam?

(Responda mentalmente,
antes de virar a página.)

Atenção.

Fale da própria pessoa com quem
você está conversando, e você
terá o melhor e mais atento
dos ouvintes.

“



Comportamento
é aquilo que
a pessoa faz,
não o que pensa,
sente ou acredita.

”

Emily Dickinson

9. Lei da fala e do ato

Como se não bastasse o fato de pouco usarmos nossa capacidade de raciocínio, há também a total discrepância entre o discurso e a prática. Dizemos uma coisa e fazemos outra. Quantas vezes você já ouviu alguém afirmar: “a princípio, estou de acordo com isto e você pode contar comigo para...” – ou coisa parecida – e não acontecer absolutamente nada?

Não é que necessariamente estejamos mentindo ou que sejamos incoseqüentes por natureza; simplesmente não percebemos que **falamos como pensamos e agimos como nos sentimos**. Nossa fala tenta traduzir, da melhor maneira possível, o que vai em nossa cabeça; nossa ação, por sua vez, expressa exatamente aquilo que mexe conosco, mesmo que não queiramos revelá-lo. E na distância entre a reflexão e a emoção passa um caminhão, ou não?

Em uma situação de diálogo ou discussão, muitas vezes nosso comportamento muda. As palavras que usamos não espelham quem somos, mas aqueles que gostaríamos de ser naquela circunstância; queremos ser melhores do que na realidade somos, e quase sempre julgamo-nos assim. É importante lembrar que, na maioria das vezes, isto acontece de ma-

neira totalmente inconsciente; simplesmente não percebemos que estamos fazendo isto. Adotamos atitudes, emitimos julgamentos e assumimos compromissos, todos absolutamente singulares – como se fosse a coisa mais natural do mundo.

O momento da verdade acontece na hora de fazer acontecer, quando normalmente as expectativas são todas frustradas pelo não cumprimento daquilo com que nos comprometemos. Frequentemente costumamos gerar esperanças nos outros (e em nós mesmos!) pelo teor de nossa conversa, e o que acaba valendo – no final das contas – é aquilo que realizamos de fato, concretamente. O discurso e a prática derivam de dois universos distintos, o cérebro e o coração, que bem ou mal co-habitam em nós; e cada um ocupa seu espaço demarcado, do jeito que reza nossa ambivalente e ambígua natureza humana.

Cenas do cotidiano. Faça o seguinte exercício: fique em silêncio, respire fundo, dê uma boa olhada no espelho – ou feche os olhos, tanto faz – e repare como a teoria, na prática, é outra.

Lei da fala e do ato

Comprova o fato de que
falamos como pensamos,
e agimos como
nos sentimos.

“



O importante
não são os fatos
em si, mas as
repercussões
dos fatos nos
indivíduos.

”

Clarice Lispector

10. Lei da percepção

Para aqueles que acreditam na realidade soberana dos fatos, a má notícia é que **a versão sempre conta mais do que o fato**. Em outras palavras, as coisas não são como são, mas sim como são percebidas. Carregamos em nós, conscientemente ou não, uma predisposição que acaba quase sempre por preceder a experiência e, por conseqüência, a modifica: vivenciamos aquilo que esperamos, vemos aquilo que queremos enxergar, sentimos aquilo que imaginamos (ou sabemos) que vamos experimentar, acreditamos naquilo em que buscamos crer.

Quando a sugestão de que algo pode acontecer instala-se em nossa mente, esta se encarrega de moldar nossa capacidade de percepção no sentido de fazer com que a realidade atenda à expectativa. É o famoso efeito placebo, tão conhecido em pesquisas medicinais; receitam-se inócuas pílulas compostas de farinha e açúcar a um grupo de pacientes, ao mesmo tempo em que se insinuam determinados resultados – que diversas vezes são vivenciados por estas pessoas.

O mesmo ocorre quando vamos jantar no mais badalado restaurante da moda, mencionado por to-

dos e freqüentados pelos que podem. O nome (marca registrada) do lugar, sua clientela, o ambiente e o preço dos pratos e dos vinhos alteram definitivamente nossa percepção e modelam a experiência, que acaba sendo potencializada e se reveste de um caráter superlativo. Por outro lado, tendemos também a exagerar o acontecido em situações desagradáveis ou que nos amedrontam, assim como também enxergamos tudo sob um outro olhar se estamos febris, com dor de barriga, sob o efeito do álcool, apaixonados, ou simplesmente com fome.

O mundo acontece dentro de nós, em nossa mente, cérebro e corpo, e registramos nossas experiências conforme as configurações específicas dos momentos em que acontecem. O que quer que estimule nossa atenção é real, mesmo que seja uma coisa imaginada e que ninguém mais a perceba; um triste e extremo exemplo é o do bêbado, na rua, falando com alguém que só ele vê e que, nem por isso, deixa de existir.

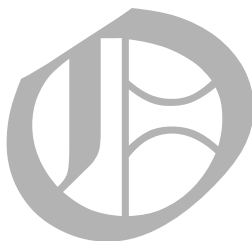
Cenas do cotidiano. Nossa memória nos trai. Lembramos com freqüência, por exemplo, de uma cena ocorrida há 10 ou 15 anos, e um dia temos

a oportunidade de rever o local onde tudo aconteceu. Quase sempre, a realidade não bate com o que imaginamos, e o sentimento de frustração é grande. O tempo passou, a fila andou, a página virou.

Lei da percepção

Constata que moldamos
nossa percepção
da realidade de acordo
com nosso estado
emocional e físico,
com as expectativas
que nutrimos e com
o momento em que
ela acontece.

“



O animal humano
é incapaz de estar
satisfeito por muito
tempo. Satisfeito
em uma coisa,
ele já se move
para atender
sua próxima
necessidade.

”

Abraham Maslow

Das leis...

Seria muita petulância afirmar que estas 10 leis que regem nosso comportamento são definitivas e únicas. Um bom observador, munido de paciência e isento de qualquer viés mais contundente, provavelmente detectará, facilmente, no mínimo mais dez. Arrisco, porém, o sério palpíte que as contempladas neste livro compreendem, de uma forma ou outra, as demais.

As leis que encontramos na natureza, nos fenômenos físicos, químicos e biológicos, na astronomia e na conduta humana – só para citar algumas – não necessitam expressar-se em nenhum tipo de linguagem específica para terem efeito. Elas simplesmente existem e cumprem sua função. Somos nós, como já vimos antes, que procuramos a todo custo explicar o que acontece e enquadrar isto de alguma maneira, sapecando-lhes um nome e catalogando-as segundo critérios científicos, morais e pessoais – afinal, só conhecemos aquilo que nomeamos.

Estas leis (ou regras, princípios, fenômenos – escolha o termo de sua preferência) de conduta humana não são tão dóceis como gostaríamos que fossem; elas se complementam em diversas ocasiões,

ao mesmo tempo em que são antagônicas em outras – isto quando não ocorrem as duas situações ao mesmo tempo. Por exemplo, cultivamos hábitos e somos atraídos pelo que já conhecemos, ao mesmo tempo em que o **novo** desperta uma imensa curiosidade em nós.

Somos movidos por necessidades e, sobretudo, por desejos. Momentaneamente saciados por desfrutar daquilo que ansiosamente conquistamos e ao mesmo tempo incapazes de estar satisfeitos por muito tempo, passamos rapidamente ao próximo item de nossa longa lista de vontades. É que o jogo diário e permanente do qual participamos não é nada equilibrado: somos nós de um lado, e valores, crenças, superstições, costumes, rituais, normas, mandamentos, preconceitos, pressão familiar e social, do outro – fora as razões inconscientes e incontroláveis de foro íntimo.

“



Palavras são,
naturalmente,
a droga mais
poderosa usada
pela humanidade.

”

Rudyard Kipling

... e das palavras

Uma das maiores armadilhas à disposição do homem é a sua crença inabalável nas palavras. Qualquer que seja a frase que estejamos pronunciando, acreditamos escolher aquelas que darão corretamente o recado a quem de direito. Não passa nunca por nossa cabeça que elas nem sempre traduzem exatamente o que pretendemos e, o que é pior, muitas vezes são elas que comandam nossa maneira de pensar, ao contrário do que imaginamos – nossa fala tem bifurcações e as palavras acabam por mudar o sentido do que dizemos.

Palavras, em muitas ocasiões, não remetem à lógica ou ao raciocínio, mas sim a sentimentos. Quantas vezes não usamos, nas conversas com os outros ou conosco mesmos, as expressões **“gostei muito do que ouvi, tive uma boa impressão, não me passou segurança, senti que tinha algo por trás, minha expectativa é que, acho também que”** etc.? Repare como as próprias palavras utilizadas dão uma pista de quem realmente está falando.

Por outro lado, algumas delas são mágicas, no sentido de criar um determinado molde em nossa mente; **o maior, a primeira, exclusivo, o melhor, especial, a**

mais tradicional, único e do mundo (entre outras) fazem parte desta confraria de superlativas palavras que têm o absoluto domínio de enviesar nossa percepção, e desarmar toda e qualquer tentativa de espírito crítico de nossa parte. O próprio título deste livro, **As 10 leis invisíveis (que fazem a sua cabeça)**, recorre a este expediente: o número dez – assim como o três e o sete – transmite o sentimento de algo estabelecido e reconhecido ao longo do tempo, quando não remete a algo mais duradouro e até ao sagrado.

Nos atuais tempos das guerras de marketing, nos quais os fabricantes e fornecedores procuram diferenciar produtos e serviços cada vez mais similares, o correto uso das palavras e a construção do discurso de vendas constituem-se na mais mortífera arma de persuasão. Neologismos, eufemismos e justaposições criativas e inusitadas dos termos são capazes não só de influenciar como também de modelar nosso comportamento de consumidor. Já não compramos mais, há anos, carros usados – mas semi-novos, por exemplo.

Uma poetisa norte-americana disse que, para alguns, as palavras morrem quando são pronunciadas e que, para ela, nascem exatamente neste momento.

Um colega seu de letras partilhava o mesmo sentimento, ao afirmar que a palavra e a escrita não passam de língua morta, até o momento em que encontram um ouvinte e leitor, disposto e preparado, para entendê-las. Já uma pensadora francesa contemporânea pontificou que a fala existe para nos calar e nos tornar surdos, com exceção àquilo que ela filtra para nos comandar.

Palavras talvez sejam como camaleões, que se adaptam e refletem o ambiente onde estão. Munidas do terrível poder de aprisionar, ou abençoadas com a graça de libertar.

“



As capas
deste livro
estão muito
longe uma
da outra.

”

Ambrose Bierce

**Nunca julgue um livro
pela sua capa.**

Embora já tenhamos ouvido este conselho, pelo menos uma vez na vida, nunca o levamos a sério. A capa importa, e muito, na apreciação que fazemos do livro, como também o número de páginas. Se a capa é feia, o texto não deve lá ser grande coisa.

E um livro sobre um assunto sério não pode ser curto, pois as coisas sérias são complicadas e longas.

Este livro é breve, de propósito, e por três motivos.

O primeiro se deve a uma questão de clareza, objetividade e respeito; somos normalmente prolixos demais e gastamos muito nosso tempo – e o dos outros – à toa.

O segundo tem a ver com o forte sentimento de que seriedade e simplicidade não são palavras nem estados excludentes. Fazer cara feia ou pose de entediado, não ter senso de humor ou falar difícil não é sinônimo de profundidade, mas quase sempre de falta de assunto ou incapacidade de se comunicar.

O terceiro parte do pressuposto que este livro não é do tipo receita pronta de bolo ou da sessão *fast food*

do conhecimento; os ingredientes estão aqui, isto sim, e cabe ao leitor combiná-los e mastigá-los.

Se eu tivesse tido mais tempo para escrevê-lo, este livro provavelmente seria mais curto. E não menos sério.

A propósito, você gostou da capa?

“



Experiência
não é o que nos
acontece, mas o que
fazemos com o que
nos acontece.

”

Aldous Huxley

Levei três meses para escrever este livro e mais três para revisá-lo - fora a ruminação e digestão prévias de quase dez anos. Sua primeira edição limitada foi vendida para amigos, conhecidos, gente que eu nunca tinha visto antes e até alguns inimigos não-declarados.

Recebi elogios, sugestões, críticas e confesso não saber o sentido exato do comentário que reproduzo abaixo, feito por um leitor; em duas ocasiões distintas diverti-me imaginando suas prováveis interpretações.

- Li o livro todo, de uma só vez, no banheiro.

A queixa mais freqüente, contudo, foi que eu não proponho nenhuma solução para o pequeno problema que aponto.

Bem sei que a falta de uma indicação mais direta e pontual frustra; todos procuramos o caminho seguro e direto de fazer direito as coisas e preferimos até uma má notícia no lugar de um estado temporário de indefinição.

Para agradar a gregos sem me indispor com os troianos, arrisco-me a ditar aqui, portanto, uma única e curta regra:

- Não reaja às situações da vida; responda a elas.

Para bom entender, meia palavra basta.