

CAPÍTULO 1

A COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL NA POLÍTICA: UMA INTRODUÇÃO AOS CAMPOS DE ESTUDO E FUNÇÕES

Data de aceite: 01/04/2022

Data de submissão: 08/03/2022

Sergio Fernandes Senna Pires

Universidade de Brasília, Instituto de Psicologia
de Psicologia
Câmara dos Deputados
Brasília – Distrito Federal
<http://lattes.cnpq.br/1997027402860999>

RESUMO: A quantidade de trabalhos científicos sobre comunicação não verbal tem aumentado ao longo do tempo. Nesse capítulo, buscou-se mostrar as fontes e funcionalidades da comunicação não verbal aplicadas à política. Apresentam-se o debate sobre os aspectos biológicos e culturais da comunicação social. Conclui-se que a linguagem corporal é simultaneamente cultural e biológica. Tem havido uma apropriação indevida e apressada dos resultados das pesquisas científicas. Tal apropriação se dá por questões mercadológicas, resultando na disseminação de baixa qualidade científica. Conclui-se que os meios de comunicação de massa e a Internet influenciam as concepções do público em geral sobre os atores políticos. Nesse contexto, a omissão ou inclusão de elementos, juntamente com a edição da narrativa dos fatos, podem influir diretamente nas atitudes do público em relação ao cenário político.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação verbal na política, linguagem corporal e política.

NONVERBAL COMMUNICATION IN POLITICS: AN INTRODUCTION ON ITS FIELDS OF STUDY AND FUNCTIONS

ABSTRACT: The amount of scientific work on non-verbal communication has increased over time. In this chapter, we sought to show the sources and functionalities of non-verbal communication applied to politics. The debate on the biological and cultural aspects of social communication is presented. It is concluded that body language is simultaneously cultural and biological. In this context, there has been a misappropriation of the results of scientific research. Such appropriation is due to marketing issues, resulting in the dissemination of products with low scientific quality. It is concluded that the mass media and the Internet influence the public's conceptions of political actors. In this context, the omission or inclusion of elements, together with the editing of the narrative of the facts, can directly influence the public's attitudes towards the political scenario.

KEYWORDS: Nonverbal communication in politics, body language and politics

1 | INTRODUÇÃO

A comunicação não verbal (CNV) vem sendo conhecida por diversos nomes ao longo do tempo. Uma das mais conhecidas expressões que as pessoas usam como sinônimo é a linguagem corporal. Isso se deve, em grande parte, à popularização dessa área do conhecimento e a disseminação

do conhecimento na forma de livros de autoajuda. Na verdade, a linguagem corporal é apenas uma pequena parte desse vasto campo da CNV e se refere, basicamente, aos comportamentos não verbais observáveis.

No âmbito acadêmico, a CNV vem sendo considerada como qualquer comunicação além do que se fala ou o que se escreve (DENAULT *et al.*, 2020; MATSUMOTO; HWANG; FRANK, 2016). Como o próprio nome indica, é uma comunicação que não envolve o uso de palavras. Nesse contexto, mesmo não havendo a utilização de signos linguísticos. Pode ser usada no contexto persuasivo para projetar uma imagem, para eliciar emoções ou para criar uma identidade.

Podemos organizar a explicação sobre a CNV por meio das fontes de sua observação, dos seus campos de estudo e das suas funcionalidades. Essa será a nossa estratégia para articular os fundamentos sobre a CNV com a sua interpretação nos debates políticos.

A literatura científica vem tradicionalmente indicando que existem três fontes principais para a CNV (MATSUMOTO; HWANG; FRANK, 2016): (1) o ambiente; (2) características físicas ou aparência; e (3) a dinâmica da face, do corpo e da vocalização. Cada uma dessas fontes pode influenciar qualquer debate e sobre isso ampliaremos as explicações mais adiante.

Há evidências científicas robustas de que uma boa parte da linguagem corporal tem origem cultural (SEGERSTRÅLE; MOLNÁR, 2018; MATSUMOTO; HWANG, 2016; ELFENBEIN *et al.*, 2007), o que produz muitas diferenças na forma como vivenciamos essa dimensão da comunicação. O exemplo mais claro disso são os emblemas, que consistem em gestos cujos significados são coletivamente negociados em um determinado grupo cultural. Normalmente, gestos obscenos estão classificados nessa categoria. Se alguém fizer um gesto desse tipo, para os participantes de determinada cultura, todos entendem e se ofendem! No entanto, um estrangeiro pode ficar um pouco confuso e levar um tempo para entender o que está ocorrendo.

Não obstante esse aspecto cultural, a pesquisa científica também dedicou boa parte da sua atenção a tentar demonstrar que existe uma influência evolutiva muito forte na CNV (KRET; STRAFFON, 2018; CRIVELLI *et al.* 2016; MATSUMOTO; WILLINGHAM, 2009.). Nesse contexto, apesar de não ser o nosso principal objetivo nesse trabalho, é necessário apontar para a questão do essencialismo aplicado à CNV, da busca de regras ou padrões universais, o que sempre acaba sendo alvo de críticas nos estudos acadêmicos que perseguem esse objetivo (BARRETT; WESTLIN, 2021).

Ainda que compartilhem a mesma fisiologia, cada ser é diferente e responde diferentemente às condições ambientais. Esse é um indicador de que é necessário tomar cuidado com a defesa da existência de leis universais. Além disso, há evidências de que o resultado de certos experimentos não tenha recebido as devidas críticas, sendo aceitos e propagados de forma apressada (VRIJ; FISHER, 2020; BURGOON, 2018). Esse aspecto avulta de importância ao considerarmos a disseminação de conhecimento pseudocientífico

nos livros de autoajuda sobre linguagem corporal, reconhecimento de emoções e sobre a identificação da mentira pelo comportamento não verbal. Boa parte da produção com essa característica tenta criar protocolos, estabelecer regras gerais ou criar métodos a partir dos quais seria possível interpretar o comportamento não verbal. Essa é uma manifestação popular e comercial do essencialismo, aplicado à CNV, e colocado a serviço da exploração mercadológica de técnicas e métodos, supostamente baseados em conhecimento científico

Apesar disso, como anteriormente mencionado, o uso e a interpretação da CNV podem ajudar muito nos debates políticos (WAHL-JORGENSEN, 2019). Seja para enfatizar as suas influências nas narrativas, seja como auxílio na interpretação do que os interlocutores estão dizendo ou mostrando.

A CNV pode ser muito útil, por exemplo, para a identificação de *Fake News*. Por meio das pistas visuais que são muito difíceis de manipular, como as cores, os móveis, os lugares, a arquitetura, as posições do corpo etc, é possível desconfiar da credibilidade de determinada figura, texto ou mensagem. Indiscutivelmente, a sua utilização é fundamental em um contexto eminentemente persuasivo como ocorre nos debates políticos.

21 O QUE É COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL?

Mencionamos, anteriormente, que a CNV se constitui em qualquer mensagem que não utiliza as palavras e os seus significados. Isso é possível, pois o ambiente é muito rico de mensagens que não são transmitidas por signos linguísticos. O uso de cores, texturas, imagens, tipos de móveis, layouts de ambientes, tudo isso pode conter mensagens (MANUSOV; 2016). Ao entrar em um ambiente, por exemplo, podemos perceber o nível de formalidade. Numa sala de audiências judiciais, por exemplo, não é raro ver que a posição do magistrado está em destaque e mais elevada que a dos demais participantes.

O tipo de móvel usado também influencia em nossas interpretações. Cadeiras com encosto mais alto costumam receber a denominação comercial de “cadeira de presidente”, indicando a quem são destinadas.

Ao estabelecer uma marca comercial, as empresas escolhem cuidadosamente as cores que a representarão, assim como os habitantes de um país se identificam pelas cores de suas bandeiras. Percebem-se, inclusive, elementos emocionais que estão relacionados ao uso das cores de determinada nação em solenidades e eventos esportivos (AZNAR-CASANOVA *et al.*, 2020). Orgulho, alegria e tristeza são emoções comumente observadas nessas solenidades nas quais as pessoas destacam, de alguma forma, a sua identidade pelo uso das cores nacionais em adereços, roupas, bandeiras etc.

No que diz respeito à interpretação da aparência física, a pesquisa moderna difere do que ocorreu no Séc. XIX por não mais procurar uma relação intrínseca entre as características físicas e o comportamento. Não prevalece mais a intenção em relacionar determinada característica física à previsão do comportamento futuro. Essa nova postura

da pesquisa científica nos afasta imensamente dos estudos da Frenologia e de Cesare Lombroso (TODD; FUNDER, 2016; TWINE, 2002). Estuda-se como as pessoas percebem e interpretam, autonomamente, os elementos estáticos da face e do corpo para chegarem a conclusões (OOSTERHOF; TODOROV, 2008). Não é mais a “testa grande” a causa ou o indicador da inteligência de uma pessoa. É a conclusão autônoma a que um observador chega acerca da “testa grande” que é o novo objeto de estudo. Uma vez que não há evidência científica de que a “testa grande” seja a razão para a pessoa ser inteligente, é o observador que, utilizando-se de um critério arbitrário, atribui essa característica ao observado, com base nas suas próprias impressões.

Essa alteração na forma como se pesquisa o tema trouxe novo fôlego para essa área tão produtiva. Por outro lado, esse fenômeno nos deixa o alerta de que uma pessoa pode ser induzida a considerar que “testa grande” está relacionada à inteligência, sem que isso tenha qualquer sustentação científica. A partir dessa relação, qualquer um com uma testa privilegiada passará a ser considerado inteligente pelo observador. Esse é o risco da apressada generalização de uma impressão.

No que diz respeito aos artefatos, sempre houve pouca polêmica e interesse em estudar como os adereços, roupas e símbolos podem influenciar a interpretação das pessoas (JAIME, 2018). Esses elementos são tão poderosos que, não raras vezes, são utilizados por golpistas para facilitar o primeiro contato com suas vítimas. Diversas modalidades de golpes são aplicadas por pessoas vestidas como religiosos ou militares (CROSS; HOLT, 2021; REBOVICH, 2021). A explicação possível para essa escolha é porque são profissões cujas vestimentas são bem peculiares e as caracterizam, eliciando pressupostos sobre confiabilidade com base nas inferências sobre os integrantes de determinada profissão. Esse fato, é visto pelos criminosos como um facilitador para as suas atividades.

Para entendermos com mais profundidade esse assunto, é necessário destacar que o psiquismo humano é composto de processos básicos (ZAVERSHNEVA; VAN DER VEER, 2019), mais antigos, normalmente não conscientes e diretamente relacionados com o funcionamento do Sistema Nervoso Autônomo, e processos que podemos chamar de superiores (aqueles que nos diferenciam dos outros animais): (1) a ação conscientemente controlada; (2) a memória ativa e (3) o pensamento abstrato (ZAVERSHNEVA; VAN DER VEER, 2018).

A maioria dos cientistas focaliza sua atenção em um ou outro conjunto de processos. A confusão tende a diminuir quando conseguimos considerar que os processos básicos não prevalecem, necessariamente, sobre os superiores e vice-versa. Os processos psicológicos atuam concomitantemente (de forma isolada ou articulada) e não há como prever, de forma geral, qual deles prevalecerá ou funcionará como “orientador” principal de determinado comportamento.

É o que ocorre, por exemplo, com muitas das pessoas que se recuperam do abuso de drogas ilícitas. Apesar da vontade de parar, os mecanismos básicos, relacionados com o

circuito fisiológico dopaminérgico do prazer, podem regular uma “vontade” de usar drogas. É estabelecida, então, uma concorrência entre um processo consciente superior (saber que não deve drogar-se por vários motivos) e as dependências psíquica e química da droga, relacionadas a alguma percepção fisiológica supostamente agradável (processo básico – dependência química).

Tendo isso em mente, concluímos que a linguagem corporal é simultaneamente cultural e biológica, o que torna seu estudo um desafio, devido à complexidade que a articulação teórica entre esses dois campos sempre apresentou ao longo da história da ciência. Não obstante, os exemplos aqui apresentados destacam, mais uma vez, a sua relevância para o entendimento, a análise e o seu uso no contexto dos debates políticos.

3 | OS CAMPOS DE ESTUDO E AS FUNÇÕES DA COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL

Tradicionalmente, são quatro os campos de estudo da CNV. Entretanto, essa quantidade vem sendo constantemente ampliada tendo em vistas as necessidades da pesquisa científica (HALL; HORGAN; MURPHY, 2019). A paralinguagem estuda como as características acústicas da voz e a forma como se dá a articulação vocal das palavras e os significados que essas variações podem produzir. O tom da voz, as pausas, a frequência, a altura, a variação desses parâmetros produz diferenças em como interpretamos, conjuntamente, as mensagens vocais. O estudo da aparência física se dedica a entender como a interpretação dos interlocutores pode ser influenciada por adereços, roupas, características físicas etc. A proxêmica estuda como as estruturas, o mobiliário, a disposição física de objetos e do corpo podem influir no processo comunicativo. A cinésica estuda a dinâmica do movimento, onde encontramos o que popularmente se chama de linguagem corporal e o estudo das expressões faciais. Além dessas tradicionais, encontramos trabalhos envolvendo os odores (MUTIC *et al.*, 2016), o toque (HALL; GUNNERY, 2013), o espaço interpessoal (LEONGOMEZ *et al.* 2017), entre outros.

Quando recorremos a textos sobre a história da comunicação não verbal, identificamos a existência da identificação da sua importância desde a Antiguidade Clássica. Knapp (2006) nos indica que a atenção inicial sobre a CNV foi desenvolvida no contexto da oratória e do estudo da persuasão, disciplinas muito relevantes para a sociedade grega daquela época.

De certa forma, ainda hoje há interesse sobre esse ponto de vista funcional no uso da CNV. Paul Ekman é um dos cientistas de referência nesse campo. Parecendo ter o foco na gesticulação e na sua influência em conjunto com a verbalização, propôs uma lista de seis funções principais (EKMAN, 2004a): (1) repetição e ênfase da mensagem verbal; (2) contradição do que foi verbalizado; (3) complementação; (4) substituição; (5) regulação do fluxo verbal; (6) sinalização das relações de poder no espaço físico. Como podemos

notar, essa lista de funções está mais associada a situações em que a CNV aparece em concomitância com a comunicação verbal, do que ao seu emprego isolado.

Para repetir uma mensagem, utiliza-se um gesto ilustrador afirmativo (polegar para cima), por exemplo, logo em seguida da mensagem verbal afirmativa. Para enfatizá-la, basta apresentar esse mesmo gesto simultaneamente àquilo que a se dizer.

Um exemplo clássico de contradição da mensagem verbal consiste em afirmar o apreço por determinada pessoa ou causa, mas demonstrar expressões faciais de desprezo ou raiva enquanto fala. Outro caso muito comum, é dizer que “não está nervoso”, entretanto fazê-lo com uma entonação enfática, elevar o volume da voz e gesticular amplamente.

Gestos e expressões faciais podem substituir a verbalização quando “nossa cara diz tudo”. Uma pessoa que chega a casa com uma expressão abatida pode comunicar que teve “um dia e tanto”, sem dizer uma palavra.

A regulação do que estamos dizendo se dá pela sinalização dos momentos pelos gestos. Acenar para uma pessoa esperar para falar é um exemplo, assim como utilizar o silêncio como promotor da narrativa de alguém.

Além disso, a CNV se estende para outras fronteiras significativamente importantes no contexto do trabalho. Trata-se de como as relações de poder se manifestam nos ambientes, na forma como organizamos nossa mobília e em como nos dispomos nesses espaços.

Um exemplo muito comum consiste na posição que nos sentamos à mesa de reuniões. Há uma hierarquia de lugares a serem ocupados e todos sabem disso. É necessário, portanto, estarmos alertas para esse mundo invisível dos significados de nossos gestos e movimentos para facilitarmos nossas interlocuções.

Ainda sobre as funções da CNV, é necessário pontuar que existem outras formas para classificá-las. O que nos parece mais direto e pertinente ao escopo desse trabalho é adotarmos a visão de Matsumoto, Hwang e Frank (2016), que as organizam em: (1) contextualização da comunicação como um todo; (2) como suplemento à comunicação verbal; e (3) como regulador de interações. Essa abordagem nos parece mais ampla do que a adotada por Ekman e inclui a dimensão autônoma da CNV, quando ela não age em conjunto com a comunicação verbal.

A CNV serve para contextualizar quando canaliza a interpretação sobre como nos devemos comportar em determinado ambiente. É o caso quando entramos em uma sala de audiências cujos móveis e sua disposição nos indicam ser um ambiente formal. Templos religiosos costumam provocar esse mesmo efeito nas pessoas. Nossa aprendizagem cultural sobre como nos comportarmos socialmente, nos indica a forma adequada para interagir em cada situação específica. É o que denominamos de canalização cultural (VALSINER, 2014).

O aspecto suplementar da CNV consiste na sua interação com a comunicação verbal, reforçando-a, contradizendo-a, complementando-a, para mencionar apenas alguns

dos efeitos (ou funções) possíveis, abarcando a caracterização realizada por Ekman (2004a), sobre a qual já nos referimos.

A regulação do comportamento ocorre por meio da sinalização, quando alguém deseja tomar a palavra em um debate e o mediador indica com a palma da mão esticada para a pessoa esperar.

É importante destacar a dimensão cultural da CNV, pois os mesmos sinais gestuais podem ter significados distintos em diferentes culturas. Existem gestos que denominados emblemas (EKMAN, 2004a), que são culturalmente negociados e que possuem um significado geral conhecido. Por exemplo, o sinal de “V” feito com os dedos de uma das mãos possui significados diferentes na Inglaterra, dependendo se é feito mostrando as costas ou a palma da mão para o interlocutor. O primeiro é um gesto obsceno, o segundo é um símbolo de vitória.

O fato de que a CNV tem um forte componente cultural, nos faz vivenciá-la no dia-a-dia até não a percebermos. O seu uso cotidiano nos dessensibiliza para a percepção consciente desses indicadores. No entanto, suas funções e as suas influências não deixam de existir e nós não paramos de sentir os seus efeitos por causa disso.

Observar esses aspectos é de grande importância nos debates políticos, pois o ambiente persuasivo e o choque de ideias e das emoções serão regulados por essa camada não verbal. Apesar da controvérsia, há evidências da relação entre a linguagem corporal e as expressões faciais de emoções básicas com o funcionamento do Sistema Nervoso Autônomo (BURGOON, 2018). Assim sendo, há uma possibilidade razoável de que as expressões faciais de emoções básicas revelem as primeiras fases dos nossos estados emocionais (REISENZEIN; HORSTMANN; SCHÜTZWOHL, 2019). Nesse contexto, um orador que, utilizando-se apenas da retórica, tenta defender um ponto de vista, pode deixar transparecer as suas primeiras emoções sobre o assunto. Caso essas emoções reveladas pelas expressões faciais sejam incongruentes com a sua fala, o valor persuasivo da sua oratória pode diminuir em relação à audiência.

Na literatura científica relacionada com a Psicologia Evolutiva é frequente encontrarmos a expressão “emoção verdadeira” (EKMAN, 2004b). Como a definição sobre verdade sempre será um assunto controverso, preferimos denominá-la de primeira emoção. Essa concepção é importante quando tratamos da política, pois, não raras vezes, um ator político tem que interagir e negociar com seus adversários no campo ideológico. Considere o seguinte exemplo. Um político sente raiva de determinado argumento utilizado na narrativa de um adversário. Após essa primeira e rápida experiência emocional subjetiva, ele toma mais uns minutos para refletir sobre o argumento e chega à conclusão de que, a despeito de se originar a partir da narrativa de um adversário, o argumento é válido. Ao examinar as suas emoções, o político percebe que sentiu raiva, mas agora está alegre por ter percebido o seu erro. Nesse contexto, qual seria a emoção “verdadeira”?

Esse exemplo nos mostra que existem processos básicos e superiores atuando

simultaneamente e que o resultado intrapsicológico não pode ser predito com absoluta certeza. A primeira emoção não é mais verdadeira do que aquela experimentada pelo sujeito de nosso exemplo depois de tomar um tempo para reflexão

4 | OS MITOS EM RELAÇÃO À COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL

A interpretação do universo não verbal sempre exerceu grande fascínio sobre os seres humanos, pois existe um certo mistério nas habilidades necessárias para a sua interpretação consciente. Além disso, as pessoas imaginam que interpretar o comportamento não verbal concede acesso à verdade e às emoções efetivamente experimentadas pelas demais pessoas, o que nem sempre ocorre (VRIJ *et al.*, 2017). Nesse solo fértil da discrepância entre os acadêmicos, muitos mitos foram surgindo em meio à ganância e aos apelos mercadológicos pela oferta de produtos que permitissem a elaboração de métodos, protocolos ou sistemas que permitissem a análise expedita do comportamento (DENAULT, 2020; LEVINE; SEROTA; SHULMAN, 2010; VRIJ; GRANHAG; PORTER, 2010;).

A apropriação inadequada de conclusões dos estudos científicos e a sua utilização fora de contexto, são as principais causas a serem apontadas para a disseminação de diversos mitos em relação à interpretação da CNV. Para não alongar demasiadamente esse tópico, pois existem muitos mitos, mencionaremos apenas um exemplo clássico, que se estabeleceu a partir de estudos científicos

Trata-se da regra 7-38-55, segundo a qual 93% da comunicação seria não verbal. Esse é um dos mitos mais difundidos na Rede Mundial de Computadores e surgiu a partir de dois estudos (MEHRABIAN; FERRIS, 1967a ; MEHRABIAN; WEINER, 1967b).

Vejam os primeiro estudo (mais robusto), que teve o objetivo de comparar a importância relativa do significado da palavra, do tom de voz e da expressão facial, cujos resultados contêm a conclusão de Mehrabian sobre a prevalência da expressão facial para a interpretação da mensagem. Esse estudo conduziu-se pelo seguinte método. As vozes de três mulheres foram gravadas dizendo a palavra “talvez” (*maybe*) com entonação que procurasse significar que a pessoa: (1) talvez goste; (2) não demonstra apreço ou aversão (neutralidade); e (3) talvez não goste. As palavras foram gravadas duas vezes, pelas três mulheres, perfazendo um total de 18 enunciações da palavra “talvez”, com as entonações acima descritas.

Essas gravações foram apresentadas a 17 ouvintes (todas também mulheres) que deveriam julgar, ao escutar cada palavra, se a comunicação era positiva, neutra ou negativa, dentro de uma escala apresentada no estudo. Então, fotografias de três modelos foram também tiradas com expressões faciais que pudessem significar que: (1) gostou de algo; (2) está neutra em relação a algo; (3) não gostou de algo.

As vozes e fotografias foram emparelhadas de determinada forma (que não nos interessa no momento) descrita no estudo original, de maneira que as avaliadoras podiam

ver uma foto com expressão facial positiva e escutar um “talvez” negativo, ou neutro etc. Realizados os cálculos estatísticos referentes às respostas de cada sujeito do estudo, se chegou à regra 7-38-55 para os componentes verbal, vocal e facial, respectivamente (conclusão expressamente escrita à página 252, do Journal of Consulting Psychology, 1967, vol.31, n3). Quando esse estudo foi publicado sem que suas grandes limitações fossem explicitadas, abriu-se caminho para um dos mitos mais conhecidos sobre a comunicação não verbal. Mito esse, estabelecido sem qualquer explicação plausível sobre sua origem e repetido para milhares de pessoas que não têm, e possivelmente nunca terão, acesso aos estudos originais para verificarem a veracidade ou o exagero de suas afirmações

É necessário apenas um pouco de bom senso para perceber que, no mínimo, essa regra é muito exagerada. Além disso, existem diversas limitações para a aplicabilidade desses estudos na vida real. Limitações essas que são largamente ignoradas, principalmente se a regra for aplicada a um contexto diverso daquele em que foi construída. Seguindo o raciocínio de que 93% da comunicação é não verbal (inferência realizada a partir da apropriação indevida e equivocada dos resultados da pesquisa), seria possível defender o absurdo que um falante da Língua Portuguesa poderia se comunicar, sem problemas, com um aborígene polinésio, sem que um saiba o idioma do outro, o que obviamente não vai ocorrer.

Para finalizar nossa argumentação sobre os mitos acerca da aplicação do conhecimento científico ao campo prático da oratória e dos debates políticos, vale a pena mencionar uma lista com alguns dos principais mitos conhecidos (DENAULT, 2020):

- Os mentirosos não fazem contato visual;
- As poses de poder (Super-homem ou Mulher-Maravilha) mudam a química do sangue;
- Braços cruzados sempre significam resistência
- A direção para a qual se olha está correlacionada com a mentira;
- É possível saber o que alguém está pensando, pela linguagem corporal.

Conhecer os mitos sobre a CNV é fundamental para todos aqueles que se valem da oratória para trabalhar. No contexto político é ainda mais importante devido ao pouco tempo disponível para se capacitar nesse assunto. A proliferação de material didático que contém e dissemina esses mitos é impressionante. Então é necessária atenção para não acabar utilizando estratégias persuasivas, baseadas em pseudociência, que não irão funcionar.

5 | CONCLUINDO SOBRE A UTILIDADE DA COMUNICAÇÃO NÃO VERBAL NA POLÍTICA

Sob o ponto de vista individual, a principal utilidade da comunicação não verbal para o debate político segue a mesma que motivou os gregos a estudá-la, com a oratória,

na Antiguidade Clássica: melhorar a qualidade da comunicação e revelar e perceber as emoções durante os debates.

Considerando um contexto mais amplo, entretanto, existem outros aspectos a serem considerados. Com o advento dos meios de comunicação de massa e da Internet, a imagem de determinado ator político, e seus aspectos verbais e não verbais, influencia as concepções do público em geral sobre essa pessoa (WINTERSIECK, 2017). Nesse contexto, a omissão ou inclusão de elementos (incluindo artefatos, roupas, móveis etc.), juntamente com a edição da narrativa dos fatos, podem influir diretamente nas atitudes do público em relação ao político (IYENGAR; KINDER, 2010). É o que ocorre, por exemplo, de candidatos que são criticados por frequentarem templos religiosos durante o período eleitoral, sendo esse fato imputado como hipocrisia, caso o candidato não seja um religioso. Outro exemplo é a tradicional foto tomando caldo de cana e comendo pastel, em algum mercado popular. Não raras vezes, essas imagens não são recebidas com uma atribuição positiva por parte dos eleitores, principalmente se é conhecido que o candidato não gosta desse tipo de alimentação.

Como tratamos anteriormente, as emoções podem ser inferidas a partir das nossas expressões faciais. Há evidência científica de que a percepção dessas expressões emocionais serve como um atalho para a avaliação que o cidadão faz a partir dos episódios políticos que testemunha (TABER; LODGE, 2006).

Nesse sentido, é necessária atenção especial à apresentação das emoções, uma vez que é um dos aspectos não verbais mais relevantes para a avaliação entre os interlocutores e para o público em geral. Existem evidências (BUCY, 2011) de que essas avaliações independem da classe social ou da escolaridade das pessoas. Revelam também que as impressões (principalmente as primeiras) tendem a permanecer por longo prazo (KONIJN, 2013).

As pistas emocionais observadas a partir do comportamento não verbal dos políticos tendem a ser um elemento decisivo para o enquadramento contextual de sua argumentação ou de suas explicações (BUCY, 2011). Isso ocorre tanto para o público em geral, quanto entre os políticos, nos debates.

Outro aspecto relevante é a disseminação dos mitos sobre comunicação não verbal e seus efeitos na comunicação, na observação e na avaliação do debate político. Como indicado anteriormente, a popularização do conhecimento pseudocientífico sobre linguagem corporal ocasionou um fenômeno de massificação de análises, das quais os políticos serão vítimas preferenciais, juntamente com celebridades e atletas. Muitas dessas análises são realizadas no contexto do entretenimento, como se fosse um programa humorístico. Outras, apesar dessa mesma orientação, possuem um ar mais formal, como se ocorresse realmente uma análise ou uma aula sobre comportamento não verbal. O resultado indistinto dessas duas abordagens é a aplicação da apropriação indevida e a difusão incompleta, na melhor das hipóteses, de parte do conhecimento necessário para a realização de uma análise

técnica sobre o comportamento não verbal. No Brasil, a regulamentação da Psicologia proíbe a análise comportamental pública de casos específicos, que é considerada antiética (BRASIL, 1962). Essa regra é positiva e, apesar de afastar os profissionais mais habilitados a esclarecerem sobre o comportamento humano do debate público, se justifica para preservar a privacidade e os direitos fundamentais dos que estariam sujeitos à exposição pública.

Aspecto igualmente importante sobre a popularização do conhecimento pseudocientífico e o advento da proliferação dos materiais didáticos sobre linguagem corporal, é que as pessoas leem os mesmos livros e comparecendo às mesmas aulas. Considere o seguinte exemplo. Uma pessoa entende que a utilização da linguagem corporal é importante e pode trazer benefícios para as suas técnicas persuasivas. Ela se prepara, faz seus cursos e lê livros. Então aborda o seu interlocutor utilizando um par dessas técnicas, como por exemplo, o espelhamento (imitar discretamente os mesmos movimentos dos outros), a gesticulação ou afirmações e negações com os movimentos da cabeça (todas técnicas ensinadas na literatura de autoajuda). A partir de determinado momento, o interlocutor consegue perceber o que está ocorrendo, pois ele mesmo havia lido um livro que descrevia aquelas técnicas. Essa percepção desencadeia emoções negativas, pois, afinal, ele estava sendo alvo de abordagem persuasiva. Desse momento em diante, a conversa começa a ser abreviada, sendo encerrada pelo interlocutor que percebeu o uso da persuasão, sem chegar a nenhuma conclusão.

Esse exemplo esclarece que as pessoas podem ler os mesmos livros que nós e que seria, no caso específico, muito mais produtivo que a interlocução ocorresse sem o uso de técnicas de persuasão não verbal.

Para finalizar, é importante destacar que a aprendizagem da comunicação não verbal é positiva e deve servir para que as pessoas melhorem a sua comunicação em geral e a percepção de emoções em particular, sem a preocupação excessiva com o seu uso persuasivo. Prestar atenção a detalhes como não contradizer suas próprias crenças e valores será decisivo para que a entrega das mensagens para as pessoas e a performance no debate político sejam bem-sucedidas.

REFERÊNCIAS

AZNAR-CASANOVA, J. A.; GAVILÁN, J. M.; SÁNCHEZ, M. M.; HARO, J. The emotional attentional blink as a measure of patriotism. **The Spanish Journal of Psychology**, v. 23, p. 1-14, 2020.

BARRETT, Lisa Feldman; WESTLIN, Christiana. Navigating the science of emotion. In: **Emotion measurement**. Woodhead Publishing, p. 39-84, 2021.

BUCY, Erik P. Nonverbal communication, emotion, and political evaluation. **The Routledge handbook of emotions and mass media**, p. 195-220, 2011.

- BURGOON, Judee K. Microexpressions are not the best way to catch a liar. **Frontiers in Psychology**, p. 1672, 2018.
- CRIVELLI, C.; RUSSELL, J. A.; JARILLO, S.; FERNANDEZ-DOLS, J. M. The fear gasping face as a threat display in a Melanesian society. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 113, n. 44, p. 12403-12407, 2016.
- CROSS, Cassandra; HOLT, Thomas J. The use of military profiles in romance fraud schemes. **Victims & Offenders**, v. 16, n. 3, p. 385-406, 2021.
- DENAULT, Vincent; PLUSQUELLEC, P.; JUPE, L. M.; ST-YVES, M.; DUNBAR, N. E.; HARTWIG, M. The analysis of nonverbal communication: the dangers of pseudoscience in security and justice contexts. **Anuario de Psicología Jurídica**, 2020.
- EKMAN, Paul. Emotional and conversational nonverbal signals. In: **Language, knowledge, and representation**. Springer, Dordrecht, p. 39-50, 2004a.
- EKMAN, Paul. Emotions revealed. **Bmj**, v. 328, n. Suppl S5, 2004b.
- ELFENBEIN, H.; BEAUPRÉ, M.; LEVEQUE, M.; HESS, U. Toward a dialect theory: Cultural differences in expressing and recognizing facial expressions. **Emotion**, 7, 131-146, 2007.
- GORDON, Rall A.; DRUCKMAN, Daniel. Nonverbal behaviour as communication: Approaches, issues, and research. In: **The handbook of communication skills**. Routledge, p. 81-134, 2018.
- HALL, Judith A.; GUNNERY, Sarah D. Gender differences in nonverbal communication. In J. A. Hall & M. L. Knapp (Eds.), **Nonverbal communication** p. 639-669, 2013.
- HALL, Judith A.; HORGAN, Terrence G.; MURPHY, Nora A. Nonverbal communication. **Annual review of psychology**, v. 70, p. 271-294, 2019.
- JAIME, Jonathan R. Social cognition study: clothing and its link as an analysis element of nonverbal communication. **Vivat Academia**, n. 143, P. 85-111, 2018.
- KNAPP, Mark L. An Historical Overview of Nonverbal Research. In: **The Sage handbook of nonverbal communication**. Sage, 2006.
- KONIJN, Elly A. The role of emotion in media use and effects. In: **The Oxford Handbook of Media Psychology**. Oxford University press. p. 186-211, 2013.
- KRET, Mariska E.; STRAFFON, L. Reply to Crivelli et al.: The different faces of fear and threat. Evolutionary and cultural insights. **Journal of human evolution**, v. 125, p. 193-197, 2018.
- LEONGÓMEZ, J. D.; MILEVA, V. R.; LITTLE, A. C.; ROBERTS, S. C. Perceived differences in social status between speaker and listener affect the speaker's vocal characteristics. **PloS one**, v. 12, n. 6, p.1-21, 2017.
- LEVINE, Timothy R.; SEROTA, Kim B.; SHULMAN, Hillary C. The impact of Lie to Me on viewers' actual ability to detect deception. **Communication research**, v. 37, n. 6, p. 847-856, 2010.

MANUSOV, Valerie. A history of research on nonverbal communication: our divergent pasts and their contemporary legacies In: **APA Handbook of Nonverbal Communication**. American Psychological Association. p. 3-15. 2016.

MATSUMOTO, David; WILLINGHAM, B. The origin of universal human emotions. **San Francisco: San Francisco State University**, 2009.

MATSUMOTO, David Ed; HWANG, Hyisung C.; FRANK, Mark G. **APA handbook of nonverbal communication**. American Psychological Association, 2016.

MATSUMOTO, David; HWANG, Hyisung C. The cultural bases of nonverbal communication. In: **APA Handbook of Nonverbal Communication**. American Psychological Association, p. 77-101, 2016.

MEHRABIAN, Albert; FERRIS, Susan R. Inference of attitudes from nonverbal communication in two channels. **Journal of Consulting Psychology**, v. 31, n. 3, p. 248, 1967a.

MEHRABIAN, Albert; WIENER, Morton. Decoding of inconsistent communications. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 6, n. 1, p. 109, 1967b.

MUTIC, S.; MOELLERS, E. M.; WIESMANN, M.; FREIHERR, J. Chemosensory communication of gender information: Masculinity bias in body odor perception and femininity bias introduced by chemosignals during social perception. **Frontiers in psychology**, v. 6, p. 1980, 2016.

OOSTERHOF, Nikolaas N.; TODOROV, Alexander. The functional basis of face evaluation. **Proceedings of the National Academy of Sciences**, v. 105, n. 32, p. 11087-11092, 2008.

REBOVICH, Donald. The Changing Face of Financial Crime: New Technologies, New Offenders, New Victims, and New Strategies for Prevention and Control. **Victims & Offenders**, v. 16, n. 3, p. 283-285, 2021.

REINS, Louisa M.; WIEGMANN, Alex. Is lying bound to commitment? Empirically investigating deceptive presuppositions, implicatures, and actions. **Cognitive Science**, v. 45, n. 2, p. 1-35, 2021.

REISENZEIN, Rainer; HORSTMANN, Gernot; SCHÜTZWOHL, Achim. The cognitive-evolutionary model of surprise: A review of the evidence. **Topics in Cognitive Science**, v. 11, n. 1, p. 50-74, 2019.

SEGERSTRÅLE, Ullica; MOLNÁR, Peter. **Nonverbal communication: where nature meets culture**. Routledge, 2018.

TABER, Charles S.; LODGE, Milton. Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. **American journal of political science**, v. 50, n. 3, p. 755-769, 2006.

TODD, Elysia R.; FUNDER, David C. Personality. In: **APA Handbook of Nonverbal Communication**. American Psychological Association, p. 163-185, 2016.

TWINE, Richard. Physiognomy, Phrenology and the Temporality of the Body. **Body & Society**, v. 8, n. 1, p. 67-88, 2002.

VALSINER, Jaan. **An invitation to cultural psychology**. Sage, 2014.

VRIJ, Aldert; FISHER, Ronald P. Unraveling the misconception about deception and nervous behavior. **Frontiers in Psychology**, v. 11, p. 1377, 2020.

VRIJ, Aldert; GRANHAG, Pär Anders; PORTER, Stephen. Pitfalls and opportunities in nonverbal and verbal lie detection. **Psychological Science in The Public Interest**, v. 11, n. 3, p. 89-121, 2010.

WAHL-JORGENSEN, Karin. **Emotions, media and politics**. John Wiley & Sons, 2019.

WINTERSIECK, Amanda L. Debating the truth: The impact of fact-checking during electoral debates. **American Politics Research**, v. 45, n. 2, p. 304-331, 2017.

IYENGAR, Shanto; KINDER, Donald R. **News that matters: Television and American opinion**. University of Chicago Press, 2010.

ZAVERSHNEVA, Ekaterina; VAN DER VEER, René. Vygotsky's notebooks. **Perspectives in cultural-historical research**, v. 2, 2018.

ZAVERSHNEVA, Ekaterina; VAN DER VEER, René. Vygotsky and the Cultural-Historical Approach to Human Development. In: **Oxford Research Encyclopedia of Psychology**. 2019.

CAPÍTULO 2

A MENTIRA NO DEBATE POLÍTICO: OMITIR É MENTIR?

Data de aceite: 01/04/2022

Data de submissão: 06/03/2022

Sergio Fernandes Senna Pires

Universidade de Brasília, Instituto de Psicologia
de Psicologia
Câmara dos Deputados
Brasília – Distrito Federal
<http://lattes.cnpq.br/1997027402860999>

RESUMO: O debate político é persuasivo devido à sua natureza instrumental na democracia. Nesse contexto, seria ingênuo não considerar que a comunicação persuasiva seria sempre empregada em sua forma mais ética. É neste cenário que o estudo da mentira é importante. É, portanto, frutífero estabelecer uma relação entre persuasão, mentira e suas modalidades no contexto do debate político. A principal questão atinente às técnicas de persuasão está relacionada à ética em seu uso para influenciar o processo de tomada de decisão, o comportamento e as atitudes das pessoas. O emprego da omissão como estratégia de persuasão e seus resultados nos processos decisórios estão bem documentados nos estudos científicos. No entanto, há evidências científicas de que, no contexto do exercício da autonomia, não há determinismo por meio da persuasão. Os estudos mostram que a experiência constante e a intensa exposição às técnicas de persuasão alteram a forma como as pessoas percebem o uso dessas técnicas. Cada um de nós, diante dessa percepção individual, desenvolve protocolos pessoais para verificar interações, informações e, principalmente, como a

mobilização de emoções pode afetar nosso processo de tomada de decisão.

PALAVRAS-CHAVE: Persuasão no debate político, mentira por omissão, persuasão e mentira na política.

LIES IN POLITICAL DEBATE: ARE OMISSIONS LIES?

ABSTRACT: Political debate is often persuasive because of its instrumental nature in democracy. It would be naive not to consider that persuasive communication would be always employed in its most ethical way. It is in this context that the study of lies is paramount. It is therefore fruitful to establish a relationship between persuasion, lying and their modalities in the context of political debate. The main issue regarding persuasion techniques is related to the ethics in their use to influence people's decision-making process, behavior and attitudes. The use of omission as a persuasion strategy and its results on decision-making processes is well documented in the scientific studies. Nevertheless, there is scientific evidence that, in the context of autonomy, there is no determinism through persuasion. The studies show that constant experience and intense exposure to persuasive techniques change the way people perceive the use of these techniques. Each of us, in the face of this individual perception, develops personal protocols to verify interactions, information and, mainly, how the mobilization of emotions can affect our decision-making process.

KEYWORDS: Persuasion on political debates; lying by omission; persuasion and lies in politics.

1 | INTRODUÇÃO

O estudo acadêmico sobre a mentira vem gerando um intenso debate ao longo do tempo. As questões teóricas, os estudos e as discordâncias se multiplicam (VRIJ, 2000; CARSON, 2006; REINS; WIEGMANN, 2021). Entretanto, para realizar a nossa reflexão, é necessário trazer os elementos mais aceitos e menos controversos nesse campo de estudo, sendo essa a nossa opção.

Historicamente, existem quatro modalidades principais de mentira (DEPAULO *et al.*, 1996; LEINZ; FISHER; ROSS, 2013): (1) contradições, (2) exageros ou distorções; (3) meias-verdades; e (4) omissões. Distintas modalidades promovem a proliferação de diversas definições que, com o tempo, são questionadas por não se adequarem, genericamente, a qualquer hipótese (LEVINE, 2019).

A nossa intenção não é debater ou propor uma definição de mentira que resista a todos os testes. É, entretanto, trabalhar no escopo da mentira pela omissão nos ambientes do debate político. É elencar uma definição que se aplique e seja suficiente para dar conta de boa parte dos fenômenos que ocorrem nesse cenário. O foco é na análise das situações nas quais um ator político intencionalmente altera, inclui ou omite informação essencial com o objetivo de influenciar o processo decisório

Apesar dessa delimitação, a tarefa não é fácil, pois o ato de mentir é multifacetado e multideterminado, como todo o comportamento humano. Existe um amplo debate, na literatura científica (VRIJ, 2000; CHADWICK; STANYER, 2022), sobre os aspectos relevantes acerca da mentira e que trazem especificidades que tornam as análises muito mais complexas, como por exemplo: (1) as diferentes razões pelas quais as pessoas mentem; (2) a grande variação na frequência das mentiras; (3) a diversidade de alvos ou vítimas da mentira; (3) os múltiplos contextos nos quais as pessoas mentem; (4) as mais variadas características pessoais do mentiroso.

Não obstante, é necessário enfrentar as dificuldades teóricas para realizar a nossa reflexão sobre o papel persuasivo da omissão mal-intencionada de informações, fatos ou qualquer outro elemento simbólico relevante que possa ser utilizado no debate político, o que veremos em mais detalhes a seguir.

2 | O QUE É A MENTIRA?

De acordo com Vrij (2000, p. 15), mentira é “uma tentativa deliberada, bem ou mal-sucedida, sem aviso prévio, para criar no outro a crença do que o comunicador considera não ser verdadeiro”.

Essa definição nos apresenta alguns elementos interessantes, necessários e suficientes para a nossa reflexão, e que se enquadram na delimitação realizada. O primeiro deles diz respeito ao sucesso da mentira: não importa se o objetivo for atingido ou não. O

seu foco é na intenção de comunicar algo ou criar uma crença do que o emissor ou produtor daquela mensagem considera não ser verdadeiro. O que nos introduz ao segundo aspecto importante sobre a mentira. Não importa se o fato é realmente verdadeiro ou não. Basta que a pessoa que tenta criar a crença considere que não é verdadeiro (VRIJ, 2000; CURTIS, 2021). Sob esse ponto de vista, a mentira está relacionada com a memória acerca de um fato, um evento ou qualquer outro tema que possa ser objeto de uma comunicação (BATISTA, 2021).

Consideremos o seguinte exemplo. Um chefe passa falsas informações para a sua equipe de vendas sobre as características de um produto, fazendo-os acreditar que o produto a ser vendido é realmente aquele. Nesse caso, e segundo a definição apresentada, os vendedores não estariam mentindo ao repassarem as falsas características do produto aos seus clientes, pois, diante das informações a eles disponíveis, havia a crença de que o produto possuía as características anunciadas. Esse aspecto sobre a propagação da mentira é relevante para mostrar a dificuldade de lidar com disseminação de notícias falsas. Depois de assumir que determinado fato é verdadeiro, a vítima da mentira se comporta em relação a ele como um possível disseminador ingênuo. A rigor, essa pessoa não é mentirosa, mas o seu papel é fundamental para a estratégia de ampliação do alcance da mentira. A propagação de *Fake News*, em parte, segue esse modelo (LOVELESS, 2020).

Fenômeno semelhante pode ocorrer no interior de uma estrutura corporativa ou de um partido político. No caso das estruturas organizacionais políticas, a hipótese é até mais sensível, pois um dos motores da política partidária é a defesa de ideias e, em não raros casos, de ideologias. Esse fato ajuda a explicar a existência de um constante debate político e a utilização de estratégias persuasivas no contato entre as diferentes ideias e diversos pontos de vista com vistas a influenciar o processo decisório

Isso se deve ao fato de que o elemento fundamental da definição sobre mentira que estamos utilizando é a intenção do comunicador de criar um falso entendimento ou crença sobre algo. No cenário político, essa intenção, de forma geral, é persuadir as pessoas sobre determinado ponto de vista. Para tanto, certas informações podem ser evidenciadas, enquanto que outras, não tão interessantes à defesa do argumento, podem ser omitidas (CHERNAK *et al.*, 2021).

A partir da estrutura organizacional políticas pode ocorrer a disseminação de informação sutilmente inverídica sobre algum candidato, sobre a ideologia defendida ou sobre temas relativos aos seus adversários. Nesse contexto multiforme de produção de material informativo, as pessoas podem acabar ajudando a disseminá-lo uma vez que confiam na fonte que primariamente os disponibilizou. Nesse caso, analogamente aos vendedores do exemplo anterior, essas pessoas não estariam mentindo.

Outro aspecto relevante diz respeito à forma como se comunica. Uma condição necessária para a comunicação é haver a utilização de um código informacional inteligível por meio de alguma convenção. Essa condição inclui elementos que vão além da vocalização,

ampliando o conceito para mensagens de texto, de sinais manuais, imagens, linguagem corporal ou qualquer outro tipo de código que sirva para transmitir um significado a outras pessoas.

Sobre isso, Chernak *et al.* (2021) mencionam um exemplo acerca de um provedor de serviços que recebia mandatos judiciais para repassar informações acerca do comportamento digital dos seus usuários aos órgãos governamentais. Tal provedor era proibido de informar que recebera tais ordens. Então, para os períodos em que não havia um mandato válido, a empresa explicitamente revelava que não havia ordem para repassar informações, por meio da aposição de um símbolo em suas páginas na Internet. Nos dias em que havia mandatos válidos, o símbolo era retirado das suas páginas. Dessa forma, para um usuário atento, a omissão do sinal indicativo de existência de mandato válido era uma dica perceptível de que suas atividades poderiam ser monitoradas e entregues ao governo. Esse é um exemplo em que até o silêncio pode se transformar em uma mensagem.

Então, para os efeitos de nossa reflexão nos interessa considerar a mentira e a omissão como estratégias persuasivas em um ambiente de choques de ideias no debate político, com vistas à tomada de decisão, desconsiderando outras omissões que não sejam enquadradas no campo da persuasão.

3 I ENGANAR É O MESMO QUE MENTIR?

A terminologia utilizada no campo de estudo da mentira pode variar de significado em relação aos seus homônimos utilizados no senso comum. No cotidiano, alguém pode cometer um engano sem necessariamente estar mentindo. Como anteriormente argumentamos, a mentira está relacionada principalmente à memória à intenção de influenciar os interlocutores. Se uma pessoa confunde as suas lembranças sobre algo e não tem a intenção de criar um falso entendimento, ela não está mentindo, apesar de ser evidentemente muito difícil a comprovação de que a falha de memória foi realmente verdadeira. A manifestação verbal sobre a falha na memória de um acontecimento é muito comum no debate político, principalmente se a pessoa que fez uma manifestação é confrontada com evidências irrefutáveis e contrárias ao que disse, tais como fotos e vídeos (ZERUBAVEL, 2006; LEAL *et al.*, 2020).

A manutenção do sigilo em relação à manipulação é relevante quando se deseja disseminar mensagens falsas a partir de pessoas ingênuas. A ingenuidade aqui se refere apenas ao fato de que se ignora que a mensagem original ou a narrativa foram manipulados por alguém. A mensagem pode ser considerada falsa, se tomarmos em conta os objetivos, as intenções de quem a criou, a despeito da quantidade de pessoas que a consideraram verdadeira e a estão disseminando a partir de um produto inicial. A estratégia é, portanto, enganosa apesar de que as pessoas usadas para a disseminação da informação inicial não serão consideradas mentirosas, segundo a definição sobre mentira adotada.

Esse raciocínio pode ser considerado no caso do emprego de *Fake News* no debate político. Ao receber uma mensagem de uma fonte considerada confiável, é possível que uma pessoa passe a disseminá-la sem realizar uma verificação mais cuidadosa e aprofundada não somente no conteúdo, mas também nas possíveis inferências que ela possa produzir (LOVELESS, 2020).

Apesar de podermos apontar diferenças entre a mentira e o engano, nota-se uma utilização dos vocábulos de forma intercambiável na literatura científica. Não obstante, nos parece que a mentira é mais uma das modalidades que podem ser utilizadas para enganar. O engano, portanto, parece ser uma categoria mais ampla, que poderia abarcar o mau uso de uma série de diferentes estratégias persuasivas.

4 | A OMISSÃO NO PROCESSO COMUNICATIVO

Para que o entendimento dos aspectos relevantes quanto ao emprego da omissão no contexto persuasivo seja bem sucedido, devemos tratar do processo comunicativo. Qualquer comunicação é omissiva por natureza. Simplesmente não há tempo para comunicar tudo, a todos, o tempo todo (GOMES, 2014).

Quando ministramos uma aula, por exemplo, temos um tempo determinado para completar a tarefa. Então, um dos trabalhos do professor é fazer uma avaliação de relevância sobre o que será apresentado aos alunos. Nem sempre os professores são bons nessa seleção, mas consideremos que, mesmo não sendo bem sucedidos, é razoável supor que a maior parte dos docentes não tenha a intenção de enganar os seus alunos. Então, se algum tópico ficar fora da aula, é porque o professor julgou que outros assuntos eram mais importantes, tomados em conta o tempo disponível para tratar da matéria e os objetivos pedagógicos da atividade. Nesse exemplo, a omissão, apesar de intencional, não foi realizada para criar um falso entendimento nos alunos.

Diferentemente, consideremos a negociação de um veículo na qual um vendedor deixa de informar a existência de um problema mecânico sério, porém dificilmente detectável pelo comprador. Nesse caso, a omissão, também intencional, foi realizada no sentido de ocultar o problema e orientada a enganar o comprador na realização do negócio. Esses são exemplos sobre como faz muita diferença analisarmos o papel da intenção no processo comunicativo. No debate político, essa análise avulta de importância devido ao fato de que muitos dos debates não são apenas ideológicos ou entrecosques de ideias, mas também resultam em decisões que afetarão decisivamente algum coletivo de pessoas.

Além disso, já sinalizamos sobre a dificuldade da identificação de estratégias persuasivas mal-intencionadas quando a operação é deliberadamente omitir informação relevante ou promover a inferência, o que trataremos mais detalhadamente a seguir.

5 | A PERSUASÃO, A OMISSÃO E OS DEBATES POLÍTICOS

No que diz respeito à mentira na política, é necessário tratarmos sobre a persuasão, pois a arena política é persuasiva em sua própria dinâmica de funcionamento (WHINTER-SIEK, 2017). Para delimitarmos a nossa abordagem sobre tão complexo o tema, nos restringimos aos aspectos psicológicos sobre a mentira, em sua forma omissiva, e sobre como ela pode ser utilizada para persuadir ou manipular as pessoas. Então, vejamos algumas questões em relação ao enquadramento da mentira no contexto da persuasão.

Pascal (2020, p. 361), em seu ensaio *A Arte da Persuasão*, escrito em 1658, propõe uma reflexão sobre esse tema

A arte da persuasão consiste tanto em agradar, quanto em convencer, muito mais os homens são governados pelo capricho do que pela razão! Agora, desses dois métodos: o primeiro sobre convencer e o outro sobre agradar, tratarei aqui apenas as regras sobre o primeiro.

Blaise Pascal, já no Séc. XVII, destacou duas dimensões da persuasão: uma dimensão argumentativa e uma dimensão emocional. As duas são importantíssimas na persuasão política e para a nossa reflexão, pois é possível omitir argumentos, evidências, estatísticas e, mesmo assim, evidenciar emoções.

Outra definição, mais contemporânea tradicional e objetiva, é defendida por Dainton (2005, p. 2) como “uma comunicação que é elaborada para influenciar outros, visando modificar as suas crenças, valores ou atitudes”. Apesar de não estar explícito, a partir da conceituação de atitudes, pode também, como também introduzido na reflexão de Pascal, envolver elementos do campo afetivo.

Além disso, nota-se uma semelhança entre as definições de persuasão e de mentira, pois ambas visam alterar algum elemento psicológico das pessoas, restando diferenças entre elas no que diz respeito ao propósito antiético da mentira, o que não encontramos necessariamente na persuasão.

Consideremos o seguinte exemplo. Um líder de uma potência que dispõe de armas nucleares de destruição em massa publicamente afirma que não descarta o uso desse armamento em determinado conflito, reafirmando as suas exigências para que esse cenário não ocorra. Nota-se, no pronunciamento, a intenção não só de informar, mas de eliciar emoções em seus oponentes: especificamente o medo. Nesse contexto, o cenário de incerteza promovido pelo medo pode canalizar decisões de conformidade com as exigências do líder da anteriormente mencionada potência nuclear. As ameaças relativas à utilização de armas de destruição em massa são o argumento coercitivo, antiético e manipulativo para conseguir o que deseja de seus adversários.

Entendendo a política como a arte da negociação (ADE, 2019), haverá o uso legítimo e ético de técnicas persuasivas e esse fato, por si só, não é negativo ou prejudicial ao processo democrático. O choque de ideias faz parte do processo de negociação e das

decisões que devem ser tomadas.

Entretanto, alguns atores desse cenário não se conformam apenas com a apresentação de fatos e a destacar e defender aspectos relevantes a eles relativos. Existem pessoas que não admitem outro resultado para o processo de negociação que não seja a prevalência total do seu ponto de vista. Para essas pessoas, o uso antiético das estratégias de persuasão se autojustifica (BENKLER; ARIS e ROBERTS, 2018).

A partir da definição de mentira adotada, temos um mentiroso quando alguém tenta promover, em outra pessoa, a formação de uma crença sobre algo que ela sabe não ser verdadeiro. Existem várias formas de produzir esse resultado (VRIJ, 2000; CHEN; XIAO e MAO, 2021), sendo as principais: (1) a inclusão de informação; (2) a alteração da informação; (3) a indução a realização de inferências; e (4) a omissão de informação relevante.

Como anteriormente dito, faz tempo que os estudos acadêmicos mostram que não há diferenças na forma das técnicas persuasivas, mas o que nos faz classificar a situação como manipulativa é o seu emprego antiético (CONGER, 1998; JONHSON, 2018; CHADWICK; STANYER, 2021). A conclusão sobre isso sempre dependerá de um juízo de valor moral sobre as intenções, sobre a modificação do conteúdo da informação e sobre o propósito a ser atingido com a estratégia persuasiva.

Quanto a esse aspecto, acrescentar informação inverídica é uma das formas mais utilizadas, pois nem todos os destinatários da mensagem farão a verificação de cada parte de informação que recebem. Modificar a informação, também conhecida como meia-verdade, é uma estratégia ainda mais sofisticada, já que misturar algo verídico com informações nada verdadeiras cria um cenário de grande incerteza e muito mais trabalhoso para a verificação da informação (LARSEN, 2020; CHADWICK; STANYER, 2021; KOPEC, 2021).

Mais sutil ainda, é quando a informação está formatada para permitir que as pessoas realizem inferências a partir de vagas sugestões. O manipulador que utiliza essa estratégia possui a vantagem de poder dizer, caso seja confrontado com sua intenção, ou seja, acusado de manipular os fatos, que não disse aquilo, que foi a outra pessoa ou a audiência que concluiu equivocadamente.

Outra estratégia que possui o mesmo formato e que pode se valer das mesmas justificativas é a omissão intencional de informação relevante. Como anteriormente dito, o processo comunicativo é omissivo por natureza, já que não há como esgotar uma argumentação em determinado período limitado de tempo. Simplesmente não é prático no contexto social humano debater a exaustão sem nunca chegar a uma conclusão, ainda que parcial. Então, essa modalidade de manipulação permite a saída de que foi uma omissão não intencional, que ocorreu um equívoco.

Então, consideradas essas condições, a omissão de informação ocorre normalmente em qualquer debate, em qualquer conversação, em qualquer tipo ou forma de comunicação. Entretanto, há omissões que se enquadram na definição de mentira proposta, que são as omissões intencionais de informação essencial e relevante para a tomada de uma

determinada decisão, que proporcionou a consecução do objetivo de condenar o réu.

Consideremos o seguinte exemplo. Em um processo criminal, o promotor do caso tem acesso a uma prova inequívoca da inocência de um determinado réu. Por razão não conhecida, esse promotor decide omitir essa prova e deixar de informar ao advogado de defesa sobre a sua existência, conseguindo a condenação do réu ao final dessa fase do processo. A ação antiética e ilegal por parte desse promotor de justiça em ocultar evidência pode ser considerada, entre outros problemas mais sérios, uma mentira por omissão.

A partir desse exemplo, podemos ver como a omissão apresenta um cenário muito mais complexo no contexto persuasivo. O fato da defesa não ter conhecimento da existência e não ter acesso à prova omitida impede que aqueles elementos sejam trazidos para consideração e debate no processo no processo decisório. Por outro lado, o promotor antiético somente poderá ser acusado se alguém descobrir que a prova existia e que havia sido de seu conhecimento, fatos que dificilmente alguém conseguiria demonstrar, sem o arrependimento do próprio promotor.

No âmbito político, caso semelhante pode ocorrer quando dos debates de regulamentação de determinadas normas de segurança alimentar, do uso de defensivos agrícolas ou na regulamentação da produção de medicamentos, apenas para mencionar algumas áreas sensíveis à omissão de informação relevante para a tomada da melhor decisão.

Nesse contexto, a omissão pode ser muito eficaz dado o curto período de tempo no qual o processo decisório acontece. A omissão sobre estudos que revelem os perigos à saúde humana diante do consumo de determinada substância, sobre relatórios de impacto ambiental no uso de defensivos agrícolas ou sobre os efeitos colaterais de certo medicamento pode influir na decisão final sobre a amplitude da sua regulamentação.

Se a parte interessada em omitir alguma informação conseguir fazê-lo por tempo suficiente para que a decisão ocorra, o objetivo do manipulador pode ser atingido mesmo que o objeto da omissão seja revelado em momento imediatamente posterior.

É necessário, entretanto, destacar que a sistemática exposição às técnicas de persuasão faz com que os indivíduos estabeleçam uma experiência prévia. Então, os efeitos das técnicas persuasivas, a sua relação com os temas, o entendimento e atitudes em relação à persuasão se modificam ao longo do tempo. Faz tempo que há evidências de que resistir à persuasão é uma questão de autonomia do ser humano (GIROUX, 1983). Ela não nos torna imunes à influência, mas, com o passar do tempo, a experiência acumulada durante a exposição aos contextos persuasivos nos indica que não temos elementos suficientes para a tomada de decisões autônomas (FRIESTAD; WRIGHT, 1994; GOMES, 2014; CHEN, XIAO e MAO, 2021; TEENY *et al.*, 2021).

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O debate político é persuasivo por sua natureza instrumental na operação da demo-

cracia. Seria ingênuo não considerar que, no entrechoque de ideias, a comunicação persuasiva fosse sempre empregada em sua forma mais ética. É nesse contexto que o estudo da mentira interessa e ela ocorre quando há uma tentativa deliberada e não anunciada para criar nos interlocutores a crença do que o comunicador considera não ser verdadeiro. Uma das suas modalidades é a mentira pela omissão.

A principal questão em relação às técnicas de persuasão é relativa à ética no seu emprego para influenciar o processo decisório, o comportamento e as atitudes das pessoas. Nesse contexto, a omissão intencional de informação relevante é uma estratégia que se pode considerar como mentirosa.

O uso da omissão como estratégia de persuasão é bem documentado na literatura científica e nos indica que esse assunto deve ser considerado com muita seriedade no debate político.

Entretanto é necessário tomar em consideração que não há um determinismo na tomada de decisão por parte das pessoas. Em um contexto persuasivo, o acréscimo ou omissão de elementos por parte dos políticos, pode ser tomado como pressuposto. É praticamente certo que irá ocorrer. Então, qualquer interlocutor nesse tipo de cenário, deve ter o cuidado de não assumir nenhuma informação, performance ou elemento como verdadeiro por si só.

Estratégias devem ser desenvolvidas e protocolos pessoais devem ser estabelecidos para verificar as interações, as informações e, principalmente, como a mobilização das emoções podem estar afetando o processo decisório democrático como um todo e as decisões individuais em particular.

REFERÊNCIAS

ADE, Valentin. Political negotiations: characteristics and related performance disincentives. **International Journal of Conflict Management**, 2019.

BATTISTA, Fabiana; OTGAAR, Henry; MANGIULLI, Ivan; CURCI, Antonietta. The role of executive functions in the effects of lying on memory. **Acta Psychologica**, v. 215, p. 103295, 2021.

BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics**. Oxford University Press, 2018.

CARSON, Thomas L. The definition of lying. **Noûs**, v. 40, n. 2, p. 284-306, 2006.

CHADWICK, Andrew; STANYER, James. Deception as a Bridging Concept in the Study of Disinformation, Misinformation, and Misperceptions: Toward a Holistic Framework. **Communication Theory**, v. 32, n. 1, p. 1-24, 2022.

CHEN, Sijing; XIAO, Lu; MAO, Jin. Persuasion strategies of misinformation-containing posts in the social media. **Information Processing & Management**, v. 58, n. 5, p. 102665, 2021.

CHERNAK, Ezri; DIETRICH, Kurt; RASPOPOVIC, Ashley; TURRI, Sarah; TURRI, Jonh. Lying by Omission: Experimental Studies. **Filozofia Nauki**, v. 29, n. 2, p. 189-208, 2021.

CONGER, Jay A. The necessary art of persuasion. **Harvard Business Review**, v. 76, p. 84-97, 1998

CURTIS, Drew A. (2021). You Liar! Attributions of Lying. **Journal of Language and Social Psychology**, 40(4), 504-523.

DAINTON, M.; ZELLEY, E. D. Explaining theories of persuasion. In: **Zelley, Applying communication theory for professional life: a practical introduction**, p. 103-131, 2005.

DEPAULO, Bella M.; KASH, Deborah; KIRKENDOL, Susan; WYER, Melissa; EPSTEIN, Jennifer. Lying in everyday life. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 70, n. 5, p. 979, 1996.

FRIESTAD, Marian; WRIGHT, Peter. The persuasion knowledge model: How people cope with persuasion attempts. **Journal of consumer research**, v. 21, n. 1, p. 1-31, 1994.

GIROUX, Henry. Theories of reproduction and resistance in the new sociology of education: A critical analysis. **Harvard Educational Review**, 53(3), 257-293, 1983.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2014.

JOHNSON, Kevin; MARTINEAU, Joé. T.; KOUAMÉ, Saouré.; TURGUT, Gokhan.; POISON-DE-HARO, Serge. On the unethical use of privileged information in strategic decision-making: The effects of peers' ethicality, perceived cohesion, and team performance. **Journal of Business Ethics**, v. 152, n. 4, p. 917-929, 2018.

KOPEC, Mattew. (2021). Deceptive omissions, half-truths, and the moral exemplar in clinical ethics. *The American Journal of Bioethics*, 21(5), 33-35.

LARSEN, Urban. Fact-checking and journalistic professional autonomy. **Democracy and Fake News: Information Manipulation and Post-Truth Politics**, 2020.

LEAL, Sharon; VRIJ, Aldert; DEEB, Hannen; HUDSON, Charlotte; CAPUOZZO, Pasquale; FISHER, RONALD P. Verbal cues to deceit when lying through omitting information. **Legal and Criminological Psychology**, v. 25, n. 2, p. 278-294, 2020.

LEINS, Drew A.; FISHER, Ronald P.; ROSS, Stephen J. Exploring liars' strategies for creating deceptive reports. **Legal and Criminological Psychology**, v. 18, n. 1, p. 141-151, 2013.

LEVINE, Timothy R. **Duped: Truth-default theory and the social science of lying and deception**. University Alabama Press, 2019.

LOVELESS, Matthew. Information and Democracy: Fake news as an emotional weapon. In: **Democracy and Fake News**. Routledge, 2020. p. 64-76.

METTS, Sandra. An exploratory investigation of deception in close relationships. **Journal of Social and Personal relationships**, v. 6, n. 2, p. 159-179, 1989.

PASCAL, Blaise. *Collected Works of Blaise Pascal*. Delphi Classics, 2020.

REINS, Louisa M.; WIEGMANN, Alex. Is lying bound to commitment? Empirically investigating deceptive presuppositions, implicatures, and actions. **Cognitive Science**, v. 45, n. 2, p. e12936, 2021.

TEENY, Jacob D.; SIEV, Joseph. J.; BRIÑOL, Pablo; PETTY, RICHARD E. A review and conceptual framework for understanding personalized matching effects in persuasion. **Journal of Consumer Psychology**, v. 31, n. 2, p. 382-414, 2021.

VRIJ, Aldert. **Detecting lies and deceit: The psychology of lying and implications for professional practice**. Wiley, 2000.

WINTERSIECK, Amanda L. Debating the truth: The impact of fact-checking during electoral debates. **American Politics Research**, v. 45, n. 2, p. 304-331, 2017.

ZERUBAVEL, Eviatar. **The elephant in the room: Silence and denial in everyday life**. Oxford University Press, 2006.



Ciência Política: Debates temáticos 2

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

 **Atena**
Editora
Ano 2022

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^a Dr^a Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^a Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^a Dr^a Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^a Dr^a Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

