

Adriana Thiara de Oliveira Silva

A comunicação dos amantes
O processo de comunicação entre homens
e mulheres na busca por um encontro
existencial

Universidade Federal de Alagoas
2004

Índice

1	Considerações iniciais	7
1.1	Comunicação	7
1.2	Intenção, efeitos e realimentação	9
1.3	Os signos	10
1.4	Códigos e mensagens	10
1.5	Processo de comunicação	11
2	A comunicação dos amantes	17
2.1	Homens, mulheres e suas relações	19
2.1.1	Relações Genitais	20
2.1.2	Relação Sensual	20
2.1.3	Relações Transferenciais	21
2.1.4	Relações Motivacionais	21
2.1.5	Relações Procriadoras	21
2.1.6	Relações Costumeiras	22
2.2	Tipos de relações e as formas de comunicação	22
2.3	Construção das mensagens nas relações interpessoais	26
3	A importância da linguagem não-verbal na comunicação	29
3.1	Barreiras na comunicação	32
4	O conceito de comunicação e o relacionamento dos entrevistados	37

4.1	Comunicação dos amantes	38
5	Considerações finais	51
6	Referências bibliográficas	53

*Trabalho apresentado ao Departamento de Comunicação Social,
habilitação em Jornalismo, da Universidade Federal de Alagoas,
para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo, sob
orientação do Prof. Dr. Antonio Francisco R. de Freitas.*

Ao Yuri, fonte de toda minha inspiração, trabalho e busca do conhecimento. Para Andreine, Graça, Lourdes, Socorro, Fátima, Chico, Angela, meus primos, primas e amigos, especialmente para minha mãe Luzia, Eloi, Freitas, Waléria, Rommel e à memória de Tercila, dedico.

Capítulo 1

Considerações iniciais

Antes de entrarmos na discussão sobre o processo de Comunicação entre os amantes, é preciso conhecer e esclarecer algumas palavras e conceitos que envolvem o tema. Para isso, o primeiro passo será relembrar algumas questões sobre a *comunicação* e o *processo de comunicação*.

1.1 Comunicação

Primária e pertinente a cada indivíduo, a comunicação é o ato mais natural e involuntário da existência humana. Não há que não se comunique. Mesmo quem não quer trocar informações ou fazer contato, já está expressando sua vontade. Assim é a *Comunicação*.

Processo tão natural como respirar, beber água ou caminhar, a comunicação é a força que dinamiza a vida das pessoas e das sociedades: a comunicação excita, ensina, vende, distrai, entusiasma, dá status, constrói mitos, destrói reputações, orienta, desorienta, faz rir, faz chorar, inspira, narcotiza, reduz a solidão, e – num paradoxo digno de infinita versalidade – produz incomunicação (sic). BOR-DENAVE (1986, p. 9).

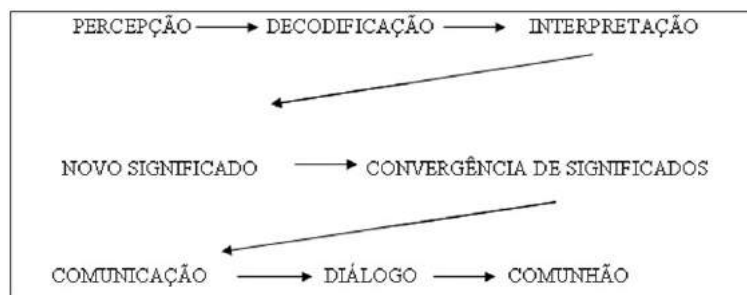
GILLO DORFLES (*apud* BORDENAVE, 1986) afirma que a comunicação - entendida em sua acepção mais vasta, como utilização dos *mass media*, como comunicação escrita, falada, cantada, recitada, visual, auditiva e figurativa - está, sem dúvida, na base de todas as nossas relações intersubjetivas e constitui o verdadeiro ponto de apoio de toda nossa atividade presente.

Já RAMOS (*apud* BORDENAVE, 1986) percebe a comunicação como qualquer outro elemento que integra a sociedade.

A comunicação somente tem sentido e significado em termos de relações sociais que a originam, nas quais ela se integra e sobre as quais ela influi. Quer dizer que a comunicação que se dá entre as pessoas manifesta a relação social que existe entre essas mesmas pessoas. Nesse sentido, os meios de comunicação devem ser considerados, não como meios de informação, mas como intermédios técnicos nas relações sociais.

O primeiro passo da comunicação é a PERCEPÇÃO. A percepção é um fenômeno de informação sobre o meio ambiente. O que um indivíduo A percebe está distante do que o indivíduo B percebe, tudo isso porque ambos contam com uma bagagem cultural de diferentes experiências, conhecimentos, crenças, valores, atitudes e signos.

Conforme o quadro 1, temos o seguinte processo comunicativo-perceptivo:

Quadro I**1.2 Intenção, efeitos e realimentação**

Todo ato de comunicação tem a *intenção* criadora do processo comunicativo. Toda intenção, por exemplo, de expressar-se, convidar, satisfazer uma curiosidade, rir, informar, tem relação com o conteúdo da mensagem. E esse conteúdo pode ter diversas intenções mediante o relacionamento interpessoal, como expressar simpatia, amor, ódio, preparar o ambiente para um convite. WARZLAWICK (*apud* BORDENAVE, 1986) afirma que as relações interpessoais podem ser *simétricas*, tendendo a minimizar as diferenças entre o comportamento e a percepção dos interlocutores; ou *complementares* quando a intenção leva a maximizar as diferenças.

Esse fator permite que os novos significados que a comunicação oferece através das mensagens entram em interação com os significados originais, que por sua vez dependem dos efeitos dessas mensagens sobre a bagagem cultural. Lembrando que, ao mesmo tempo que emitimos, recebemos mensagens, o que possibilita a realimentação ou *feed back*, o *termômetro da comunicação*.

1.3 Os signos

De um modo simples e didático, foi elaborado por meio da fusão de conceitos de cientistas da comunicação a seguinte definição de signos e símbolos no quadro 2.

Quadro 2

Símbolo	Signo
Toma o lugar de algo que está em nossa mente ou sentimento, fazendo visível e público o que é privado em cada um de nós, então é representação observável e tangível de uma idéia intangível, como AMOR, PAZ, PÁTRIA.	Estímulos físicos usados para representar objetos, qualidades, idéias ou eventos. São palavras, sinais, gestos, desenhos, fotografias, pinturas, mapas, siglas, como coração, pomba e bandeira que representam amor, paz e pátria.

A comunicação é possível quando as pessoas têm experiências prévias com os mesmos objetos e com suas representações. As pessoas devem ligar os mesmos objetivos dos mesmos signos.

O signo não tem um sentido único e geral, ele é atribuído à bagagem cultural de cada indivíduo. Isso faz com que muitos símbolos tenham mais de um significado: um sorriso pode expressar alegria, satisfação, surpresa boa, aprovação, ironia. BORDENAVE completa a explanação afirmando que o significado dos signos não está neles mas na mente das pessoas.

1.4 Códigos e mensagens

Os signos os quais falamos, agrupados, organizados formam um código. Na construção de mensagens os indivíduos combinam diversos códigos que por sua vez, saem de todas as partes do mesmo indivíduo. Isso faz com que em alguns casos, não seja possível

transmitir com exatidão a mensagem original apenas com um tipo de código, conforme o quadro 3.

Quadro 3

Fonte: PEASE, 1986



Códigos Comportamentais: uso do corpo – gestos, expressão facial, vocalização.

Códigos Artefactuais: relação e arranjo dos objetos para a comunicação – símbolos de status, roupas, móveis, arquitetura.

Códigos Espaço-temporais: tempo e espaço no auxílio da comunicação – ritmo e a pausa na música, posição dos personagens no teatro.

Códigos Mediáticos: meios impessoais de comunicação – escrita, gráfico, eletrônico.

1.5 Processo de comunicação

BERLO explica que objetivo básico na comunicação é nos tornar agentes influentes, é influenciarmos outros, nosso ambiente físico e nós mesmos, é nos tornar agentes determinantes, é termos opção no andamento das coisas. "Em suma, nós nos comunicamos para influenciar – para influenciar com intenção" afirma BERLO (1985, p. 51).

Este também é o objetivo de quem quer estabelecer uma comunicação amorosa; dar andamento ao interesse que é compartilhar, influenciar o outro com as suas intenções de ter uma vida em comum. Para isso, é necessário que um processo comunicativo se inicie.

BERLO (*op. cit*) entende que quando chamamos algo de **processo**, queremos dizer também que não tem *um* começo, *um* fim, uma seqüência fixa de eventos. Não é coisa estática, parada. É móvel. Os ingredientes do processo agem uns sobre os outros; cada um influencia todos os demais.

Os teóricos da comunicação não admitem que os ingredientes do processo sejam separados uns dos outros, alegando que após a divisão, houve um começo ou fim para uma certa idéia, que veio de uma determinada fonte e segue uma mesma direção; os teóricos preferem organizar suas percepções de uma forma ou de outra.

E este processo atinge a todos os seres humanos, porque, precisamos nos comunicar, transmitir mensagens, estabelecer conexões uns com os outros a fim de atingirmos objetivos que são os mais variados possíveis.

A comunicação é dotada de artifícios e barreiras, ciente disso, os seres por si só já se articulam em **grupos sociais** que detenham as mesmas informações e atitudes para facilitar o processo comunicativo; LANE (1984, p. 15) diz que os grupos sociais têm normas que regem as relações entre os indivíduos. Os grupos são estudados para entender o desenvolvimento dos **papéis sociais** que se manifestam nas relações, e são estes papéis sociais que fazem a sociedade ser exatamente como ela é, com características que já estamos habituados a lidar.

LANE nos explica o que são os papéis sociais de uma forma bem simples. São as diferentes formas que o ser humano apresenta dentro dos grupos sociais. Por exemplo, o leitor deste momento, pode ser a pessoa que vai avaliar este trabalho depois. A mulher que fez aquele café da manhã reforçado para a família, pode ser a chefe de um escritório em outro momento.

Da mesma maneira deverá acontecer com os AMANTES que tratamos neste trabalho. Antes mesmos de desempenharmos o papel de **parceiros potenciais**, pessoas que estão dispostas em se comunicar, manter uma relação e, posteriormente, terem um **encontro existencial**¹, desenvolvemos outros papéis, que devem ser levados em conta durante a trajetória pessoal.

E nessa trajetória, envolvemo-nos, ou melhor, voltamos para o processo de comunicação. Todos os seres humanos estão aptos para se comunicar, exceto em casos de anomalias. Em primeiro plano, para se estabelecer um processo comunicativo, como já citamos, é preciso fazer parte de um grupo social, isso facilita a comunicação que por sua vez será dividida em níveis de acordo com os grupos sociais existentes, conhecidos como **relações interpessoais**². BERLO nos define muito bem o campo amplo da comunicação e das relações interpessoais:

As pessoas podem comunicar-se em muitos níveis, por muitas razões, com muitas pessoas, de muitas formas: comunicação escrita, ilustrada, falada, por gesto, em grupo, em massa, em grupo e em massa, consigo, por ação, impressa, química, pelo tato, por sons, por cultura material, por figuras, pelas arte, etc... estes exemplos não enumeram todos os comportamentos comunicativos. Ilustra apenas algumas situações sociais nas quais a comunicação ocorre, e alguns elementos ou ingredientes.

Para estes casos OLIVEIRA (1978, p. 27) apresenta um fator preponderante para o bom andamento das relações interpessoais e

¹ Pierre Weil (1986) em seu livro *Amar e ser amado*, explica que um encontro existencial só acontece após a comunicação profunda entre duas pessoas. Para ele, nada mais é que, agir tão espontaneamente quanto uma criança ou um ser primitivo através dos papéis sociais estabelecidos entre os grupos.

² **Relações Interpessoais**. Onde há mais de uma pessoa existirá certamente uma relação interpessoal; e podemos dizer que a comunicação está classificada entre os níveis de relações que se diferenciam pelos grupos sociais que ela atinge.

neste caso, também da relação amorosa, é a **antecipação social**; visto que é o modo como um indivíduo se apresenta para o outro - se um se mostra entusiasmado e facilitador, o outro certamente não encontrará dificuldades ou barreiras para se comunicar. São as atitudes apresentadas que podem determinar o início do processo.

Em todo o processo comunicativo, existem fatores que nos fazem transmitir certas mensagens. Tanto na Psicologia quanto na Teoria da Comunicação, este fator é chamado de **estímulo** (E). LANE apresenta o estímulo como *uma necessidade orgânica ou psíquica que leva à reação* (R). Entendendo que pode ser uma reação psíquica ou orgânica, os amantes trabalham constantemente com esses estímulos tentando atingir ao parceiro potencial e ter um encontro existencial com ele.

Mas para atingir a tal comunicação profunda ou encontro existencial sugerido por WEIL, os indivíduos terão que ter passado por **encontros parciais**, onde os parceiros só percebem aquilo que lhes convém na desenvoltura do papel social do outro; esteja ele agindo com ou sem espontaneidade ou originalidade.

Tentando esclarecer como acontecem esses encontros, temos que retornar à psicossociologia da comunicação. Já sabemos que para desenvolver qualquer processo de comunicação somos tomados por estímulos internos que nos fazem contactar com outro ser. E no que envolve os AMANTES, esse estímulo nos leva a um objetivo específico que é chamar a atenção e atrair o parceiro potencial.

Dentro do desenvolvimento deste trabalho, também tratamos das diferentes maneiras que constituem esse encontro existencial: a comunicação consciente (o que é falado e feito) e inconsciente (estímulos, linguagem, gestos, atitudes). Mesmo assim, a comunicação entre as pessoas está sujeita a distorções e deformações que fazem o receptor entender de forma errônea a mensagem que era diferente da intenção do emissor.

Como no amor, a comunicação não é *um jogo de cartas marcadas*, e não há regras para fazê-lo bem, o cuidado em fazer uma

boa comunicação deve partir de ambos os integrantes do processo; além dos artifícios que fazem com que ela exista. A preocupação do emissor pode ser projetada para o receptor e vice-versa.

Tanto homens quanto mulheres têm maneiras particulares de tratar da comunicação, primeiro pela diferença de sexo, depois por outros fatores que distanciam o comportamento de ambos, como classe social, religião, bagagem cultural, a idade dos relacionados, as outras experiências pessoais.

Este trabalho tenta esboçar as maneiras conscientes ou não que os processos comunicacionais acontecem, enumerar os tipos possíveis de relacionamentos existentes entre os indivíduos e explicar como emissor e receptor podem se entender para facilitar a comunicação e participarem do **encontro existencial**.

Capítulo 2

A comunicação dos amantes

WEBER (2000, p. 1) sugere que nos imaginemos num país distante, com costumes bastante diversos daqueles praticados onde moramos; imaginemos que não falemos uma só palavra da língua daquele país; suponhamos haja uma pessoa charmosa e simpática e se mostre atraída. Qual seria o seu comportamento diante dessa situação? O entendimento e a comunicação entre povos de hábito e língua distintas torna-se mais ineficaz.

De acordo com BIRDWHISTELL (*apud* PEASE, 1980, p. 10) mais de 65% da troca de mensagens entre os casais potencialmente dispostos a se relacionarem são de cunho não-verbal, usando o corpo, as mímicas, o olhar como artifícios para a aproximação e conquista. A variedade nessa linguagem utilizada para o processo de comunicação dos amantes só vem a ser percebida mediante a diferenciação cultural ou nacional. Mesmo assim, a linguagem não-verbal é mais expressiva e decisiva na comunicação interpessoal do que *as palavras*.

Isso implica que, a maior parte dos seres humanos sabe decodificar as mensagens não-verbais indicadas no flerte ou paquera (que foi o caso sugerido) ou nos demais tipos de relações interpessoais.

De certo que, ambos os protagonistas da situação acima proposta souberam perceber a intenção do sorriso, do olhar firme e

lascivo, na impossibilidade de controlar as mensagens do corpo. Estes sinais foram entendidos, apesar de, algumas vezes, os indivíduos não serem capazes de decodificá-los conscientemente.

Como a paquera é o primeiro passo para uma comunicação amorosa, é nessa etapa que os emissores fazem *testes* de avaliação e reconhecimento, variando situações e atitudes pessoais em relação ao seu parceiro potencial. E nessa fase também, as comunicações verbal e não-verbal se misturam para que haja um contato inicial, estão incluídos bate-papos, expressões faciais e corpórea e as *cantadas*.

Sendo assim, a linguagem da paquera utilizada no primeiro contato ou na sedução, tem características comuns que independem da cultura ou do hábito que estejam inseridos os personagens da comunicação.

Digamos que a linguagem da comunicação amorosa é universal. Por essa razão, os personagens da situação proposta perceberam que naquele momento uma conexão comunicativa se estabelecia apenas com sorriso, olhares e gestos.

EIBL-EIBESFELDT (*apud* WEBER, 1971) etnólogo europeu, estudou o comportamento de um casal no início da comunicação amorosa. Com uma filmadora de lentes laterais disfarçadas, ele detectou o mesmo padrão seqüencial no comportamento dos casais.

A conclusão é que, tanto uma pessoa que mora no interior de Alagoas quanto outra que viva no oriente Médio utilizam as mesmas formas para expressar o interesse pelo outro. Portanto, são ações semelhantes a culturas diferentes.

A pesquisa de EIBL-ESBEFELDT conclui quatro anos depois que, em todas as partes do mundo, é comum abaixar o olhar, sorrir, hesitar em olhar para o outro e tocar o próprio rosto. Em linhas gerais seria como dizer ao receptor das mensagens que ele "não morde; está disponível; podem se conhecer" WEBER (2001, p. 03).

MOORE *apud* WEBER (*op. cit*) afirma que existem 52 gestos e atitudes que as mulheres lançam para demonstrar disponibi-

lidade e interesse; significa que o primeiro passo da fase inicial da paquera parte da mulher, e para que o casal passe para a fase seguinte, que seria a aproximação, dependerá do entendimento masculino desses gestos.

2.1 Homens, mulheres e suas relações

Tanto homens quanto mulheres têm maneiras particulares de tratar da comunicação, primeiro pela diferença de sexo, depois por outros fatores que distanciam o comportamento de ambos, como classe social, religião, bagagem cultural, a idade dos relacionados, as outras experiências pessoais.

No âmbito do entendimento relacional, para um melhor esclarecimento do processo de comunicação, enumeramos alguns tipos comuns de relação interpessoal, apontados por WEIL. Esta enumeração é para um conhecimento prévio das atitudes usadas por ambos os sexos mediante a relação amorosa, as formas de conquista, sedução e firmamento do parceiro.

Ressaltamos ser preciso levar em conta que, mesmo apresentando características gerais, existem casos particulares, experiências e opiniões individuais que cada ser tem a respeito do assunto. Em alguns momentos, os exemplos serão mais pertinentes e responderão melhor que um *conceito exposto*. Desenvolver sem exageros estereotipados/caricatos os tipos de relações entre homens e mulheres não foi uma tarefa fácil para os estudiosos.

Para melhorar o entendimento do tema, vamos mapear as formas de comunicação utilizadas por ambos os sexos mediante a luta pela aproximação, firmação e **encontro existencial** com o parceiro. Porém, é necessário entender que, o que for apresentado, pode variar de acordo com as experiências e a opinião sobre *relacionamento* de cada indivíduo. Todos os tipos de relações apresentadas aqui foram baseadas nas pesquisas que WEIL (1986) fez estudando o comportamento dos casais.

2.1.1 Relações Genitais

Pode ser denominada também como *sexo*. A relação genital tanto é comum para homens quanto para animais, por ser uma forma mais primitiva do amor, por contar com instinto sexual que inúmeras vezes terminam na satisfação individual (orgasmo) ou algo parecido. Em muitos casos o que se procura em seu parceiro é extravasar uma tensão a qual se está sujeito. Pensamento: *manter uma relação sexual*.

As características mais comuns dessa relação é a individualidade, redução de carinhos, atenção mínima ao parceiro, o ato é rápido e não atende às necessidades do parceiro, perda do interesse após a satisfação do objetivo individual, egoísmo e auto-necessidade.

Como consequência tende-se ao tédio e à solidão a dois; o desinteresse e à procura de outros parceiros, por nada mais o satisfazer; cria-se um ciclo vicioso, pois os fatores acima citados aparecem e desaparecem de acordo com a experiência e a idade; e o carinho e entusiasmo surgem quando há nova tensão sexual.

2.1.2 Relação Sensual

Para diferenciar essa relação da anterior, precisamos ter ciência que a relação genital (*sexo*) é baseada no alívio das tensões sexuais; e a relação sensual tem como base a busca da sinfonia no amor e tentativa do máximo proveito dos sentidos.

Nesses relacionamentos notamos uma reciprocidade de *sentimentos* e *emoções*; satisfação com um único parceiro; o tédio e a solidão não aparecem quando a sensualidade da relação desaparece em virtude das atividades corriqueiras.

FREUD em *Ensaio de Psicanálise*, atesta que o amor sensual tende a extinguir-se, uma vez satisfeito; para perdurar, deve associar-se, desde o início, a elementos de afeto puro, deve ser desviado do objetivo sexual ou sofrer. Motivo pelo qual se ex-

plicam inúmeras separações que apenas se baseiam na busca do prazer do sentido.

2.1.3 Relações Transferenciais

Como o nome já expressa é a transferência de papel ou sentimento. Acontece quando em um relacionamento se transfere o sentimento de alguém da família (pai-filha ou mãe-filho) para o parceiro: *Fulano parece com meu pai; Minha namorada tem os mesmos fricotes da minha mãe*. Existem situações onde também se transfere o papel social.

As relações transferenciais são fatores de aproximação dos dois sexos, e tornam-se positiva quando há reciprocidade das expectativas dos papéis (uma boa relação de ambos com os familiares) e um equilíbrio na projeção pessoal e conjunta do casal.

2.1.4 Relações Motivacionais

Motivo à ação, afinidade, valores pelas mesmas coisas provocam relações motivacionais, que correspondem ao que um mais valoriza no outro. Apresentam-se como *complementares e recíprocas*. Por exemplo, alguém que goste de arte e escultura mas não consegue se manifestar nesse segmento, daí, encontra com outro que é artista, escultor e realiza parte de si nele. Essa relação também se manifesta em amizades; e amizades se fundamentam em motivações indiferentemente de darem certo ou não.

2.1.5 Relações Procriadoras

O desejo da maioria dos casais é *ter filhos*, essa relação é formada nessa necessidade. A necessidade de procriação tem várias origens: biológica (ato sexual que gera feto e mantém geração); instinto maternal/paternal (carregam consigo um sentimento de mãe/pai, mesmo antes de sê-lo); pressão social (mediante a cul-

tura de determinado lugar que dita regras de natalidade); fator religioso; motivação educacional; solução de problemas.

2.1.6 Relações Costumeiras

Muito se sabe sobre como se realizavam casamentos três séculos atrás. Essa relação é exatamente assim. Uso da indicação e pesquisa pessoal para se obter um bom parceiro e submissão dos sentimentos em nome da estabilidade. É levado em conta a posição social; passado pessoal e familiar; se há viciados ou com hábitos ilícitos; se todos são responsáveis, fiéis e tradicionais; como sustentam o lar; profissão; objetivos e interesses. É um relacionamento baseado na comodidade e conveniência.

2.2 Tipos de relações e as formas de comunicação

Redirecionando a comunicação dos AMANTES e inferindo com as formas de relação apresentadas anteriormente, constatamos que cada um desses relacionamentos apresenta maneiras comuns na comunicação, como o que é dito (comunicação verbal) e o que é expressado (comunicação não-verbal). Podemos perceber também que em todas as relações sugeridas por WEIL, o verbal e o não-verbal estavam muito presentes e se complementavam, mesmo fazendo parte de relacionamentos distintos. Para que possamos entender o que foi apresentado, explicitamos a comunicação dos **parceiros potenciais** dentro dos seis tipos de relacionamento:

a) Genital e Sexual

As mensagens são verbais e conscientes, compondo propostas diretas ou indiretas. As mensagens não-verbais são percebidas pelo olhar provocante, lascivo e firme. A troca de olhares favorece a uma comunicação silenciosa ou de *feedback*. A voz constitui

para ambos os sexos, um estimulante poderoso, variando apenas pelo tom e volume.

Se há entrosamento/intimidade entre os parceiros as necessidades não precisam ser ditas, apenas as mensagens não-verbais traduzem o desejo do outro numa regulação recíproca.

b) Transferencial

Como já foi dito, a relação transferencial se dá quando há uma atração do outro mediante o comportamento dos parentes, e esse sentimento é inconsciente. Desse modo, a comunicação também é inconsciente e não-verbal.

A mulher desperta no parceiro sentimentos de necessidade, amparo, proteção tal como a mãe a despertava. Já o homem provoca sentimentos de submissão e necessidade de apoio da figura paterna.

c) Motivacional

A comunicação varia de acordo com a relação do casal e do tipo e motivo que os une e veja alguns tipos:

1. Comercial

Mensagens verbais e conscientes - “Esse mês *conseguimos* atingir a meta.”; “*Nosso* produto está sendo bem aceito no mercado”. Elogios e críticas relacionados a negócios.

2. Exibicionista

Mensagens verbais e não-verbais, sobressaindo-se as não-verbais. Saem juntos para causar admiração nos outros, usam como artifício o modo de se vestir e recebem elogios por isso, provocando satisfação ao casal que retornam para si com olhares iluminados, sorrisos e mais elogios.

3. *Profissional*

Idem Comercial. Troca de idéias entre os parceiros a respeito da profissão.

4. *Motivação Social*

A convivência social remete mensagens verbais e não-verbais. O gosto pela conversa em grupo, a dança, as reuniões são fatores da união social; o gosto e a necessidade de vida coletiva.

5. *Gastronômica*

A relação *temperada* pelo prazer da gastronomia provoca inúmeras mensagens não-verbais que em cada cultura são expressas de diferentes maneiras. A satisfação pode se traduzir pelo arrote, natural na cultura Oriental, ou pela vontade de repetir o cardápio através do sonoro *Hummm*, no Ocidente.

6. *Fuga da solidão*

A necessidade da fuga faz com que o casal esteja sempre presente, troquem carinhos e carícias, participem menos do social e estejam mais juntos. São as mensagens verbais e não-verbais as mais fortes.

7. *Estética*

As mensagens verbais são em formas de elogios, exclamações, críticas relacionadas à aparência e a saúde do parceiro. As mensagens não-verbais são em formas de expressões faciais e brilho nos olhos que demonstram a aprovação ou não do que vestem, como agem, e falam.

8. *Cultura e Literatura*

Dependendo da oportunidade de trabalho e da atividade que desempenham em comum, a comunicação torna-se mais profunda e as mensagens de toda espécie.

Os parceiros, nesse caso, são verdadeiros mestres na *arte* de

comunicar, e o mesmo ocorre na Relação Intelectual.

9. Religiosa

Repleta de mensagens verbais e não-verbais de cunho da fé. Ajoelham-se, comungam, oram, agradecem por benção alcançada, ungem-se, fazem festas e rituais para celebrar datas comemorativas ou imagens dos santos.

10. Costumeira

A comunicação se faz por indagações, que procuram reforçar a certeza de que cada um dos parceiros está fazendo seu papel.

11. Procriadora

O desejo de ter filhos provoca no casal expectativas que se manifestam ao ver crianças brincando na praça ou no parque. “Que bebê fofinho”; “Quando teremos o nosso”. Algumas vezes não há troca de palavra, mas eles se entendem. Quando os filhos chegam, reforçam-se as mensagens que ficam emocionadas e esperançosas, sempre partilhada pelos dois.

d) Possessiva

Uso de todas as mensagens – verbais e não-verbais – visando principalmente verificar constantemente a efetividade da posse integral do parceiro.

A comunicação é facilmente percebida e entendida pelo casal. Nada de exaltar atitudes, gestos, palavras, porque podem provocar interpretações errôneas no parceiro. “Você me ama?”; “Você é a mulher da minha vida”, são frases de constatação facilmente usadas e reconhecidas nos parceiros possessivos.

2.3 Construção das mensagens nas relações interpessoais

Emoções *versus* Relações

Como já foi discutido, WEIL (1986, p. 47) aponta basicamente seis tipos comuns de relacionamentos (sensual, sexual, transferencial, procriador, motivacional e costumeiro) e para confrontar com as relações de WEIL, MC DOUGALL *apud* LANE (1984, p. 25) também aponta outras cinco emoções como sendo da conduta social para as ações apresentadas nas relações de WEIL; as quais explicariam os impulsos que regem o estímulo de uma pessoa que esteja intencionada a se comunicar e manter um relacionamento com outra, conforme o quadro 4 abaixo:

Quadro 4

WEIL Relação	MC DOUGALL Emoção
Genital e Sensual	Sexual
Transferencial	Posse
Motivacional	Ternura / Orgulho
Procriadora	Criação
Costumeira	Sujeição

Mas não é tão rápido assim que um relacionamento entre duas pessoas se forma, fazendo simples ligações entre o que se sente e o tipo de relacionamento que se quer ter. WEIL (1986, p. 47) afirma que esses sentimentos/emoções da comunicação nas relações se realizam de duas maneiras: consciente e inconsciente, o que nos faz compreender que é preciso ir além da necessidade de um encontro, mas pensar como a mente interfere nas atitudes.

Podemos dizer que existe uma grande influência do inconsciente na linguagem cotidiana. Prova disso são as atitudes falhas

devido as mensagens inconscientes que não condizem com a real intenção da comunicação; isto pode ser percebido na comunicação não-verbal, porque o que se emite conscientemente, com a oralidade ou escrita, não é captado com eficiência.

Já se pode notar também que, aproximar-se e entender o parceiro potencial está ligado tanto às emoções quanto ao tipo de relação que ambos pretendem ter com o outro. E relacionando as emoções e relações com a linguagem não-verbal apresentada no capítulo anterior, tiramos algumas conclusões.

WEIL (1986, p. 27) enumera características para os indivíduos. Os que usam a cabeça (raciocínio/razão) para manter a comunicação com alguém, a procura do receptor das mensagens, obviamente será por semelhantes, e vão indagar pelo raciocínio, saber; vão em busca de novidades em relação ao outro. Por serem realistas, objetivos e falarem a verdade, buscam contato para manterem relações do tipo motivacionais e sensuais.

Os indivíduos que se interessam por prazeres *mais simples*, como comer, beber, exercitar-se, procriação, são de atividades e mensagens físicas, para esses é comum os relacionamentos costumeiros, sexuais e procriadores; como a realidade é de movimentos corpóreos, as mensagens para o parceiro serão de pouco conteúdo afetivo, e interesse apenas corporal.

Temos também aqueles que se afinam com as artes, músicas, formas; conseguem administrar suas mensagens mesmo que de forma distorcida, têm por isso, relações normalmente transferenciais e motivacionais. As mensagens são impulsivas e confusas de decodificar.

Capítulo 3

A importância da linguagem não-verbal na comunicação

Para que a comunicação interpessoal seja eficaz, precisamos estudar e analisar alguns casos, principalmente na comunicação amorosa, onde o comportamento humano não pode ser transmitido satisfatoriamente apenas por palavras.

É preciso o estudo da linguagem não-verbal que o emissor transmite; por exemplo, quando o emissor diz que não quer falar sobre compromisso, e ao mesmo tempo, não-verbalmente, ele inclina o corpo e dá a mão para o receptor.

De uma maneira lúdica e desafiante, usando a ilustração como artifício para *desmitificar* a comunicação não-verbal, serão traçados alguns esquemas de auxílio no entendimento na comunicação. Fazemos uma relação entre o pensamento dos teóricos e as atitudes cotidianas, para que sejam evitadas as falhas no processo comunicativo.

Os símbolos

Desde o surgimento das primeiras civilizações, a simbologia é usada como código de comunicação pelas civilizações para padronizar e facilitar o contato entre si e com os demais povos.

Os símbolos usados para fugir-se das palavras escritas são de tamanha importância, que para estudá-los foi criada a Semiótica, a ciência dos símbolos e signos. WEIL diz que o requebrado de uma jovem é uma provocação para o homem que, deslumbrado a vê passar. O homem por sua vez, apóia a mão na calça e deixa os dedos apontando para os órgãos genitais - simbolicamente, ambos estão se oferecendo e receptivos um em relação ao outro.

O corpo

Em linhas gerais, é o nosso corpo que primeiro se comunica, e muitas vezes, ele prega peças nos personagens da comunicação. Corpo e pensamento se contradizem em algumas situações, mas se todos os movimentos forem agrupados para uma *leitura* mais completa, percebe-se que o que deveria ser dito e a sua intensidade, estão expressas no próprio corpo e não nas palavras. O ideal é avaliar a mensagem total.

1. Tórax - Centro das emoções.

a) Tórax preponderante/cheio = são apresentados em indivíduos vaidosos, egocêntricos e extremamente narcisistas; ou que *naquele momento* querem se impor;

b) Tórax encolhido = são vistos em indivíduos tímidos, submissos, retraídos; ou que *naquele momento* se sentem dominados;

c) Tórax relaxado = significa um EU equilibrado;

d) Aumento da respiração significa tensão e forte emoção;

e) Suspiros são indicadores de ansiedade e angústia.

Atenção redobrada para as pessoas que estão paradas ou em posição estável por algum tempo, porque são os movimentos discretos e passageiros que podem fazer com que as interpretações tenham *ruídos* de comunicação.

2. Cabeça - Estado de controle do corpo e da mente

a) Cabeça erguida = significa hipercontrole mental;

b) Cabeça baixa = ao contrário, indica que o indivíduo está sob o controle do outro;

c) Cabeça que acompanha a linha do horizonte = indica controle da mente.

3. Abdômen - Instinto sexual e alimentício

a) Abdômen para frente = aptidão ou desejo;

b) Abdômen recuado = recusa ou falta de vontade;

c) Abdômen relaxado = isenção de desejo ou vontade.

O olho

Tem uma importância expressiva, porque revela as atitudes da mente. Os olhos brilhantes demonstram entusiasmo, alegria; olhos baços, desânimo e tristeza. Seguido de sobrancelhas que quando abaixadas demonstram concentração, reflexão, seriedade; já as sobrancelhas levantadas dizem surpresa, espanto ou até alegria.

Os lábios

As idéias da mente também são transmitidas através dos lábios. O paradoxo tristeza-alegria pode parecer claro, e é.

Arqueados para cima indicam satisfação, prazer e alegria; para baixo indicam tristeza, desprazer e insatisfação; em bico, dúvida, contrariedade e raiva. O sorriso é a maior demonstração da aceitação do parceiro.

Os elementos já estão se agrupando para que a interpretação da comunicação amorosa seja entendida. Mas como toda análise, existem fatores relevantes. Na aplicação dessas *teorias e conceitos* à prática, sabemos que a presença de um *observador* pode interferir no *conteúdo* das mensagens; assim como "não se pode recortar, paralisar uma situação, deixando-a sem movimento, vida, como uma fotografia", BERLO (1985, p. 51).

WEIL afirma que "não basta o *que*, há de se ver o *como*, o *quando*, o *onde* e *porquê*. Que devem ser levados em consideração para a comunicação não-verbal; passando a perceber as respostas que o corpo dará a determinados estímulos, poderemos di-

zer que a proposta planejada para este trabalho está se concretizando, e uma maneira diferente de *comunicar* está se difundindo.

Palavras-chave como PERCEBER – ESTIMULAR – APLICAR O CONHECIMENTO – RESPONDER, que fazem com que um indivíduo aceite com o convite para um sorvete no Sábado à noite, por exemplo. Caso não se perceba o interesse necessário da parte do parceiro potencial, certamente o estímulo ao convite não será realizado. Entendemos que a percepção, mesmo que inconsciente, é a *condutora* que sabe o que é bom ou não; o *EU* é harmônico ou desarmônico em cada encontro dos parceiros potenciais; e a percepção é um fator que poderá desvendar quem vai ser agradável e equilibrado na tentativa do **encontro existencial**.

3.1 Barreiras na comunicação

Existem muitas barreiras que podem distorcer as informações que transmitimos ou que recebemos. A primeira idéia que temos quando se fala em barreira na comunicação é a distorção, interferências ou ruídos que dificultem que a mensagem chegue até o receptor. Entretanto, existem barreiras muito mais sutis, que revelam fatos que geralmente não são percebidos por nós. Enumeramos algumas dessas barreiras:

Ouvir o que esperamos ouvir

É muito comum captarmos somente aquilo que parece estar fortalecendo nossos pontos de vista. Quando conversamos com alguém, nossas opiniões nos levam a ouvir unicamente o que nos interessa, ou então recebemos a mensagem de forma que esta coincida com nossos pontos de vista, mesmo sendo o seu conteúdo contrário a eles.

O preconceito está bastante ligado ao que acabamos de ver, pois ele é um conceito que formamos a respeito de alguém antes

mesmo que conheçamos esse alguém. Assim, podemos ignorar o valor de informações de pessoas as quais se *pré-julgam*; ou seja, das quais temos preconceito.

Interferência do Preconceito

Quando se inicia a comunicação, tenta-se perceber a intenção da outra pessoa, porém, muitas vezes desconfiando dela: "Por que será que ela fez isso? Por que será que tinha de dizer aquilo?".

Quando confiamos em alguém e a pessoa começa a falar alguma coisa concordamos, ouvimos, compreendemos e aceitamos como coerente. Por outro lado, quando a pessoa não é de confiança, tende-se a não ouvir, discordar e considerar como errado tudo o que ela fala.

A falha em generalizar juízos a respeito de alguém para com seus comportamentos específicos, avaliando-os definitivamente como sendo bons e corretos ou maus e incorretos, é denominada "**efeito de halo**".

Utilizar palavras de vários significados, com diferentes sentidos para diferentes pessoas

Falar às pessoas, simplesmente, nem sempre é suficiente. As palavras possuem significados diferentes, sugerem interpretações bem diversas às pessoas. Por esta razão, a cautela no discurso é imprescindível. Deve-se dar atenção à origem e à bagagem cultural que o receptor possui.

Utilizar Vocabulário Específico

Diferentes grupos sociais tendem a desenvolver a sua própria linguagem. Vocabulários como *gírias* podem simplificar as comunicações internas do grupo, e fazer com que as pessoas se sintam mais participantes. Porém, não devem ser utilizadas em todas as circunstâncias. A situação momentânea é que vai impor o uso da

linguagem culta ou informal.

Interferência da Comunicação não-verbal

Através do olhar, dos músculos da face, do tom de voz, da postura, podemos demonstrar irritação para com o interlocutor, causando-lhe a impressão de zanga ou impaciência, quando na verdade, não seria esse o caso, porque o emissor pode estar cansado, estressado, ocupado. As palavras vêm acompanhadas de gestos, olhares, tom de voz, que transmitem informações também ao ouvinte.

A expressão corporal de uma pessoa pode conflitar ou não com suas palavras, podendo comunicar mais sobre o que ela realmente pensa e sente indo além das palavras que está usando. A este respeito, é interessante notar que o código verbal tem como objetivo transmitir a informação pura, e o código não-verbal é quase sempre utilizado para manter a relação interpessoal. O tom da conversa é direcionado pelas impressões que um está tendo a respeito do outro.

Quanto mais concordância houver entre o sistema verbal e o não-verbal, melhor será a recepção da mensagem. Entretanto, nem sempre ocorre assim, pois o que não pode ser expresso literalmente aparece na linguagem corporal, uma vez que o corpo apresenta maior dificuldade para se autocensurar.

Interferência das Emoções

A tensão ou a insegurança faz com que a percepção trabalhe diferentemente do que quando estamos tranquilos e seguros. Qualquer transmissão de mensagens nessas condições, sai distorcida e provoca perturbações das mais variadas.

Percepções influenciadas pelo grupo

As percepções se completam de acordo com nossos valores,

que são grandemente moldados pelos grupos a que pertencemos. Nossas atividades básicas e convicções são determinadas, em grande parte, pelo grupo.

Além disso, PENTEADO (1964, p. 67) cita que as barreiras vão além da comunicação. Ele crê que toda a precariedade da comunicação humana reside em dois obstáculos fundamentais: a Personalidade e a Linguagem. A Comunicação Humana é essencialmente individual, e sendo individual é afetada pela personalidade, o que torna problemático o significado.

Obstáculos devidos à personalidade podem se apresentar como preconceitos, educação, hereditariedade, meio, experiências individuais, estado fisiológico e emocional, *afetadores* (relativo à atenção, capacidade de concentração); e os obstáculos devido à linguagem apresentam-se como a polissemia, os pleonasmos/ exageros, as negativas que afirmam e as afirmativas que negam, as gradações, os rodeios, as gírias e os vícios de linguagem, a universalidade e a complexidade de significados.

Capítulo 4

O conceito de comunicação e o relacionamento dos entrevistados

A proposta desta pesquisa, mais do que uma necessidade de abordar a maneira pela qual homens e mulheres se conhecem, relacionam, suas opiniões e sentimentos, visa analisar como os indivíduos se expressam e se comunicam no relacionamento amoroso.

Para tanto, entrevistamos um total de 50 pessoas, de ambos os sexos, entre 15 e 55 anos, predominantemente das classes sociais média (B) e média baixa (C), de ocupações variadas como estudantes, profissionais liberais, funcionários públicos e donas de casa forma entrevistadas. O questionário aplicado continha 12 questões objetivas e uma questão aberta, em que uma relação entre as colunas era proposta. Um total de 13 perguntas diretas.

As questões foram elaboradas para abordar o processo comunicativo entre homens e mulheres na busca por um encontro existencial e como é a relação entre eles. Os conceitos, a forma com que o indivíduo se comunica, a linguagem, o *feedback* e as necessidades individuais foram perguntados para relacionar o que foi discutido neste trabalho com o que ocorre nas ruas, nos lares,

nas escolas, no trabalho, nas festas, enfim, onde houver parceiros potenciais.

Por se tratar de um questionário simples, como declarou a maior parte das pessoas convidadas a participar da pesquisa, não foi difícil concluir a meta de 100% (50) dos formulários. Usamos uma estratégia de aproximação cuidadosa, pois fizemos de perguntas de cunho pessoal, por isso, o esclarecimento prévio e o grau de intimidade com o entrevistado foram fundamentais.

A dúvida comum surgiu no item seis (6). Podemos perceber que a maioria dos entrevistados parou para refletir *qual o principal motivo que o faria se relacionar com o outro*. Descobrimos que a metade deles, 50% (25) dos entrevistados, afirmam que têm a necessidade de se *estabelecer emocionalmente* com seu parceiro.

4.1 Comunicação dos amantes

Consideramos que o primeiro passo para iniciar qualquer atividade é definir o motivo pelo qual detemos reflexões conceituais.

Quando perguntadas sobre o que era Comunicação, 34% (17) dos entrevistados definiram de maneira simples: para eles Comunicação é *falar, dizer, escrever, contar*, enquanto 64% (32) deles entenderam que a Comunicação é um processo mais completo que visa influenciar o ambiente, interagir com as pessoas e grupos, e tornar comum o que é particular. Nenhum deles disse não saber responder e apenas 2% (1) não respondeu, conforme o gráfico 1.

Gráfico 1



Além do Conceito de Comunicação, o de Relações Interpessoais também foi indagado e 45 dos entrevistados, ou 90%, respondeu que a Relação Interpessoal se dá entre *pessoas e grupos sociais* em sua essência; quando apenas 6% (3) afirmaram ser relações entre *pessoas e objetos*. Destes, 2% (1) não soube como definir e outros 2% (1) não respondeu. Ver gráfico 2.

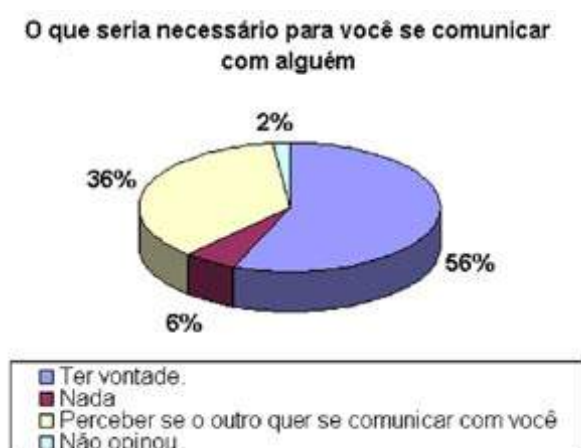
Gráfico 2

Você sabe o que são Relações Interpessoais?



Após as duas perguntas introdutórias, o questionário é mais individual e específico para cada entrevistado. Pois visamos conhecer a opinião de cada indivíduo questionado é o guia às indagações até que a fase de conclusão, ou seja, as duas últimas perguntas objetivas.

Sendo assim, para a pergunta "o que seria necessário para você se comunicar com alguém", 56% (28) responderam que *ter vontade* seria a principal necessidade que os fazem se comunicar com alguém, ou seja, havendo a oportunidade eles não a perdem e se aproximam para um primeiro contato. O que não acontece com 18 dos entrevistados (36%) que *não conseguem perceber* quando alguém manifesta interesse em se comunicar. Apenas 6% (3) disseram que *nada* é necessário para tal e 2% (1) não opinou, de acordo com o gráfico 3.

Gráfico 3

Para as questões 4 e 5 foram usadas as mesmas alternativas (sempre, muitas vezes, poucas vezes, nunca) para avaliar se há segurança do entrevistado quanto a relação que ambas questões apresentam ao se questionar se ele acredita no que ele diz (item 4) e se ele alcança o que deseja (item 5).

Gráfico 4

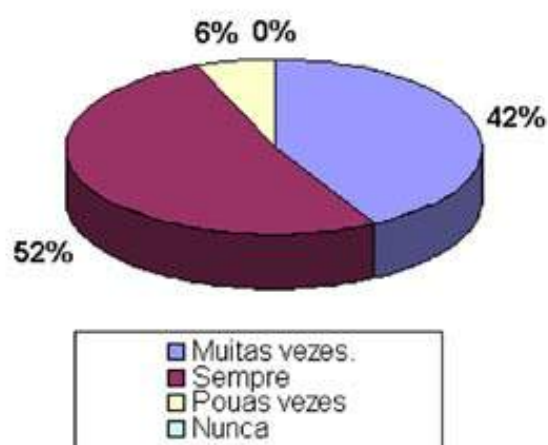


Em ambas as respostas, 56% (28) e 52% (26) *sempre* acreditam no que dizem e *sempre* estão certos de que vão alcançar seus objetivos, respectivamente. Como também 36% (18) e 42% (21) acham que *muitas vezes* acreditam e conseguem o que desejam. O que nos leva a acreditar que quando se está convicto e seguro do objetivo e do que se fala, o indivíduo consegue realizar suas expectativas.

Já 4% (2) acreditam *poucas vezes* e 2% (1) *nunca* acreditam no que dizem. Quando se trata em desejos, apenas 6% (3) acreditam que *poucas vezes* realizam seus sonhos e ninguém afirmou *nunca* ter realizados suas metas.

Gráfico 5

Acredita que vai alcançar o que deseja



O item que consideramos mais interessante neste questionário é o 6, por levantar a reflexão sobre o real motivo que une homens e mulheres na construção de um relacionamento.

Quando perguntados sobre o que os levaria a terem um relacionamento com alguém, 50% (25) dos entrevistados afirmaram *ter necessidade de se estabelecer emocionalmente com o seu parceiro*, enquanto as demais alternativas somaram 42%. Dentre elas foi proposta a *solidão* com 12% (6), o *interesse sexual* com 4% (2), a *vontade de ter filhos* com 0% (0) e o *hábito de sempre estar acompanhado* com 26% (13), porém 8% (4) não responderam esta questão.

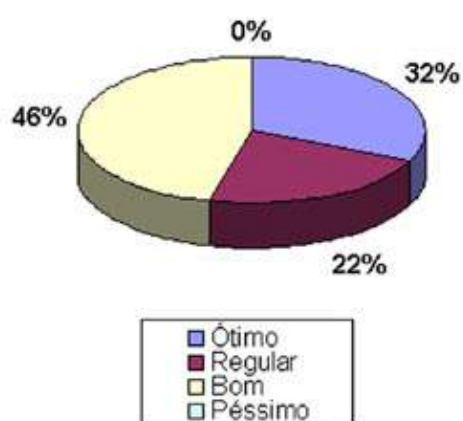
Gráfico 6



Já no que se refere ao grau de aproximação, havendo oportunidade ou necessidade saber se o indivíduo vai se comunicar com o outro. Tivemos que 46% (23) dos entrevistados acham que seu poder de aproximação é *bom*, que conseguem se aproximar das pessoas mesmo que seja para pedir informação. E 32% (16) consideram o poder *ótimo*, 22% (11) sentem que são *regulares*, que seria necessário melhorar a maneira com que se aproximam. Nenhum questionário apresentou a resposta *péssima* para a estratégia de aproximação.

Gráfico 7

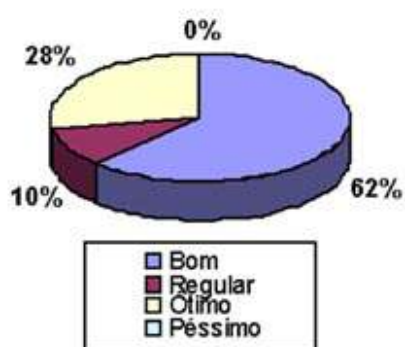
Como está seu Poder de Aproximação



Quando indagados sobre qual a chance de conseguir o que deseja através da comunicação, as respostas seguem o modelo da questão 7 (ótimo, bom, regular ou péssimo). Assim, como no item 7, o conceito *bom* foi o que mais se destacou, com 62% (31). Os entrevistados reconheceram que nem sempre são compreendidos. E 28% (14) consideraram seu desempenho *ótimo* e 10% (5) *regular*. Igualmente à questão anterior, ninguém, 0% (0), disse que suas chances de conquista de algo era *péssima*.

Gráfico 8

Qual a chance de você conseguir aquilo que deseja através da comunicação



O comportamento/reação diante da pessoa na qual se tem interesse também foi alvo de questionamento. A maior parte dos entrevistados, 84% (42) se mostram *tranqüilos e receptivos*, mesmo no encontro inicial, enquanto 14% (7) *não conseguem controlar o comportamento e as emoções*, apresentando em alguns casos a insegurança. Ninguém disse *fugir* quando tem oportunidade de ficar frente a frente com o parceiro potencial. Apenas 2% (1) não respondeu a pergunta.

Gráfico 9



Em um processo de comunicação existem obstáculos que podem provocar ruídos irreparáveis, na comunicação dos amantes isso também ocorre. Pois 72% (32) dos questionários apresentaram que, caso existissem barreiras, os entrevistados *tentariam ultrapassá-las visando a melhoria do processo*, 24% (12) *esqueceriam que têm barreiras e insistiriam na comunicação que já tinha sido feita*, apenas 4% (2) não souberam dizer o que são barreiras na comunicação.

Gráfico 10



A conquista é uma das fases do processo comunicativo amoroso. Nesse passo, os parceiros potenciais contam com vários artifícios para conquistar a pessoa "amada". As *mensagens verbais* e *não-verbais* isoladas umas das outras são os métodos menos usados, 8% (4) e 2% (1), respectivamente. Para 32% (16) as *mensagens verbais e não-verbais* articuladas são as formas mais usadas para a conquista. Porém, 58% (29) dos entrevistados fazem *tudo que leve até à pessoa interessada*.

Gráfico 11

Quais os artificios usados para a conquista



Como o termo *não-verbal* aparece em muitas partes do questionário aplicado, indagamos sobre a compreensão do referido termo. Assim, 94% (47) afirmam que a comunicação não-verbal é a *comunicação sem o uso da palavra, através do corpo, das expressões, dos gestos*. Mesmo assim, 2% (1) disseram que seria a *comunicação dos deficientes auditivos*, 2% (1) não souberam conceituar e 2% (1) não quiseram responder a pergunta.

Gráfico 12



Por fim, traçamos um perfil de qual é a reação e o comportamento de homens e mulheres das classe média e média alta, entre 15 e 55 anos, da capital alagoana.

Além de terem noção do que vem a ser a comunicação e as relações interpessoais, comprovamos que em alguns casos a comunicação é mal entendida ou mal feita e descobrimos que não há processos infalíveis, e que, apesar de muitos indivíduos acreditarem no que dizem, conquistarem seus desejos e terem a capacidade de se aproximar das pessoas quando necessário, existem situações em que há ruídos.

Detectamos que as emoções e as idéias de relacionamento variam de acordo com cada pessoa, mas mesmo assim, o sujeito busca um relacionamento com o (a) parceiro (a) visando uma certa estabilidade emocional e afetiva.

Capítulo 5

Considerações finais

Aprender a melhorar a forma de se transmitir as idéias e opiniões às outras pessoas, assim como perceber adequadamente as reações de quem recebe nossas informações, são importantes desafios a serem enfrentados, a fim de que possamos obter uma comunicação eficaz com as pessoas de nosso convívio.

Visto que a pesquisa detectou as idéias e sentimentos de um segmento da sociedade alagoana, percebemos que os cuidados a serem tomados para aprimorar o processo de comunicação como o *feedback*; a *comunicação face-a-face*; a *insistência*; a *oportunidade para transmitir a mensagem*; o *reforço* e o *uso da linguagem* devam ser todos ferramentas imprescindíveis a eficácia do mesmo.

Compreendemos ainda ser importante, no processo da comunicação, saber utilizar a linguagem de forma adequada para transmitir as informações de modo claro e preciso; não utilizar frases longas, que dificultem o entendimento; escolher as palavras segundo a realidade da pessoa com quem se fala, para que sejam facilmente assimiladas e compreendidas; apresentar as informações de forma objetiva, ou seja, evitar as palavras cujos significados sejam difíceis de determinar, evitando assim, as abstrações; evitar ironias, metáforas e outros meios indiretos que provoquem o desentendimento.

Como dissemos anteriormente, para se comunicar é preciso estar ativo, presente, consciente do que está se fazendo em momentos exatos. Criar oportunidades para promover o esperado encontro. A comunicação tem que ser posta em prática, porque não se adquire o conhecimento apenas com teorias, é preciso usá-la.

TANNE (*apud* MANSUR 2003, p. 23), pesquisadora americana e pioneira no estudo de conversas cotidianas, afirma que há muito em jogo quando se trata de comunicação. Em seus estudos ela afirma que as conversas são carregadas pelas heranças de todos os diálogos que já tivemos, e isso pode ser percebido pelo tom da voz, pela expressão facial, pelos pressupostos não ditos. Isso quer dizer que, se há influências que possam ser negativas em sua comunicação e assim, atrapalhar o processo, todo cuidado com o que se diz ou o que *não se verbaliza* tem que ser redobrado.

Em se tratando dos AMANTES, *se você gosta de alguém ou necessita de alguma coisa, precisa transmitir esse sentimento*, afirma RIBEIRO (1997, p. 27). As pessoas não adivinham quais são as necessidades e as intenções dos outros ou do parceiro. E bem como WEIL explicou em 1986, o encontro existencial só acontece após a comunicação profunda entre duas pessoas.

Para tal, é necessário que haja uma sintonia de entendimento entre as mensagens verbais e não-verbais e que essa comunicação seja o tão espontânea que os papéis sociais estabelecidos entre os grupos não interfiram em nada no processo entre os AMANTES.

Capítulo 6

Referências bibliográficas

- BARBERO, Jesus Martín. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.
- BERLO, David Kenneth. *O processo da comunicação: introdução e à prática*, 5^a. ed, São Paulo: Martins Fontes, 1985.
- BABO, Maria Augusta. *As implicações do corpo na leitura*. Universidade de Lisboa: Biblioteca on-line de ciências da comunicação, 1996, disponível em <www.bocc.ubi.pt>, em 07/08/2003.
- BORDENAVE, Juan Diaz. *Além dos meios e mensagens: introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistemas e ciência*. 3^o ed. Petrópolis: Vozes, 1986, p. 11-54.
- BUONFIGLIO, Monica. *Como manter a magia do casamento*. São Paulo: Oficina Cultural Monica Buonfiglio, 1996, série Almas Gêmeas.
- FOUCAULT, Michael. *História da sexualidade 2: o uso dos prazeres*. 7^o ed. Rio de Janeiro: Graal, 1997, p. 199-214.
- LANE, Silvia T. Maurer. *O que é psicologia social*. São Paulo: Brasiliense, 1984.

- LEMOS, Paula. *Inteligência amorosa: a habilidade de amar com sucesso*. ago 2003, disponível em <www.vaidarcerto.com.br>, em 07/08/2003.
- MAGALHÃES, Lucila Rupp. *Aprendendo a lidar com gente: relações interpessoais no cotidiano*. 3ª ed. Bahia: EDUFBA, 2000
- MANSUR, Alexandre. *Trégua em família*. Revista Época, nº 263, jul. 2003, p. 23, 26-7.
- MATARAZZO, Maria Helena. *Mentiras da sedução: por que os amantes mentem na fase da conquista*. Brasil, 2003, disponível em <www.maisde50.com.br>, em 11/08/2003.
- MATOS, Marlise. *Reinvenções do vínculo amoroso: cultura e identidade de gênero na modernidade tardia*. Minas Gerais: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ, 2000.
- McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Ed, Cultrix, 1964.
- OLIVEIRA, Irene Mello. *Introdução à psicologia das relações humanas*. 5ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 1972.
- OLIVEIRA, Milton. *Caos, emoção e cultura: a teoria da complexidade e o fenômeno humano*. Belo Horizonte: Oficina de Arte e Prosa, 2000.
- PEASE, Allan. *A linguagem do corpo: como entender as mensagens dos outros pelos seus gestos*. Rio de Janeiro: Record, 1980.
- PENTEADO, José Roberto Whitaker. *A técnica da comunicação human*. São Paulo: Pioneira, 1964.
- RAVAZZOLLI, Simone. *O poder discursivo na sexualidade: a relação de poder e a construção do sujeito nos discursos da*

idade média/confessionário e da contemporaneidade/chats, disponível em <www.bocc.ubi.pt>, em 07/08/2003.

RIBEIRO, Lair. *A magia da comunicação*. São Paulo: Moderna, 1997.

TEIXEIRA, Ana Paula. *A mídia do livro*. Alagoas: EDUFAL, 2002.

VALVERDE, Monclar. *A experiência da comunicação*. Bahia, 2002, disponível em <www.facom.ufba.br/pos/monclar/experi.html>, em 11/08/2003.

VATSYAYANA, *Kama Sutra*. Tradução Raul Xavier. 6^o ed. Rio de Janeiro: Multilivros Editorial, 1991.

WEBER, Lídia Dobrianskyi. *Relações interpessoais*. Curitiba, 2000. Disponível em <<http://sites.oul.com.br/lidiaw>>, acessado em <mar.2000>

WEIL, Pierre. *Amar e ser amado: a comunicação no amor*, 15^a. ed., Petrópolis: Vozes, 1986.

WEIL, Pierre. *O corpo fala*, Petrópolis: Vozes, 1982.