

Efeito Placebo

***“O que prevemos raramente ocorre;
o que menos esperamos geralmente acontece.”
(Benjamin Disraeli)***

João está interessado em Maria, mas ela sequer sabe de sua existência. Então, ele revela seu desejo a um amigo comum que se aproxima dela e comenta: “Maria, percebo que você tem notado João de forma diferente...”. Ela nega, evidentemente, mas a partir daquele dia passa a saber quem é João e, possivelmente, começa a observá-lo. A isca foi lançada. A possibilidade antes remota de um encontro, torná-se plausível. Depende apenas da atitude de João que, por sua vez, depende exclusivamente de seu desejo e de seus propósitos.

É possível que você tenha vivenciado experiência similar. No mundo corporativo, situações como esta são provocadas a todo instante. Colegas de trabalho entrincheirados nos corredores, nos intervalos do café e nas reuniões de rotina observam seus passos e seu comportamento em busca do mais indelével motivo para conspirar contra sua imagem. Objetivo: subir degraus na hierarquia, ocupando seu cargo ou outro ainda superior.

Auto-Ilusão e Auto-Engano

Fatos assim acontecem porque somos seres sugestionáveis. Mais ainda, tendemos inconscientemente à auto-ilusão e ao auto-engano. Aceitamos como verdadeiro ou válido o que é falso ou inválido. Buscamos maneiras de justificar nossas atitudes para que se mostrem coerentes. Cometemos erros de interpretação e encontramos padrões onde eles não existem criticando dados que nos são desfavoráveis e relevando dados ambíguos ou inconsistentes que nos apóiem.

É por estas tendências que cientistas exigem “estudos claramente definidos, controlados, duplamente cegos, aleatórios, repetíveis e apresentados publicamente” (Thomas Gilovich, *How We Know What Isn't So*).

O psicólogo B. R. Forer descobriu que as pessoas tendem a aceitar descrições vagas e gerais de personalidades como unicamente aplicáveis a si próprios sem perceber que a mesma descrição pode ser aplicada a qualquer outra pessoa. É o *Efeito Forer*, também conhecido como efeito de validação subjetiva ou pessoal. Isto explica, por exemplo, os dados apresentados pelo Prof. Gilovich segundo o qual 94% dos professores universitários norte-americanos acham que são melhores no seu trabalho que os seus colegas e 70% dos estudantes consideram-se acima da média na capacidade de liderança (só 2% pensam estar abaixo da média). Isto explica também o poder de penetração das pseudociências, a astrologia à frente delas.

Profecia Auto-Realizável

Como ocorre em todos os anos, economistas, analistas, agências de classificação de risco e empresários desfilaram recentemente suas previsões sobre o cenário nacional para 2004. Os números apresentados são muito próximos para os mais diversos indicadores, gravitando em torno de um ponto médio. É um trabalho de futurologia conjunto. Linearmente, todos acertam, pois o erro colegiado deixa de ser erro e passa a ser fatalismo.

A aposta é em um crescimento do PIB da ordem de 4,5%. Insuficiente para as nossas necessidades, mas bastante razoável diante da mediocridade dos últimos anos. Dólar em queda, risco-Brasil em baixa, o otimismo está no ar. E de tanto se acreditar em crescimento, vamos ver o país reagir este ano, como numa profecia auto-realizável.

Manipulação

O placebo (pílula de açúcar ou de farinha) é uma substância inerte, usada como controle em uma experiência, ministrada a um paciente com promessa de propriedades benéficas sem que este saiba não haver, na verdade, qualquer princípio ativo no que está tomando. É um instrumento de cunho psicológico, com eficácia comprovada de cura da ordem de 25% a 75%. Afora todo o debate ético que envolve sua aplicação, seu conceito consiste em agir sobre o emocional, e não sobre o aspecto clínico do paciente. É uma forma de manipulação *per se*.

O governo edita medidas que elevam a carga tributária, associadas a programas paliativos de combate à fome, ao desemprego e à violência, e acreditamos que reduziremos as desigualdades que grassam neste país. As empresas promovem campanhas de incentivo e programas de capacitação, e acreditamos que seremos mais ouvidos e mais bem remunerados. Ouvimos, de nossos parceiros, juras de amor protocolares e acreditamos que aquele sentimento ainda perdura.

Tomamos placebo todos os dias!

Tom Coelho
19/01/2004

Tom Coelho, com graduação em Economia pela FEA/USP, Publicidade pela ESPM/SP e especialização em Marketing pela MMS/SP e em Qualidade de Vida no Trabalho pela FIA-FEA/USP, é empresário, consultor, escritor e palestrante, Diretor da Infinity Consulting, Diretor do Simb/Abrinq e Membro Executivo do NJE/Fiesp. Contatos através do e-mail tomcoelho@tomcoelho.com.br. Visite www.tomcoelho.com.br.