

# *Panorama Social*

*Dinâmica Interior dos  
Relacionamentos Humanos*



*Lucas Derks*

“O Panorama Social é um excelente instrumento de exploração do relacionamento entre o interior e o exterior. O método de Lucas Derks é surpreendentemente fácil de ser comunicado, além de ter uma grande profundidade. De um modo geral é altamente aplicável e muito bem pesquisado.”

Martin Shervington

Autor e consultor, John Seymour Associates

“Lucas Derks criou o modelo poderoso e delicioso do Panorama Social, baseando-se na essência da magia da PNL (Programação Neurolinguística), que trata das representações. Neste trabalho criativo ele mostra como nós representamos as ideias de relacionamentos, sociedade, forças sociais, emoções sociais (amor, ódio, perdão, perda, etc.), interações sociais (poder, educação, autoridade, etc.) e, ainda mais, mostra a relação de tudo isso com o posicionamento das suas imagens em nossa mente. Venho utilizando o Panorama Social em treinamentos sobre Modelagem Cultural e sobre o Modelo Matrix e tenho visto o seu poder; eu o recomendo fortemente.”

L. Michael Hall, PhD

Psicólogo, modelador, *treinador* e autor

“Derks fez uma contribuição importante ao fornecer uma cartilha bem pesquisada sobre o assunto. A abordagem do Panorama Social é um avanço importante em relação à compreensão dos ‘bloqueios’ dos clientes e aos respectivos métodos de intervenção.”

Rubin Battino

Autor

“O Panorama Social encantará as pessoas que gostam de explorar o modelo de mundo de outras pessoas. Ele também ampliará o seu próprio panorama de mundo, e você poderá se surpreender com o que vai encontrar.”

Peter Young

Autor de *Understanding NLP*

**Lucas Derks**

# ***Panorama Social***

*dinâmica interior dos relacionamentos humanos*

1ª edição

**Campinas-SP  
IDPH  
2010**

Tradução da versão de língua inglesa: “Social Panoramas – Changing the Unconscious Landscape with NLP and Psychotherapy” publicada por Crown House Publishing Limited, 2005

Direitos autorais: Lucas Derks

Tradução: Ana Teresinha Passarella Coelho

Quadro da capa de Lucas Derks: “Juventude Soberana” (1976) pintura à mão, têmpera de ovo sobre painel (35 cm x 27 cm)

Design da capa: Viviani Bovo

Ilustrações: Lucas Derks

Versão e adaptação das ilustrações: Viviani Bovo

Diagramação e impressão: EDITORA EME

Revisão Técnica: Walther Hermann Kerth

1ª Revisão ortográfica: Jane Mary Guimarães (novo acordo ortográfico)

2ª Revisão ortográfica: Matheus R. Camargo (novo acordo ortográfico)

Direitos para publicação em língua portuguesa da Editora do Instituto de Desenvolvimento do Potencial Humano - IDPH Editora e Livraria Ltda. M.E. – Campinas – SÃO PAULO – BRASIL  
*home-page*: [www.idph.com.br](http://www.idph.com.br)

Proibida a reprodução total ou parcial deste livro, por qualquer meio ou sistema, sem o prévio consentimento por escrito do editor.

Impresso em Capivari – SÃO PAULO – Brasil.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Derks, Lucas

Panorama Social: dinâmica interior dos relacionamentos humanos: mudando as representações mentais com psicoterapia e PNL / Lucas Derks; [tradução da versão em inglês por Ana Teresinha Passarella Coelho]. – Campinas: IDPH, 2010.

Título original: Social Panoramas: changing the unconscious landscape with NLP and psychotherapy

Bibliografia

1. Percepção
  2. Psicologia social
  3. Psicoterapia
  4. Programação neurolinguística
  5. Self (Psicologia)
- I. Título.

10-09532

CDD-155.92

ISBN 978-85-63935-00-7

Índices para catálogo sistemático:

1. Relacionamentos humanos: Desenvolvimento pessoal: Padrões de pensamento social e intervenções terapêuticas cognitivas: Psicologia 155.92

## *Apresentação do Editor*

É uma grande felicidade escrever essa apresentação depois de uma incubação prolongada durante a produção desse primeiro livro de nossa editora do Instituto de Desenvolvimento do Potencial Humano. Já havia publicado outros quatro como edições do autor até a fundação da editora em 1996. Na época eu ainda não sabia qual seria o primeiro livro. Quando decidimos que seria o trabalho de Lucas Derks, uma excitação adicional nos invadiu, pois além de ser o primeiro livro dele publicado no Brasil, seria também o primeiro livro traduzido de nossa editora, portanto um desafio adicional. Poder ver a obra pronta nos traz a sensação de mais uma conquista alcançada.

Tomar a decisão de promover os trabalhos de Lucas Derks no Brasil e publicar seu livro foi algo realmente fácil e estimulante, pois todo o seu trabalho é muito sincero e transparente, como ele mesmo, demonstrando um grande amor pelo que faz. Isso está completamente alinhado com as nossas posturas de trabalho e os nossos sonhos, além de superar nossas expectativas a respeito do perfil profissional que desejávamos divulgar para o público brasileiro. Porém a implementação de tais decisões deu algum trabalho. Talvez pelo fato de seu nome e seu trabalho de vanguarda ser ainda pouco conhecido em nosso país ou, até, pelo fato de a denominação Panorama Social mais lembrar um conceito pertencente a alguma ideologia ou campanha política!

Estudando os métodos e ciências afins, com alguns dos mais renomados e maiores especialistas do mundo, posso garantir que o Panorama Social é um dos poucos trabalhos inovadores, consistentes e bem embasados cientificamente que encontrei no campo da aprendizagem, do desenvolvimento pessoal, da psicoterapia e do *coaching* nos últimos anos. Especialmente levando em conta a riqueza de conhecimentos que foram integrados nesse modelo e a possibilidade de qualquer pessoa ter acesso a tal repertório de “ferramentas” e métodos, sem qualquer mistificação ou promoção de magos, mágicos ou salvadores da humanidade. Como costumo dizer, para algo me comover assim, primeiramente deve produzir em mim resultados mensuráveis, rápidos e duradouros; tudo isso

de forma muito simples e elegante. Ou seja, buscando soluções para minha vida pessoal, eu sempre me coloco como sujeito dos métodos que estudo antes de afirmar qualquer coisa.

Este entusiasmo ao escrever esta apresentação também se deve ao fato de acreditar que o Panorama Social possa ser o recurso que faltava para compreender a experiência espiritual de uma forma mais prática e vigorosa, além de vivenciá-la no cotidiano. Isto é, creio que o Panorama Social possa ser uma das peças do quebra-cabeça ainda escondida, trazendo à consciência do explorador do assunto uma forma de reconhecer, compreender e vivenciar a vida interior de forma simples.

Talvez pelo meu ceticismo ou pela minha ‘cegueira’ espiritual, preciso de experiências muito concretas daquilo que chamo de espiritualidade. Nesse sentido, compartilho da opinião de outro de meus mais queridos mestres, Ruy César do Espírito Santo, quando afirma que o despertar da espiritualidade deve ser reconhecido já na segunda-feira de manhã cedo... Quando acordamos de bom humor para viver uma nova semana ainda sustentando a convicção de que qualquer adversidade vindoura não pode mais obscurecer nossa ‘visão’ de longo prazo ou do sonho realizado.

Assim, é com grande orgulho e satisfação que produzimos esse livro, buscando disponibilizar no Brasil um pouco daquilo que encontramos pelo mundo afora de mais inovador no campo da psicoterapia e da PNL (Programação Neurolinguística). Considero esse trabalho realmente genial e transformador.

Espero que você, leitor, possa compartilhar de minha opinião, pois dessa forma também reconhecerá minhas motivações de poder levar tais conhecimentos, provenientes da maestria de Lucas Derks, a uma quantidade maior de pessoas que possam contribuir para a construção de um mundo melhor para vivermos.

Campinas, setembro de 2010  
Walther Hermann Kerth

# *Conteúdos*

<b>Índice das técnicas .....</b>	<b>XI</b>
<b>Prólogo e Agradecimentos .....</b>	<b>XV</b>
<b>Prefácio.....</b>	<b>XIX</b>

<b>Introdução.....</b>	<b>XXI</b>
Sobre a expressão “Cognição-social inconsciente” .....	XXIII
Teoria e prática .....	XXIII
Pesquisa sobre o inconsciente .....	XXVIII
Psicologia .....	XXVIII
Linguística cognitiva .....	XXIX
Aplicando a linguística .....	XXXI
Introspecção e modelagem de população .....	XXXIII
Pesquisa clínica de campo .....	XXXIV

<b>Capítulo 1: Os blocos de construção do mundo social .....</b>	<b>1</b>
1.1 Personificações tais como você e eu.....	2
1.2 Deve-se reconhecer a sua própria espécie .....	3
1.3 Como transformamos ‘objetos’ em pessoas.....	4
1.4 Uma personificação desperta.....	7
1.5 Organizando personificações .....	7
1.6 Cinco tipos de personificação .....	9
1.7 Pressuposição 1: Personificações são partes.....	10
1.8 Pessoas, animais e personificações .....	11
1.9 Fatores de personificação .....	13
1.10 Por que o fator de personificação ‘localização’ vem primeiro? .....	18
1.11 Aprendendo a personificar .....	20
1.12 Aprendendo sobre quem somos nós .....	22
1.13 Adquirindo habilidades sociais mais elevadas.....	23
1.14 Habilidades sociais limitadas .....	27
1.15 Observações finais.....	28

<b>Capítulo 2: O modelo do panorama social .....</b>	<b>31</b>
2.1 Personificações no espaço mental .....	32
2.2 O centro e a escala .....	32
2.3 Encontrando a localização de uma personificação.....	34
2.3.1 Explicação das Técnicas Dois e Três .....	36
2.4 Mas nem sempre é tão fácil assim.....	38
2.5 Reconhecendo padrões nos panoramas sociais .....	42
2.6 Padrões gerais .....	46

2.7	Mudando as dimensões básicas do panorama social.....	48
2.8	Aprofundando-se nos padrões do panorama social .....	53
2.9	O panorama social e a comunicação.....	62
2.9.1	Os canais da comunicação social .....	63
2.9.2	A comunicação invisível cria a magia.....	65
2.9.3	Falando sobre as localizações.....	66
2.9.4	Mostrando as localizações .....	68
2.10	Padrões culturais .....	70
2.11	Mudando emoções sociais .....	72
2.11.1	Modificando a dor do amor .....	74
2.12	Técnicas básicas para a melhoria das relações .....	81
2.13	Superando emoções sociais negativas muito intensas.....	84
2.14	Observações finais.....	88

### **Capítulo 3: Autoconsciência ..... 89**

3.1	Eu sou o centro do mundo social.....	90
3.2	Comentários e mudanças da autoconsciência .....	90
3.3	Explorando o mundo do 'eu'.....	94
3.4	Padrões no reconhecimento de si mesmo.....	97
3.4.1	Padrões de sentimentos na autoconsciência .....	97
3.4.1.1	O eu-cinestésico .....	98
3.4.1.2	Emoções que surgem da autoavaliação .....	104
3.4.1.3	As sensações conhecidas de si mesmo .....	105
3.4.2	Padrões visuais na consciência do 'eu' .....	106
3.4.2.1	Caçando autoimagens .....	107
3.4.3	Encontrando autoimagens transtemporais e contextuais.....	109
3.4.4	As posições perceptuais da autoimagem .....	112
3.5	Vozes da vontade: O 'eu' auditivo.....	113
3.6	Sentindo o gosto e o cheiro de si mesmo .....	114
3.7	A função da autoconsciência .....	114
3.8	O 'eu' social .....	118
3.9	Técnicas para a mudança da autoconsciência.....	120
3.10	O panorama do 'eu'.....	123
3.11	Alguns comentários sobre identidade coletiva .....	127

### **Capítulo 4: A criação do poder ..... 131**

4.1	Tornando as pessoas importantes.....	132
4.2	Metáforas sobre o poder.....	133
4.3	Padrões de autoridade .....	136
4.4	Problemas com os posicionados no alto .....	139
4.4.1	Padrões nos problemas com autoridade .....	140
4.5	O mistério da submissão repentina .....	144



4.5.1	O condicionamento clássico da submissão .....	144
4.5.2	A subserviência e as dinâmicas da personificação .....	146
4.5.3	Atravessando a distância neutra .....	149
4.6	Da descrição de padrões à sua aplicação .....	152
4.6.1	Pressuposição 4: A lei da personificação dominante .....	152
4.6.2	Pressuposição 5: A representação determina a interação ....	154
4.6.3	Pressuposição 6: O pressuposto frívolo .....	154
4.6.4	Pressuposição 3 novamente: Localização e habilidades são os principais fatores de personificação .....	156
4.7	Aplicações.....	157
4.7.1	Solucionando os problemas com autoridade .....	158
4.7.2	Fontes de poder: riqueza, beleza e a habilidade de punir ....	161
4.7.3	Recompensa, punição e retenção da aprovação .....	163
4.8	Poder político .....	165
4.8.1	Otimizando o panorama da negociação .....	166
<b>Capítulo 5: Relacionamentos com grupos .....</b>		<b>169</b>
5.1	Padrões de categorização inconsciente .....	170
5.1.1	Personificações-de-grupo .....	171
5.2	Atitudes sociais no panorama social .....	172
5.2.1	As atitudes sociais atuam inconscientemente .....	174
5.2.2	Nós e eles .....	175
5.2.3	Pertencimento.....	176
5.2.4	Padrões em personificações-de-grupo.....	180
5.2.5	Padrões dos amantes-da-paz .....	185
5.3	Mudando as atitudes sociais .....	187
5.3.1	Três exemplos de mudança através do coaching.....	189
5.4	Técnicas para a mudança voluntária.....	193
5.4.1	Técnicas para o ódio e o medo.....	196
5.4.2	Trazendo para frente uma imagem do outro lado do cérebro.....	198
5.5	Checando se existem objeções.....	200
5.5.1	Três tipos de partes e suas intenções positivas .....	201
5.6	Mudando as crenças sociais limitantes .....	207
5.7	Demagogia, guerra e paz .....	209
<b>Capítulo 6: O panorama familiar .....</b>		<b>211</b>
6.1	A família invisível ao seu redor .....	212
6.1.1	Do sistema à construção cognitiva .....	213
6.2	Pressuposição cinco novamente: A representação governa a interação .....	214
6.3	Aplicações terapêuticas do panorama familiar.....	218

6.4	Uma família consiste de todos os tipos de personificações.....	220
6.5	Apoio para o modelo do panorama familiar.....	222
6.6	Técnicas para a exploração dos panoramas familiares.....	224
6.7	Padrões familiares em três níveis: humanos, familiares e individuais .....	227
6.7.1	Padrões universais do panorama familiar .....	227
6.7.2	Padrões coletivos do panorama familiar .....	230
6.7.3	Padrões pessoais do panorama familiar.....	233
6.8	Desvios da imagem universal ideal de família .....	235
6.8.1	Interpretando os panoramas familiares.....	241
6.9	Modificando os panoramas familiares.....	242
6.10	O estímulo para mudar .....	244
6.11	Técnicas para modificar os panoramas familiares.....	247
6.11.1	Um histórico de caso modelo.....	249
6.12	A sequência padrão das técnicas de panorama familiar .....	253
6.12.1	Uma palavra final sobre as técnicas do panorama familiar .....	263
6.13	O uso do método das constelações .....	263
6.13.1	Constelação: o ritual é colocado no centro .....	269
6.13.2	Não se trata de cognição social, mas 'do sistema' .....	273
6.13.3	Por que você quer saber? .....	278
6.13.4	Fazendo experimentos com constelações familiares .....	280
6.13.5	Epílogo .....	283
<b>Capítulo 7: O panorama espiritual .....</b>		<b>285</b>
7.1	Psicologia e religião.....	286
7.2	O poder da espiritualidade e da religião .....	288
7.2.1	Fontes de informação não confiáveis .....	289
7.2.2	A espiritualidade na psicologia clínica .....	290
7.3	Padrões na cognição social religiosa inconsciente.....	292
7.3.1	Padrões na diferença entre vida e morte.....	294
7.4	Padrões das experiências espirituais .....	298
7.5	O nível espiritual superior .....	302
7.6	Experiências atribuídas aos espíritos .....	304
7.7	Intimidade com os espíritos.....	309
7.8	O paraíso sobre a Terra: De quem é o verdadeiro deus?.....	310
7.9	Autoridades espirituais .....	314
7.10	Palavras bonitas e linguagem retumbante .....	316
7.11	Os padrões da possessão.....	318
7.11.1	Possessão de longa duração .....	320
7.11.2	Possessão de curta duração .....	323
7.12	Aplicações terapêuticas .....	331

<b>Capítulo 8: Treinamento, ensino e equipes .....</b>	<b>337</b>
8.1 O panorama do treinador.....	338
8.1.1 Lidar com objeções usando as posições perceptuais (e o desenquadramento da resistência) .....	344
8.2 A identificação na educação .....	347
8.2.1 O que é identificação? .....	348
8.2.2 A identificação com os pais .....	350
8.3 O aprendizado por identificação no panorama social .....	353
8.4 Criando um modelo do processo de identificação .....	354
8.5 Contraidentificação .....	356
8.6 Instrutores em lágrimas.....	357
8.6.1 As quatro modalidades de aprendizagem em treinamentos.....	358
8.6.2 Categorias de recursos .....	359
8.6.3 Os professores no panorama social.....	361
8.6.4 A atitude emocional do aluno em relação ao professor....	362
8.6.5 O tamanho da personificação do professor .....	363
8.6.6 A distância entre a personificação do professor e o aluno .....	364
8.6.7 O tamanho da autoimagem do aluno .....	365
8.6.8 Aprendendo com os pares.....	365
8.7 Desenvolvimento de equipes com o panorama social.....	366
 <b>Posfácio .....</b>	 <b>377</b>
 <b>Bibliografia .....</b>	 <b>379</b>

## Índice das técnicas

Técnica 1: A personificação de seu computador .....	25
Técnica 2: Encontrando a localização em meio a toda humanidade.....	35
Técnica 3: Usando o contexto e o sentimento problemático para encontrar a localização .....	36
Técnica 4: Mudando atitudes sociais gerais.....	52
Técnica 5: Mudar para uma localização melhor com a ajuda de uma personificação de referência.....	82
Técnica 6: Enriquecendo uma personificação com a ajuda de habilidades adicionais .....	83
Técnica 7: Melhora unilateral de relacionamentos muito ruins.....	85

Técnica 8:	Lidando com a personificação-problema como se ela fosse um bebê.....	87
Técnica 9:	Encontrando a autoimagem transtemporal.....	109
Técnica 10:	Encontrando uma autoimagem contextual .....	110
Técnica 11:	Experimento com um grupo na 'Alameda estreita' .....	110
Técnica 12:	Fortalecendo um 'eu' transtemporal ou contextual .....	121
Técnica 13:	Criando uma autoimagem positiva.....	122
Técnica 14:	Consolidação de uma identidade positiva .....	123
Técnica 15:	A fusão de autoperonificações.....	124
Técnica 16:	Um recurso no prólogo do momento de separação .....	125
Técnica 17:	Crenças limitantes sobre a identidade .....	126
Técnica 18:	Da subserviência à igualdade.....	158
Técnica 19:	Habilidades para a igualdade.....	159
Técnica 20:	Exercício para entrar em segunda posição .....	159
Técnica 21:	Da dominação à igualdade .....	160
Técnica 22:	Exercícios para lidar com a riqueza I.....	161
Técnica 23:	Exercícios para lidar com a riqueza II .....	162
Técnica 24:	Recebendo aprovação de qualquer forma .....	164
Técnica 25:	Estabelecendo um panorama de negociação.....	167
Técnica 26:	Melhorando uma atitude social através da mudança da posição de uma personificação de grupo.....	194
Técnica 27:	Despolarização cinestésica do 'grupo-externo' .....	195
Técnica 28:	Despolarização do 'grupo-externo' .....	195
Técnica 29:	Solucionando bilocalizações em personificações-de-grupos .....	195
Técnica 30:	Atirar! Neutralizar o ódio por uma personificação-de-grupo através da ab-reação silenciosa e da transferência de habilidades.....	197
Técnica 31:	A figura do oito!.....	198
Técnica 32:	Mostrando o outro lado.....	199
Técnica 33:	Tabula rasa! Convencendo o 'eu' mais jovem – uma intervenção breve para mudar crenças sociais limitantes.....	208
Técnica 34:	Explorando o panorama familiar.....	226
Técnica 35:	Movendo a personificação de um membro da família .....	248
Técnica 36:	Transferindo habilidades da autoperonificação para a personificação de um membro da família .....	248
Técnica 37:	Unificar representações duplas na linha de vida .....	248
Técnica 38:	Determinar as indicações – mantendo uma posição flexível.....	254

Técnica 39: Objetivos terapêuticos .....	256
Técnica 40: Escolher previamente uma situação teste.....	257
Técnica 41: Encontrando os desvios da imagem ideal utilizando como referência os padrões de panorama familiar universais, coletivos e individuais.....	258
Técnica 42: Transferência de habilidades para o passado distante da família.....	259
Técnica 43: Testar as localizações em segunda posição perceptual .....	261
Técnica 44: Estabilizar o panorama familiar .....	262
Técnica 45: Crescer até o momento presente .....	262
Técnica 46: Aplicação da situação teste .....	262
Técnica 47: Lidando com o luto .....	332
Técnica 48: Reconciliação com espíritos ancestrais.....	333
Técnica 49: Estado essencial no panorama social.....	333
Técnica 50: Rebaixando o panorama espiritual.....	334
Técnica 51: Criando um espírito guia pessoal .....	334
Técnica 52: Possuído até o alarme tocar .....	335
Técnica 53: Descobrir e modificar o seu panorama de instrutor .....	342
Técnica 54: Transferir recursos para subgrupos perturbadores .....	342
Técnica 55: Melhorar a autoimagem do instrutor.....	343
Técnica 56: Desenquadramento das falsas expectativas .....	345
Técnica 57: Desenvolvimento de equipe no âmbito individual.....	370
Técnica 58: Construindo uma equipe .....	372
Técnica 59: Exploração do panorama da equipe em uma sessão de grupo .....	372
Técnica 60: Domesticando o dragão.....	374
Técnica 61: Sonhando uma equipe.....	375

## *Prólogo e Agradecimentos*

Uma quantidade enorme de ideias novas cruzaram meu caminho nestes vinte anos em que venho atuando como psicólogo. Tome cuidado com as ideias novas. Elas são terríveis causadoras de problemas, vírus que infestam a magnífica árvore conceitual da ciência social.

Durante minha época de estudante aprendi a me defender contra tais conceitos alienígenas. Na universidade me equiparam com um ‘filtro de ideias novas’; ele funciona assim:

Primeiro, observo o *status* acadêmico da pessoa que sugeriu a ideia. Ele é famoso? Lembro-me de algum de seus livros? Se afirmativo, será sempre melhor do que um desconhecido. Um ganhador do Prêmio Nobel supera todo mundo. Um doutor tem mais valor que um graduado que, por sua vez, é superior a um estudante. Um leigo está logo abaixo de um estudante de colégio técnico. Um norte-americano é sempre melhor do que alguém da Europa ocidental. Australianos têm mais valor do que israelenses ou asiáticos, que são seguidos de perto por nós, os holandeses. Cientistas sul-americanos e africanos negros encontram-se na posição mais baixa desta hierarquia. Em um nível geral, veteranos superam os novatos e os homens superam as mulheres que, por sua vez, estão bem à frente de colegas oriundos das disciplinas acadêmicas adjacentes ‘erradas’.

Se a fonte de uma nova ideia for inferior a mim, poderei ignorá-la com segurança. Mas quando o criador de um novo conceito passa nesse teste implícito de *status* – que funciona automaticamente – fico muito aborrecido. Para fugir destes sentimentos talvez eu tente me convencer de que essa ideia não seja absolutamente nova, mas simplesmente uma noção antiga com nova roupagem. Em uma pequena quantidade de casos isso não funciona e terei que começar a procurar outra desculpa.

Talvez eu escute um renomado cientista dizer que essa nova visão não é profissional, científica ou até mesmo que é antiética. Ou então, eu poderia fazer um esforço, pensando e lendo bastante para tentar

refutar a nova ideia com a lógica – haveriam quaisquer inconsistências intrínsecas a serem descobertas? Se tudo mais falhar, posso proclamar que esta ideia foge do meu campo de especialidade, logo, não preciso considerá-la – não é da minha conta, não sei e não preciso saber. Se o pior acontecer e a redefinição de território falhar também, serei forçado a deixar a nova ideia entrar em meu mundo intelectual – e este é um caso muito doloroso de fato!

Graças à existência tão difundida desse tipo de filtro nas mentes dos psicólogos, as novas ideias geralmente não têm a menor chance. Se por um milagre elas realmente causarem um impacto, em geral serão transmitidas por cientistas ‘pioneiros’ com grande reputação que podem elevar ainda mais suas biografias sendo os primeiros a lançarem a nova ideia (de alguma outra pessoa). Para fazer isso, eles precisam fazer uma palestra em um congresso, escrever sobre o assunto em um jornal científico ou, ainda melhor, aparecer em uma entrevista no jornal ou na televisão. Somente quando seu *status* na ciência é incontestável, você pode se arriscar a promover a ideia de um estudante, um leigo ou até mesmo de um holandês!

Em outras palavras, uma nova ideia se firma ou desaba dependendo da localização da pessoa que deu origem a ela no panorama social da comunidade científica. Indivíduos que são capazes de abraçar uma nova ideia, simplesmente porque acham que ela é boa, são espíritos verdadeiramente grandes e independentes. E se você escreve um livro como este, aprende a apreciá-los. Jaap Hollander organizou meu primeiro *workshop* de Panorama Social; Henriette Mol todos os dias me dizia que era uma boa ideia. Walter Ötsch, Veli-Matti Toivonen, Wolfgang Walker, Richard Bolstad, Stefan Ouboter, Hans Meyer, Barbelo Uytenbogaerd, Tim Hallbom, Janneke Swank, Karl Nielsen, Denis Bridoux, Philip Boer, Roman Braun, Wassili Zafiris, Anneke Durlinger, Frank Görmär, Peter Winnington, Penny Tompkins, James Lawley, Benny Gelenbrecht, Michael Hall, Anneke Meier, Jeroen van Ewijk, Jan Rautner, Bernd Isert, Marja-Leena Savimaki, Nikolai Hozan, Alberich Pesendorfer, Grete Haas e Harald Brill pertencem a um grupo de pessoas que, de forma independente e pública, ousam dizer que acreditam que o Modelo do Panorama Social seja uma boa ideia. É graças a eles que este livro está aqui para você.

Felizmente, muitas pessoas reagiram de maneira positiva ao meu trabalho. Todas estas pessoas ficam atrás de mim, nas minhas costas, no meu panorama social – o apoio delas é o motor por trás deste projeto.

Lucas Derks  
Nijmegen, Holanda, junho de 2004



## *Prefácio*

Você está segurando agora um livro muito especial, e por várias razões:

- Ele explica de uma forma muito simples o modo como nos relacionamos com outras pessoas;
- Juntamente com o Modelo de Meta-Estados de L. Michael Hall e com o trabalho de Modelagem Simbólica de James Lawley e Penny Thompkins, é indiscutivelmente a contribuição mais significativa para o campo da PNL (Programação Neurolinguística) surgida na década de 90;
- Ele interconecta fortemente os domínios da Psicologia Social, da Psicologia Cognitiva (especialmente a PNL) e da Linguística Cognitiva;
- Ele é o resultado de mais de 10 anos de pesquisa e trabalho de campo extensamente documentados;
- É extremamente bem-elaborado quanto às referências.
- Por último, mas não menos importante, é atraente e brilhantemente ilustrado pelo próprio autor, que tem formação em artes gráficas.

Tomei conhecimento do modelo do Panorama Social de Lucas Derks pela primeira vez através de uma série de artigos engenhosos e brilhantemente ilustrados que surgiram no “NLP World” (“Mundo da PNL” é um periódico) de 1996. Em um primeiro momento, eles tratavam do modelo do Panorama Social propriamente dito e depois de seu corolário místico, o Panorama Espiritual, entre outros. Fiquei alucinado! Como algo tão evidente pôde nos escapar? Isto esclarecia tantos aspectos de nossa modelagem social com tal economia de significados! Um outro artigo de Lucas, sobre a Modelagem do Panorama Social de Slobodan Milosevic, me convenceu rapidamente não apenas de que os praticantes de PNL deveriam aprender isto, mas de que todo mundo, de educadores a gerentes, políticos, pais, etc., definitivamente deveria aprender sobre isso também.

Naquela época, eu estava trabalhando no desenvolvimento de um

curso de *Master Practitioner* de PNL que possibilitasse às pessoas ir além do modelo padrão de maestria em PNL e integrar não apenas a ciência da comunicação, mas também a arte de comunicar. Eu estava buscando materiais de vanguarda que servissem exatamente a este propósito para incorporar ao treinamento. O modelo do Panorama Social de Derks definitivamente se encaixava! Entrei em contato com Lucas e nos encontramos de manhã cedo durante uma de suas visitas a Londres.

Lá estava ele, um camarada de modos muito gentis, de olhos brilhantes e sorriso acolhedor. Conversamos por algumas horas, mostrei a ele como apresentaria seu material e ele me deu sua benção. Obrigado, Lucas.

Cerca de dois anos depois, Lucas publicou uma monografia de seu trabalho, e sempre me lembrarei de quando a recebi pelo correio. Havia tantas outras coisas no modelo que não haviam sido apresentadas em seus artigos. Definitivamente tinha que ser publicado. E quanto antes melhor!

Entretanto, o destino interferiu e passaram-se muito mais anos do que eu gostaria, antes da tão esperada publicação deste material. Mas Lucas não ficou inativo. Ele usou esta situação em seu benefício, não apenas para enriquecer ainda mais o seu assunto, mas também para conectá-lo e relacioná-lo com todos os outros modelos da Psicologia Social existentes e fundamentá-lo firmemente nos modelos da Linguística Cognitiva de George Lakoff e Mark Johnson.

Então, eis você aqui finalmente, com o Panorama Social de Lucas Derks em suas mãos. Aproveite como você preferir, mergulhando nele ou lendo de ponta a ponta. Permita-se ser capturado pelas ilustrações. Ele é de fácil leitura e você jamais pensará da mesma forma sobre como se relaciona com as pessoas e como elas se relacionam com você. Isto é uma promessa.

Denis Bridoux  
Outubro de 2004

## Introdução

Será que o amor apaixonado só é possível quando nosso sistema nervoso central gera as imagens, sensações\*, sons, odores e sabores certos? Será que a excitação sexual depende exclusivamente de estímulos externos suficientes? Você, como observador-participante, tem uma resposta para esta pergunta?

Quando estou palestrando sobre o assunto deste livro, esse tipo de perguntas prende imediatamente a atenção de qualquer tipo de público. Executivos da área de propaganda, de acordo com o que se espera deles, colocam uma pitada de nudismo em propagandas de seguro do carro e de sabão em pó para conseguir este efeito. Por alguns momentos, se me permitirem continuar no papel de educador sexual: “Meninos e meninas, damas e cavalheiros, na verdade como vocês fazem amor com alguém? Ao que você deve prestar atenção, o que você deveria imaginar e o que você diz para si mesmo? Em resumo, que passos o seu cérebro deve dar para criar o sentimento de amor em seu corpo?”<sup>1</sup>

Entretanto, uma vez que isso já se estendeu por dez minutos, perguntas já não são mais suficientes – as pessoas querem respostas. Curiosos, mas já cansados, a maioria de meus colegas psicólogos numa plateia como esta vai querer qui-quadrados<sup>2</sup> ou imagens de *Power-Point* com tabelas e gráficos. Para agradá-los, ofereço o seguinte:

As pessoas são perfeitamente capazes de amar outras pessoas, não importando se elas estão do outro lado do mundo ou muito próximas. O amor apaixonado depende da manipulação de imagens

---

<sup>1</sup> Cameron Bandler escreveu o primeiro livro de bolso para terapeutas sobre terapia sexual baseado na Linguística Cognitiva em 1987. Bolstad e Hamblett fizeram uma apresentação sobre os ‘aspectos mais tântricos’ no Congresso Finlandês de PNL em 1997.

<sup>2</sup> Um teste estatístico de significância que informa se devemos aceitar ou rejeitar uma hipótese.

\* N.R. (Nota do revisor): a palavra original é “*feelings*”, que ora pode ser compreendida como ‘sensações’, ora como ‘sentimentos’. Quando trata-se das percepções sensoriais, incluindo-se outros sentidos ou canais sensoriais, a melhor tradução é ‘sensações’, porém em alguns contextos preferimos utilizar a palavra ‘sentimentos’.

sociais mantidas no cérebro. Estas imagens internas\* – sons, odores, sabores e sensações – devem estar nas proporções corretas entre si para criar amor por alguém. As construções mentais envolvidas devem combinar com os requisitos que o indivíduo foi posicionando durante sua vida. Por exemplo, se você pensasse sobre amar alguém, poderia notar que o “amor da sua vida” talvez se tornasse atraente ao extremo se imaginasse tal pessoa, como um possível exemplo, à distância correta (cinco centímetros de distância), no lugar certo (à sua frente), nas cores certas (laranja e rosa) e envolvido pelo aroma correto (flor de castanheira).

Você está começando a ficar preocupado pensando que este pode ser um livro pornográfico? Permita-me tranquilizá-lo, antes que estas coisas fiquem ainda mais sérias. Este livro é sobre padrões de pensamento social e intervenções terapêuticas cognitivas para melhorar os relacionamentos humanos no sentido mais amplo. Em outras palavras, ele trata da compreensão de como as pessoas veem umas às outras inconscientemente e como tal entendimento pode ser usado como um mecanismo de solução de problemas. É um assunto extremamente útil porque as pessoas pensam quase constantemente em outras pessoas, e também porque a maior parte do sofrimento humano está conectada ao pensamento social.

Neste livro você vai ler uma grande quantidade de conjecturas, baseadas em experimentos e estudos, a respeito dos padrões dos processos inconscientes mentais sobre as relações sociais<sup>3</sup>. Estas suposições são baseadas, em sua maioria, em centenas de exemplos de casos de minha própria prática clínica, de demonstrações de terapia em seminários e de muitos casos relatados a mim pelos meus colegas. Muitos dados adicionais surgiram da observação dos meus alunos enquanto faziam os exercícios nos *workshops*, da vida cotidiana, de alguns experimentos em pequena escala e de uma busca geral na literatura.

---

<sup>3</sup> Aproximadamente 534 clientes estiveram envolvidos no desenvolvimento das técnicas deste livro. Cerca de 150 outros casos são provenientes de demonstrações em *workshops*.

\* N.R.: uma expressão mais geral aqui é “representações internas”, das quais as “imagens internas” são apenas uma classe de representações, porém, como os elementos do Panorama Social são frequentemente constituídos de submodalidades visuais (distância, posição, direção do olhar, altura, etc.), usa-se a expressão “imagens internas”.

## *Sobre a expressão “Cognição social inconsciente”*

Seria esplêndido se este livro fosse apenas sobre o amor, mas ele trata igualmente de todas as outras variedades de experiências sociais. Ele se refere a emoções tais como irritação, raiva, união, solidão, autoconfiança, isolamento, discriminação, perda, vergonha, orgulho, autoridade, lealdade, subserviência, etc. Como psicólogo social, eu diria que este livro trata de estruturas da cognição social, definindo cognição social como: “Todos os processos mentais nos quais nossas vidas sociais são baseadas<sup>4</sup>.”

O problema de seguir a trilha destes padrões da cognição social é precisamente o fato de eles serem, em sua grande maioria, inconscientes. Em outras palavras, se você estiver apaixonado por alguém a única coisa que vai perceber conscientemente, na verdade, é o fato de que está apaixonado. Essa parte consciente, isto é, identificar o sentimento de estar apaixonado e saber por quem, entretanto, é apenas a ponta do *iceberg*. Abaixo da superfície da sua consciência muitos processos ocultos acontecem. Todas as evidências sugerem que, embora tais processos permaneçam despercebidos por sua mente consciente, são eles que controlam a sua experiência<sup>5</sup>. Neste livro, pressuponho que nossos comportamentos sociais são gerados por cognições sociais inconscientes nas quais podem ser encontrados padrões nos âmbitos individual, cultural e universal.

## *Teoria e prática*

Para dar a você uma breve ideia sobre o tipo de experimentação que deu origem às minhas teorias do panorama social, vou começar com um pequeno teste. Para fazer isto, vou pedir a você que faça algumas experiências. Se tiver o privilégio de ter alguém com você, peça que leia os parágrafos que seguem em voz alta, porque desta forma funciona melhor. Se estiver só, apenas leia devagar...

---

<sup>4</sup> Veja Greenspan (1997), que parece referir-se a “afeto social” sempre que escreve “emocional”.

<sup>5</sup> Neste livro, utilizo o termo “inconsciente” da maneira como Milton H. Erickson começou a empregá-lo na década de 50, e não da maneira como é empregado na psicanálise.

Para começar, pense na humanidade, o conjunto social mais amplo que existe. Pense sobre isso da maneira que faria naturalmente.

Como você percebe isto? Você vê toda a humanidade a uma certa distância ou vivencia isso como se todos os outros seres humanos estivessem a sua volta? Cerca de um terço dos meus sujeitos espontaneamente assumem a visão à distância. Será que você é um deles? Se for, tente colocar-se no meio deles e volte-se para dentro de “si mesmo”. Quero que imagine estar no meio, entre todas as outras pessoas do mundo. Vivencie a si mesmo como uma pessoa cercada por todas as outras. Uma vez que tenha feito isto, deixe que seus pensamentos se voltem para alguém que realmente ama e com quem se importa. Chamaremos tal pessoa de sua “pessoa amada”.

Pense em sua pessoa amada e certifique-se de criar um forte sentimento de amor por ela. Sinta apenas amor. Vou esperar um momento...

Já escolheu alguém? Está sentindo um amor intenso por essa pessoa? Sim?

Espero que seus sentimentos sejam muito perceptíveis e precisos, mas a sua percepção dos outros sentidos pode ser bastante vaga. Por exemplo, o aspecto visual: se ele estiver presente, pode ser nada mais que algumas impressões ou ligeiras sombras. Essa imprecisão é bastante comum, mas pode fazer com que muitas pessoas tenham dúvidas durante o experimento, na medida em que se perguntam “será que estou fazendo certo?”. Mas, como eu disse, todas as dúvidas são assim mesmo e esse é precisamente o ponto onde a pesquisa sobre a cognição social inconsciente começa. E essa é a razão pela qual a pesquisa ainda é frágil ou inconsistente sob uma perspectiva científica. A cognição social é vaga e difícil de apreender... mas será a sua exploração um projeto impossível? Eu penso que não.

Outra pergunta: você foi capaz de vivenciar um sentimento intenso de amor? Caso positivo, pode ter cem por cento de certeza de que foi um produto de seus próprios processos de pensamento. Sentir uma forte sensação de amor dessa maneira também é evidência do fato de que você não precisa da presença física do objeto do seu amor, a fim de amá-lo ou amá-la. Parece que sua imaginação é tudo

o que se requer e isso, por sua vez, sugere que sentimentos de amor podem ser completamente independentes de quaisquer estímulos externos.

A ideia geral de que a cognição social não depende de estímulos externos foi discutida por Leo Pannekoek e Jerome Singer na década de 80, mas no exemplo anterior fui eu que lhe sugeri que pensasse em uma pessoa amada, para começo de conversa. Neste caso, é claro que eu disparei o processo, embora os pensamentos sociais apareçam muitas vezes sem quaisquer causas externas perceptíveis. Isso não quer dizer que pensamentos sociais não precisam de absolutamente nenhum estímulo. Todos eles têm que começar em algum lugar, embora este início, com frequência, permaneça escondido dentro do enxame dos processos mentais inconscientes.

Por favor, por um momento, volte àquele sentimento de amor e descubra ONDE, em seu espaço mental, sua pessoa amada está posicionada. Quão distante e em que direção você identifica a percepção que tem dela? Deixe que a resposta infiltre-se tranquilamente em seu consciente. E se não tiver certeza, tente um palpite – qual foi o primeiro lugar que você pensou quando ouviu ou leu a pergunta “ONDE”?

Agora pense na posição da sua pessoa amada de uma forma mais precisa. Em qual lado do corpo você sente a presença dela? Direito, esquerdo, à frente, atrás, dentro de você ou em algum outro lugar?

Recentemente, perguntei a 239 sujeitos qual era a posição da representação interior da pessoa amada para eles<sup>6</sup>. De todas estas pessoas, cerca de noventa e quatro por cento (94%) percebiam sua pessoa amada dentro da distância de até um braço. Destes, vinte e nove por cento (29%) percebiam a pessoa amada à esquerda e trinta e três por cento (33%), à direita. Vinte e oito por cento (28%) percebiam a pessoa amada bem à sua frente enquanto meio por cento (0,5%) percebia a pessoa amada dentro dos limites do próprio corpo. Os três e meio (3,5%) restantes percebiam a pessoa em diversas localizações, atrás, por toda a volta, em localizações duplas, múltiplas ou em algum outro lugar. Você pode se perguntar o que significa se a representação da sua pessoa amada está posicionada mais distante

---

<sup>6</sup> O experimento foi realizado na 15ª Conferência de PNL em 3 de abril de 2004.

do que o alcance de um braço – seu relacionamento é realmente íntimo? Ou, existe alguma outra pessoa que seja mais próxima?

Assim que você souber com certeza onde sua pessoa amada está localizada, você estará pronto(a) para o próximo estágio deste experimento. Para isto, primeiro perceba em que direção ela está olhando. Uma vez que saiba disso, tente virá-la um quarto de volta no sentido horário, de forma que a direção do olhar mude. O que esta mudança na direção faz com o seu sentimento de amor? Ele aumenta ou diminui? Quando tiver feito isso, retorne a pessoa para a posição e direção originais. Talvez agora você esteja começando a descobrir a importância da “direção do olhar” na imagética social. As imagens pobremente conscientes que fazemos das pessoas quase sempre mostram precisamente suas frentes e suas costas, assim como a direção dos olhares e a altura dos olhos (e da cabeça).

Vamos fazer um outro jogo com a representação de sua pessoa amada. Posicione-a a cinco centímetros de si. OK? O que isso faz com seus sentimentos? O que acontece a vinte centímetros ou a três metros? E o que acontece a dez metros?

Minha expectativa é de que afastar a sua pessoa amada tenha causado o mesmo efeito que causou em quase todos os meus sujeitos: tenha reduzido a intensidade dos sentimentos. Isso aconteceu com você também? O experimento mostra que mudar as posições das imagens sociais pode influenciar os sentimentos associados a elas. Imagine como um terapeuta familiar pode utilizar este conhecimento!

Agora mova a imagem da sua pessoa amada para a posição oposta (se estava à esquerda, ponha à direita, ou se estava à sua frente ponha atrás) e afaste-a trinta centímetros. Neste livro, esse processo é conhecido como “uma mudança de posição”. Provavelmente, altera radicalmente o caráter do relacionamento. Por exemplo, a pessoa pode mudar de pessoa amada para membro da família ou um bom amigo. Estas mudanças, frequentemente dramáticas, apoiam a teoria de que o espaço mental é vitalmente importante para a criação do significado.

Nos escritos de Gilles Fauconnier (1997) a noção de “espaço mental” é central. Ele descreve o processo pelo qual a linguagem dispa-



ra imagens e esquemas que são projetados subconscientemente no espaço imagético que circunda uma pessoa. O significado é criado dentro destes espaços mentais, portanto vivemos dentro de um teatro tridimensional onde podemos ver, ouvir, sentir, cheirar e degustar o que se fala e escreve a respeito. Acontece que a intensidade da maior parte do que se desenrola neste teatro mental fica abaixo do limiar da nossa consciência. Nós sabemos sobre o que se fala ou escreve, mas só ocasionalmente percebemos fragmentos do nível “pictográfico” da experiência. Fauconnier afirma que toda a experiência subjetiva é espacial por natureza.

Neste livro colocamos o foco sobre como isso também é verdadeiro para a experiência social. O panorama social é uma paisagem de imagens sociais que geralmente permanecem inconscientes. Sem nem mesmo reparar nisto, nós vivemos nossas vidas inseridos neste panorama. Independentemente de termos percepção consciente disto ou não, ele funciona como o nosso mapa singular da realidade social. Ele é o guia para nossa jornada cotidiana através do mundo humano.

Vamos tentar um outro pequeno experimento. Pense em uma pessoa neutra, um carteiro, por exemplo. Imagine esta pessoa no ponto exato onde sua pessoa amada se localiza. O que acontece? Tente manter o carteiro nesta posição, e faça-o ficar vinte centímetros maior, mergulhando-o em uma luz de sol brilhante...

Então... já se apaixonou pelo carteiro? Teoricamente isso seria possível, mas o mais provável é que você tenha experimentado uma forte resistência, como se esta posição fosse reservada apenas para uma pessoa muito especial. Assim talvez você descubra que não é totalmente livre para alterar experiências sociais. Tais mudanças são limitadas e restringidas pelos nossos próprios conjuntos internos de regras. Nos capítulos seguintes, examinaremos algumas destas regras.

Enquanto estava brincando com a imagem do carteiro você talvez tenha descoberto o princípio mais importante do modelo do panorama social: *“relacionamento equivale à localização”* (*Pressuposição 2*). Isso significa que a qualidade emocional de um relacionamento é governada pela localização no espaço mental na qual a representação (imagem) da pessoa é projetada. Escrevi “relaciona-

mento é igual à localização” em um *flip-chart* pela primeira vez em 1993. Foi o nascimento do Modelo do Panorama Social.

Bem, apenas para manter a segurança, coloque sua pessoa amada e o carteiro de volta às posições originais. Vou esperar um pouco...

## *Pesquisa sobre o inconsciente*

Trinta anos de pesquisas intensivas sobre psicologia cognitiva e linguística cognitiva trouxeram à luz o fato de que a maioria dos pensamentos são atividades muito rápidas, que passam voando umas pelas outras e umas através das outras, em uma velocidade altíssima (Schneider e Shiffrin, 1997, Kunda, 1999). Em relação a isso, concordam com o trabalho de William James no século dezanove e de Milton Erickson na década de 1950. Pensamentos inconscientes são rápidos e complexos demais para serem percebidos por nossa mente consciente da mesma forma que os fotogramas de um filme são invisíveis para os espectadores. Nós percebemos somente os aspectos mais lentos dos nossos pensamentos e, quase sempre, apenas quando um processo se tornou estagnado (Mandler, 1979). Nós só vemos os fotogramas de um filme quando o filme se rompe<sup>7</sup>.

Nossa consciência funciona como o monitor do cérebro, ela apenas se envolve quando surge um problema ou quando alguma melhoria importante é necessária. Tudo o que ela faz é trazer problemas, perguntas e escolhas para a nossa atenção. O restante dos nossos pensamentos passa antes que saibamos de sua existência (Derks, 1989).

## *Psicologia*

A natureza ilusória da maioria dos nossos pensamentos faz da psicologia um negócio de mexer com os nervos. Diferentemente dos cientistas da maioria das outras disciplinas, nós, psicólogos, somos incapazes de observar diretamente a maioria dos objetos de nossas pesquisas. Os físicos precisam de equipamentos que custam bilhões

---

<sup>7</sup> Veja Derks e Goldblatt (1985) sobre a maneira como as informações são processadas consciente e inconscientemente. Também em Derks (1989).

e de uma quantidade massiva de esforços e perseverança para testemunhar a existência de partículas básicas ou buracos negros, mas eles se encontram em uma posição maravilhosa quando comparados a psicólogos tentando pesquisar processos de pensamento inconscientes. Pensamentos são efêmeros e jamais são iguais. Pode-se falar ou escrever sobre os pensamentos, mas estas são as palavras, não são, de fato, pensamentos; os pensamentos permanecem escondidos nos tecidos neurais e surgem em *flashes* durante milésimos de segundos para jamais reaparecer da mesma forma.

Mesmo assim, como todos os outros cientistas, os psicólogos são entusiásticos para formular e testar suas teorias. Nossa mente consciente, racional, analítica, científica, não deseja nada além da oportunidade de entender e explicar o pensamento inconsciente, porém a batalha parece perdida antes mesmo de começar – Terry, a tartaruga, contra Harry, a lebre. A mente consciente é pesada e lenta demais. No momento que nossa mente consciente percebe algo, os processos mentais inconscientes envolvidos já estão quilômetros à frente. Nossos cérebros estão repletos de pensamentos inconscientes da mesma forma que o éter (espaço) está repleto de sinais de rádio, mas nós não possuímos o “receptor de rádio” apropriado. De fato, o único “receptor” que temos é o próprio cérebro e tudo de que ele dispõe é um “detector de falhas” – a mente consciente. Portanto, parece que a pesquisa sobre os processos inconscientes do pensamento social é uma empreitada sem esperanças e que seria tolice até mesmo tentar! Mas não importa quão ridículo ou estúpido possa ser, eu e muitos colegas ainda somos incapazes de aceitar isso como fato. Pode ser tolice e condenável fracassar, mas mesmo se for impossível, ainda queremos fazer isto!

Felizmente, não estamos sozinhos na luta pelo conhecimento.

## *Linguística cognitiva*

Os mesmos problemas que os psicólogos encontraram com as estruturas inconscientes do pensamento também são encontrados no estudo da linguística. Os processos mentais que levam à produção e compreensão da linguagem são tão rápidos, complexos e inconscientes como a cognição social. O que está escrito nesta página é linguagem – e certamente há muitas frases a serem lidas aqui! Fra-

ses sobre as quais, logicamente falando, eu *devo* ter pensado a respeito. Entretanto, não tenho a menor ideia de como as criei. Será que eu sou burro? Será que sou disléxico? Não, não mais do que a média. Minha fábrica interna de linguagem produz frases sem o conhecimento do meu consciente. Embora eu imagine a mim mesmo como o comandante da minha fábrica de linguagem, só consigo dar uma espiada em uma ínfima parte do processo de produção. Normalmente, percebo os erros, mas se as coisas estão indo bem, não percebo nada. Então, na realidade, não sei como escrevo e falo. O pioneiro da linguística cognitiva já mencionado, Gilles Fauconnier (1997), escreveu o seguinte:

“Há um fluxo constante de comunicação no mundo e, de fato, isso parece ser acessível com muita facilidade. Além disso, acontece que as pessoas que estudam os sinais da linguagem (os linguistas), sendo humanas, vêm dotadas biologicamente de uma tecnologia muito boa para receber e processar estes sinais. Mas esta proeza técnica não impressiona imediatamente outros seres humanos... que são igualmente dotados com esta tecnologia específica. Estes últimos são admiravelmente equipados para usar os sinais recebidos para produzir construções mentais ricas com tanta facilidade que o processo todo não parece ser especialmente complicado ou misterioso para eles”.

Da mesma forma, os psicólogos sociais podem deixar de perceber a inacreditável complexidade da cognição social, simplesmente porque eles nunca refletiram realmente sobre isso. O mundo está tão repleto de atividade social como está de linguagem. É por isso que pensamos tão pouco sobre isso.

Como psicólogo vejo a linguagem como um subproduto do pensamento inconsciente, e não como pensamento propriamente dito. Nós não cometemos mais o erro de afirmar que *o pensamento nada mais é do que o diálogo interno* (Solokov, 1960). O pensamento envolve atividades com todos os sentidos. Palavras faladas parecem-se muito mais com os cliques de um *mouse* de computador, que podem despertar construções mentais significativas, mas estas construções também podem ser ativadas sem absolutamente quaisquer palavras. O que é escrito e falado se torna a expressão indireta das velocíssimas atividades “pictográficas” multissensoriais que acontecem em nossos cérebros (Ötsch, 2001).

## *Aplicando a linguística*

Os linguistas cognitivos George Lakoff e Mark Johnson (1999) chegaram a três conclusões que, em minha opinião, também são essenciais para a minha própria pesquisa. Eles sugerem que: (a) a maioria dos nossos pensamentos são inconscientes; (b) conceitos abstratos são metafóricos; (c) os fundamentos do pensamento são desenvolvidos a partir de vivências corporais e físicas. Em resumo, nossos pensamentos começam em nossos corpos e então são traduzidos em metáforas, usadas, por sua vez, de forma quase completamente inconsciente.<sup>8</sup>

A partir desta visão, Lakoff e Johnson saíram em busca das estruturas do pensamento inconsciente que todas as pessoas devem desenvolver para poder viver. O que é o mínimo que uma pessoa deve saber? Eles afirmam que o que nós vivenciamos como “bom-senso” parece ser tão “natural” simplesmente porque é derivado de sensações corporais que todos compartilhamos durante a infância. Sobre os alicerces deste conhecimento comum, mas implícito, construímos a lógica e a filosofia. Em resumo, a filosofia está na carne.

Lakoff e Johnson descobriram, por exemplo, que todo o mundo aprende a diferença entre “dentro” e “fora”. Uma diferença muito simples que aprendemos quando bebês, através de nossa vivência do mundo: dentro da boca... fora da boca... dentro do berço... fora do berço... dentro da banheira... fora da banheira. Tais experiências gerais e universais dão origem a uma estrutura de “conceitos básicos”. A partir destes elementos o indivíduo pode construir um mundo-de-pensamento individual\*. A habilidade de raciocinar logicamente, de acordo com Lakoff e Johnson, está baseada na aquisição destes blocos de construção cognitivos. Os conceitos básicos são “metáforas primárias” visto que atuam como esquemas imaginários\*\* de funções motoras sensoriais, utilizadas em conjunção a

---

<sup>8</sup> Veja meu artigo na *NLP World* sobre a distinção entre metáfora e não metáfora dentro do contexto do panorama social.

\* N.R.: “*an individual thought-world*” não tem tradução para nosso idioma; nossa melhor aproximação foi a escolhida acima, cujo sentido pode ser de “modelo individual de mundo”.

\*\* N.R.: da mesma forma, a melhor aproximação para “*image schemas*” foi a escolhida acima, porém, poderíamos também adotar “esquemas cognitivos” ou “sub-rotinas mentais”.

outros conceitos. Por exemplo, quando a experiência corporal do “dentro-fora” é aplicada à “família” (dentro da família e fora da família), “ciência” (dentro de uma ciência e fora de uma ciência) – é como se a família, a ciência e os sistemas fossem caixas onde alguém pode colocar coisas dentro. Portanto, aquilo que aprendemos como conceitos motores-sensoriais no berço pode ser aplicado mais tarde a qualquer outro conceito.

Para o desenvolvimento do panorama social devemos olhar até mesmo antes do berço, isto é, no útero. Lá, um embrião deve começar a perceber que existem partes no seu ambiente que ele consegue mexer, sentir e controlar, e partes que não consegue. Essa diferença talvez seja o início do conceito de “aqui” e “lá”: estou aqui e o resto do universo está lá.

De acordo com Lakoff e Johnson, a análise desse tipo de blocos universais de construção do pensamento oferece um “caminho de entrada” para a estrutura da cognição inconsciente. Pois, assim que são aprendidos, os conceitos básicos começam a desempenhar um papel subjacente autoevidente, automático e inconsciente em nosso pensamento. É claro que, apesar desta pesquisa sobre conceitos básicos, o inconsciente permanece tão difícil de ser acessado como antes. O que as ideias de Lakoff e Johnson realmente oferecem é algum *insight* sobre o que *deve* acontecer no inconsciente. Ideias como “dentro” e “fora”, “aqui” e “lá”, entre outras, podem ser encontradas nos sistemas operacionais de todo o mundo – caso contrário, a pessoa seria extremamente incapacitada.

Referindo-se a Narayanan (1997) e Bailey (1997), Lakoff e Johnson escreveram:

“Metáforas primárias são parte do inconsciente cognitivo. Nós as adquirimos automática e inconscientemente através dos processos usuais de aprendizado neuronal e podemos não estar conscientes de que as possuímos. Não temos escolha neste processo. Quando as experiências corporificadas\* no mundo são universais, então, as metáforas primárias correspondentes são adquiridas universalmente. Isto explica a ocorrência disseminada por todo o mundo da grande maioria das metáforas primárias”.

---

\* N.R.: do original “*embodied experiences*”, pode ser complementada pelas reflexões anteriores e pelas ideias de “experiências ou referências sensoriais”.

A teoria de Lakoff e Johnson sobre as metáforas primárias se relaciona diretamente à minha abordagem do panorama social. Acredito que o panorama seja formado a partir de conceitos sociais básicos, análogos às metáforas primárias e que podem ser combinados em significados sociais complexos. Todo bebê vivencia a diferença entre o seu próprio corpo e o corpo de outras pessoas. Esse tipo de experiência básica resulta em uma metáfora básica “eu” e “outro”. Todo mundo aprende a diferença entre o “eu” e o “outro”, grosseiramente, da mesma forma. Quase todo mundo aprende que quando tocamos as outras pessoas sentimos uma sensação de calor. Essa experiência sensorial básica pode ser transformada na metáfora primária do “contato quente”. É uma metáfora que quase todo mundo entende porque passou pela vivência corporal.

## *Introspecção e modelagem de população*

Da mesma maneira que a linguística usa partes do discurso e fragmentos de texto como base de sua pesquisa, meus dados vêm de sujeitos experimentais e clientes de terapia falando sobre suas vidas sociais. O que as pessoas relatam sobre seu próprio mundo social interior compõe a maior parte do material da minha pesquisa.

Mas este é o método primordial da introspecção! Isto não é um terrível retrocesso? A introspecção é o método fora de moda usado por Wilhelm Wundt e William James no século 19. Todos os comportamentalistas, Pavlov, Tillman, Watson e Skinner, criticaram a introspecção por ser *não científica*!

Com uma compreensão tardia, podemos dizer que estes comportamentalistas jogaram fora o bebê juntamente com a água do banho. Acredito que a introspecção ainda seja o único método que nos aproxima do pensamento inconsciente, certamente se usarmos as técnicas corretas para sua exploração. As técnicas se originam, em grande parte, da hipnoterapia e da “terapia da imaginação”. O padrão mais elevado de exploração precisa da experiência subjetiva pode ser encontrado no trabalho de Richard Bandler e John Grinder (1975, 1979, 1986; Grinder e Bandler 1984; Bandler 1987). Na maioria das vezes, os sujeitos de Grinder e Bandler estão sentados de olhos fechados enquanto respondem a perguntas detalhadas que lhes são feitas sobre suas imagens, vozes, sensações e sentimentos interio-



res. Bandler e Grinder falam sobre “modelagem”, que consiste em explorar a experiência subjetiva de uma pessoa para ensinar suas habilidades mentais para outras pessoas. A ideia clássica de “modelagem” compreende o exame cuidadoso de padrões dos processos de pensamento de um único especialista. Este tipo de processo de modelagem é concluído quando os padrões estiverem claros o suficiente para serem transferidos a alguns estudantes motivados, os quais esperam obter resultados semelhantes aos alcançados pelo especialista, através destes meios.

A exploração introspectiva do pensamento social inconsciente foge do habitual para um psicólogo social como eu. Nós, psicólogos sociais, tendemos muito mais a nos armar com questionários e ferramentas de observação. No meu caso foi uma fascinação especial pela hipnoterapia – que começou por volta de 1978 – que me trouxe a isto. A conexão com a cognição social veio bem mais tarde.

Em algum momento, antes de 1993, descobri que quando os clientes eram levados a um transe hipnótico leve, eram capazes de dar descrições explícitas dos seus modelos interiores de realidade social. Desde então tenho trabalhado com muitas centenas de sujeitos e, pouco a pouco, os padrões universais, culturais e pessoais nos panoramas sociais das pessoas vão se tornando aparentes. Ao utilizar a ferramenta da modelagem de Bandler e Grinder em um grande número de sujeitos, desenvolvi um tipo de pesquisa qualitativo-quantitativa, a qual chamei de “modelagem de população”.

## *Pesquisa clínica de campo*

Meu tio Bill ensinou um grupo de técnicos de rádio da Guatemala, em um tempo recorde, confinando-os em um *workshop* cheio de rádios quebrados. Eles aprenderam naquilo que nós chamaríamos de contexto experimental. “Em duas semanas todos os rádios estavam funcionando”, meu tio disse orgulhoso, “e os garotos aprenderam mais sobre eletrônica do que após um ano na faculdade”. Da mesma maneira, aprendi muito ao tentar ajudar as pessoas a melhorarem suas vidas sociais. Eu me fechava no consultório com clientes de psicoterapia que tinham “problemas sociais”. Os dados coletados dessa maneira raramente alcançam o nível de comprovação que pesquisadores quantitativos exigem. Como Albert Einstein



disse: “Nem tudo que é quantificável conta. E nem tudo que conta é quantificável”. A falta de certeza estatística neste estudo é compensada pela solidez do fenômeno relatado. De modo geral, espero que este livro contribua para o desenvolvimento de uma metodologia à qual Charles Faulkner insiste que deveríamos chamar de “linguística cognitiva aplicada”.<sup>9</sup>

A partir do projeto do panorama social, um grande número de técnicas foi desenvolvido, permitindo-se incluir vários problemas interpessoais difíceis no contexto da psicoterapia breve. Para minha surpresa quase todos os meus clientes se beneficiam deste tipo de trabalho. Em minha experiência houve uma redução radical da duração da terapia após eu começar a usar estes métodos no início da década de 90; e as técnicas vêm se refinando desde então. De 1996 a 2001, o tempo médio de tratamento de meus clientes diminuiu ainda mais, de cinco horas e meia para quatro horas e cinco minutos.<sup>10</sup> Além de tal ganho na eficiência, o conceito do panorama social enriqueceu enormemente minha compreensão psicológica. Espero que ele faça o mesmo por você.

---

<sup>9</sup> Faulkner afirma que os linguistas cognitivos têm a mesma visão que os seguidores da PNL, embora tenham pouca familiaridade com as aplicações práticas do próprio conhecimento. Mas os linguistas cognitivos são capazes de manter uma conexão com o mundo acadêmico, ligação que se perdeu na PNL.

<sup>10</sup> Esta média vem de uma amostragem de 203 clientes de terapia durante um período de cinco anos.

## *Capítulo 1*

# *Os blocos de construção do mundo social*



## 1.1 Personificações tais como você e eu

Este livro trata de várias perguntas desafiadoras. Por exemplo, como eu penso sobre você e como você pensa sobre mim? De um modo geral, como as pessoas criam os pensamentos que têm a respeito umas das outras? Ou mais academicamente, quais são os padrões recorrentes dentro da estrutura da cognição social inconsciente?

Neste livro, vamos explorar esses padrões não apenas para aumentar nosso conhecimento, mas, a cada descoberta que fizermos, também procuraremos utilizá-las na prática. As demandas pelas aplicações práticas são imensas porque, talvez como você mesmo tenha notado, o mundo está repleto de miséria emocional coletiva\*. A razão principal para escrever um livro como este é que o seu conteúdo pode contribuir para a qualidade da vida humana no sentido mais amplo.

Neste capítulo, tentamos recriar os blocos de construção do pensamento social inconsciente. Muitos psicólogos infantis estão trabalhando em questões correlatas. No começo desta busca, colocamos o foco na diferença fundamental entre cognição social e não-social. Então, se é que isto existe, o que significa 'não-social'?

Você não precisa pesquisar a resposta para esta pergunta na literatura psicológica<sup>11</sup>. 'Não-social' não se encontra dentro da ciência e você poderia encontrar no máximo 'antissocial'. A maioria dos meus colegas considera '*bastante comum*' que existam muitas teorias lidando com a cognição social sem que ninguém saiba o que não-social significa. Muitos assumem que 'não-social' é a mesma coisa que a expressão nunca usada 'cognição física'. Mas o que é '*bastante comum*'? Na psicologia, os maiores milagres se escondem por trás do que é considerado '*apenas comum*'.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Veja Buunk e Meertens (em Meertens e Von Grumbkow, 1992) quando estiver procurando uma definição de 'social'.

<sup>12</sup> 'Acontece naturalmente' ou 'normal' são expressões que indicam competências inconscientes.

\* N.R.: do original "*social-emotional misery*".

## 1.2 Deve-se reconhecer a sua própria espécie

Então, o que usualmente se entende por '*social*'? Na natureza, observamos uma forte inclinação para tratar os membros da própria espécie de modo diferente do modo de tratar outros organismos. Para tornar isso possível, as plantas e animais devem ser capazes de reconhecer outros membros de sua espécie. Leões sabem qual o cheiro, a aparência e o som de outros leões, caçam juntos, acasalam-se e se socializam uns com os outros, mas não fazem isso com leopardos, crocodilos e hienas.

Portanto, à primeira vista, a habilidade de reconhecer sua própria espécie é essencial para a reprodução e isso talvez ajude a definir o que chamamos de '*realidade social*' – em primeiro lugar, é o universo dos portadores dos genes humanos. A diferença entre social e não-social parece ser um reflexo de uma necessidade biológica, unida à habilidade inconsciente de diferenciar pessoas e não-pessoas. A maioria dos humanos consegue fazer isso graças à peculiar estatura vertical. É por isso que geralmente não somos presas de um caçador distraído durante uma caminhada na floresta. Pessoas veem pessoas como fundamentalmente diferentes de outros animais, até mesmo a maioria dos canibais acredita que a carne humana é uma iguaria incomum.

Entretanto, se observarmos o reino animal um pouco mais, veremos que os programas mentais projetados para reconhecer outros membros da mesma espécie nem sempre funcionam infalivelmente. Borboletas às vezes voam ao redor umas das outras se perguntando '*podemos fazer negócio*'? Às vezes os cachorros veem os seres humanos como *supercachorros* e seguem seus donos como se fossem líderes de matilha. Pergunte a si mesmo: será que isso ocorre porque os cães não conseguem ouvir ou cheirar a diferença? Não! Então, será que eles são estúpidos? Os cachorros poderiam '*dar a desculpa*' de que a ampla variedade de raças de cães torna a questão muito difícil para eles. Se um São Bernardo e um Chihuahua são ambos membros da mesma espécie, não seria compreensível que alguns cachorros percebessem mais semelhanças entre eles mesmos e os seus donos? Em debates assim, os cachorros poderiam se defender dizendo que seu dono é mais um '*líder*' do que um '*companheiro*' e

poderiam argumentar que muitas pessoas, como os pastores, como as pessoas que trabalham em resgates de avalanches, os especialistas em explosivos e os cegos, por sua vez, cedem frequentemente a liderança ao cachorro – sem a necessidade de copular com ele. Agora vamos falar sério novamente<sup>13</sup>.

### 1.3 Como transformamos ‘objetos’ em pessoas

O fato de os seres humanos serem capazes de procriar entre si significa que geneticamente somos uma espécie, mas não significa automaticamente que assumimos\* uns aos outros como iguais em nossas mentes. Era uma vez, no estado de Massachusetts (lembre-se disso), uma lei entrou em vigor proibindo atirar em animais selvagens nas ruas, com exceção de lobos e índios. Naquela época, de modo geral, os índios não eram considerados pessoas. Para se tornar parte do modelo de mundo social de alguém, ser um ser humano não basta. Para que isso aconteça, a outra pessoa tem que desempenhar uma operação cognitiva chamada *personificação*. (Para uma compreensão mais profunda, veja Stephen Mithen, *The Prehistory of the Mind*, Thames & Hudson, 1996.)

Ötsch (2002) afirma que pensar em uma ‘coisa’ só é possível se soubermos como ‘*objetificar*’ ou ‘*coisificar*’ algo. Para que uma ‘coisa’ seja um objeto em nossa mente, precisamos atribuir algumas propriedades a ela. Uma coisa precisa estar em algum lugar. Uma coisa precisa ter volume. Pensa-se em uma coisa como algo que tem uma superfície. Uma coisa precisa de peso, tamanho e cor. Um bebê só se torna capaz de lidar de maneira efetiva com as coisas após ter aprendido a habilidade de ‘*objetificação*’ – assumir a presença de todas estas propriedades em qualquer objeto. Por sorte, a maioria das crianças não tem problemas neste nível. As propriedades que devem estar presentes para transformar algo em coisa podem ser chamadas de *fatores ‘objetificação’*. Se um destes fatores estiver faltando, por exemplo, algo que não tenha superfície, então não pode

---

<sup>13</sup> Este parágrafo foi inspirado no trabalho do biólogo Midas Dekkers (1997).

\* N.R.: do inglês “*encode*”, poderia ainda ser traduzido como ‘tomamos’, ‘estabelecemos’ ou ‘aceitamos’, de acordo com o contexto.

ser uma coisa. Ou se a coisa não tem localização, se não está em algum lugar, não se pode pensar nela como algo que realmente exista de forma alguma.

Uma vez que toda pessoa é uma coisa, mas nem todas as coisas são pessoas, podemos concluir que a operação cognitiva de criar uma pessoa demanda mais passos do que a de criar uma coisa. Isto nos traz de volta o processo de *personificação*.

O verbo '*personificar*' é definido no dicionário como: "Pensar em ou falar de um objeto não-humano como se ele tivesse qualidades humanas". Em outras palavras, tratar uma não-pessoa ou uma coisa como uma pessoa<sup>14</sup>.

Entretanto, para construirmos um mapa útil da realidade social, precisamos representar seres humanos como pessoas e não como coisas. O que isso implica é o seguinte: o processo de personificação apenas atrai nossa atenção quando nós o fazemos, erroneamente, com coisas não-humanas. O padrão de pensamento que usamos para criar uma pessoa em nossas mentes foi negligenciado na psicologia social. A atividade de personificação apenas foi percebida por uns poucos linguistas nos casos em que ela era aplicada de maneira incorreta a objetos, animais, montanhas, abstrações, etc. A cognição social, enquanto ciência, começa com o reconhecimento de que o mesmo processo cognitivo de personificação é normalmente usado para representar pessoas reais, exatamente da mesma maneira. Até recentemente, o fato era tido como algo normal demais para que a ciência social prestasse qualquer atenção.

Talvez você se pergunte: por que nunca percebeu a personificação? Eu diria que, pela simples razão de que a personificação de uma pessoa real é tão óbvia, comum e habitual que acontece de forma completamente automática. A personificação é um exemplo dramático de cognição social inconsciente. Sem pensar a respeito, criamos estruturas de pensamento que representam objetos e, devido à maneira especial pela qual as construímos, elas se tornam pessoas para nós.

---

<sup>14</sup> A prática de falar sobre coisas concretas como se elas possuíssem características humanas se origina da retórica grega.



A quantidade de cachorros personificados por pessoas é, sem dúvida, igual ao número de pessoas aceitas pelos cachorros como sendo de sua própria espécie. Como afirmei anteriormente, todas as coisas, como as ideias abstratas, carros, dinheiro, plantas, símbolos, organizações, pedras, nações e partidos políticos podem ser personificadas. Mas, mais do que quaisquer outras coisas, os animais da espécie *Homo Sapiens* são cognitivamente tratados desta forma. Tão logo as pessoas tenham aprendido a arte da personificação, em seus primeiros anos de vida, elas se tornam capazes de personificar tudo com grande facilidade.

O resultado de todo o 'processo de personificação' é a existência de 'personificações'. Traduzindo para a metáfora do cérebro-computador<sup>15</sup>, podemos considerar uma personificação como sendo um arquivo de memória no qual todas as nossas informações

---

<sup>15</sup> Muitos psicólogos tentam evitar usar a metáfora do computador, mas eu a considero muito útil para transmitir uma ideia rapidamente, e por isso eu a utilizo neste livro.

sobre uma pessoa ficam guardadas, de acordo com uma estrutura específica.

## ***1.4 Uma personificação desperta***

Quando vejo meu colega, Frits, no escritório, a personificação que criei dele (aquela que para mim é sua representação) é ativada. Falando de maneira geral, assim que vejo uma pessoa real, minha personificação desta pessoa é despertada. Um elemento passivo de minha memória é estimulado e se torna ativo através da percepção e reconhecimento. A atividade neural envolvida pode variar muito em intensidade e geralmente permanece abaixo do limiar da consciência. Mas não importa quão fraca seja a atividade mental, ainda assim, minha imagem mental interior daquela pessoa é ativada. Para ilustrar: para mim é como se Frits fosse uma figura feita de finos tubos de néon que acendem assim que o encontro. Mas o interruptor tem um dispositivo regulador que quase sempre fica ajustado para funcionar em níveis muito baixos. É por isso que Frits brilha de maneira muito fraca em meu campo de visão interior. Talvez ele até seja visível, mas a luz normalmente é tão fraca que não o percebo conscientemente. A informação que meus sentidos exteriores registram – por exemplo, Jane, a secretária do departamento de compras – sobrepuja o meu Frits interior como um avião decolando se sobrepõe ao zunido do grilo na margem da estrada. Na medida em que desempenho minhas atividades diárias, a imagem de Frits fica completamente esquecida, mas ainda assim, esta imagem quase invisível determina tudo que sinto em relação ao Frits.

Se eu relaxar, fechar meus olhos e voltar minha atenção para dentro, às vezes consigo ver esta luz tênue que é o Frits, consigo perceber do que a imagem é feita. Sob certas circunstâncias, entretanto, esta imagem pode me aparecer tão clara como o dia, como quando descubro que, hoje de manhã, Frits foi nomeado meu novo chefe!

## ***1.5 Organizando personificações***

A consequência inevitável de ter todas as personificações em nossos cérebros é que uma quantidade cada vez maior de estruturas cog-



nitivas vai sendo armazenada na memória. Como lidar com esta sobrecarga? Por exemplo, será que um dia vou conseguir tirar o Frits da minha cabeça? Porque, hoje, eu preferiria ‘apagá-lo’ do meu panorama social! Não, é uma pena, pois não vou conseguir me livrar dele. Por que não? A resposta será dada no capítulo seis. Uma vez que tenham sido formadas, as personificações não podem ser removidas, elas podem ser apenas transformadas ou reposicionadas no panorama social. Assim, Frits ficará em minha mente para sempre.

Nosso cérebro não é capaz de processar individualmente milhões de personificações individuais, por isso recorre ao processo de generalização para ajudá-lo. Ao selecionar as personificações em categorias, organizamos nossa realidade social. Agrupamos tipos parecidos de pessoas para armazená-las no mesmo local, mesclando todas elas em um determinado ‘tipo’. Hoje, Frits está agrupado junto com os ‘chefes’.

Além de agrupar as personificações em categorias, a maioria das pessoas também faz uso da ‘distância’. Criam um círculo íntimo ao redor de si mesmas, reservado exclusivamente para os companheiros(as), filhos, pais e para as personificações de entidades excepcionalmente importantes, como espíritos, deuses ou anjos. O espaço mais amplo ao redor deste círculo íntimo é preenchido com pessoas menos significativas, como amigos, vizinhos e colegas. As imagens das pessoas nesta área estão geralmente agrupadas, embora seja possível reconhecer a todas como indivíduos. Nas esferas exteriores do panorama social pode-se encontrar as personificações de grupos como ‘o partido’, ‘a fábrica’ e ‘o governo’. Naquela manhã, minha mente inconsciente retirou Frits da zona mais próxima dos ‘colegas’ e o colocou no distante domínio dos ‘diretores’.<sup>16</sup>

Ao ouvir a conversas dos pais, por exemplo, um garotinho pode descobrir que a diferença entre ricos e pobres exerce um papel importante na vida. É possível que ele também aprenda sobre alguns dos sinais externos através dos quais se distinguem ricos e pobres. Mas o que ele precisa descobrir por si mesmo é como configurar tal diferença em seu próprio *software* mental.

---

<sup>16</sup> A descoberta do panorama social surgiu da análise de categorias conforme o modelo das submodalidades de Bandler (1985). “Como nós organizamos os seres humanos em categorias?” era a pergunta principal.

No sistema operacional de sua mente, as diferenças entre ‘aqui e lá’, ‘alto e baixo’ e ‘perto e longe’ já estarão solidamente gravadas. Sobre a base deste tipo de distinções cognitivas primárias, o garoto vai começar a criar seu próprio programa mental para lidar com o rico e o pobre. Isso se torna um ‘modelo cognitivo idealizado’ (Lakoff, 1987), um protótipo abstrato.

Em tal protótipo, a distinção entre as categorias ‘rico’ e ‘pobre’ pode ser feita ao colocá-las em cantos diferentes do espaço mental. Por exemplo, o menino poderia colocar as pessoas pobres embaixo e as pessoas ricas em cima. Da mesma maneira, alguém pode codificar pessoas dignas de confiança mais perto e pessoas não-confiáveis bem longe, pessoas de sorte à esquerda e pessoas sem sorte à direita, ou seus companheiros ao seu redor e seus inimigos bem longe.

## ***1.6 Cinco tipos de personificação***

Usamos o nome ‘personificação’ para indicar a representação mental de ‘alguém’<sup>17</sup>. Neste livro, fazemos a distinção entre cinco tipos de personificações:

- Autopersonificação – a representação da própria pessoa;
- Personificações dos outros – as representações de outros indivíduos;
- Personificações de grupos – as representações de grupos e de complexos sociais amplos que são agrupados em unidades cognitivas únicas, tais como partidos, nações, facções, clubes e organizações;
- Personificações espirituais – as representações dos mortos e de entidades sociais não-humanas tais como fantasmas, espíritos e deuses;
- Personificações metafóricas – personificações inventadas (como as personagens de um livro) e as representações de objetos físicos, abstrações, animais, plantas, símbolos, processos e entidades não-humanas e não-espirituais às quais sejam atribuídas qualidades humanas.

---

<sup>17</sup> No holandês, o verbo ‘personificar’ (*personificeren*) não consta no dicionário Van Dale.

Inventamos vários tipos diferentes de personificação. Criamos uma imagem e a posicionamos em um lugar específico, atribuímos a ela sentimentos, motivações e uma profusão de outras características. Então, guardamos tudo em nossa memória. Depois começamos a nos comportar como se ‘isso’, em nossa mente, fosse uma pessoa real de carne e osso. Daquele momento em diante, acreditamos que a pessoa realmente existe da maneira como a criamos. (O que dizer de personificações inventadas, como personagens de um livro? Estes podem ser reais o suficiente para que as pessoas criem modelos a partir deles, por exemplo, como o caso de Robert Dilts ao modelar Sherlock Holmes.)

## 1.7 Pressuposição 1: Personificações são partes

Bandler e Grinder (1979) fazem terapia estabelecendo uma comunicação com certas funções mentais, chamadas ‘partes’\*. Por exemplo, eles podem trabalhar com a parte que faz com que a pessoa fique feliz ou com a parte que a protege de decepções, etc. Na psicologia prática de Bandler e Grinder, a personalidade humana é tida como uma coleção de unidades que são direcionadas a metas, um conjunto de partes da personalidade. Qualquer unidade de atividade neural relevante pode ser definida como uma das partes caso precise de terapia. O efeito terapêutico da abordagem se origina, em grande parte, do ato de personificar tais partes. Ao fazer o cliente visualizar a parte na forma de uma versão de si mesmo ou em alguma outra forma humana, as coisas em terapia se tornam mais vívidas. Assim que as abstrações, problemas ou funções mentais são personificados, algo muito importante começa a acontecer – uma quantidade enorme de *software* mental extra é mobilizada para ajudar. Tudo que a pessoa já aprendeu sobre como lidar com outras pessoas pode agora ser aplicado ao que é, na verdade, um problema não-social. O poder do ‘sistema social operante’ que funciona inconscientemente contribuirá enormemente para a capacidade de resolver problemas de qualquer tipo.

**Conclusão:** personificar não-humanos pode ser muito útil.

---

\* N.R.: as partes são representações de possíveis subidentidades ou motivações inconscientes individualizadas, identificadas na linguagem quando dizemos ou ouvimos comentários tais como: “... é como se uma parte de mim pensasse ou fizesse...” ou “Eu não quero fazer isso mas, de repente, já fiz...”.

Um relacionamento totalmente diferente entre partes e personificações tem a ver com a demarcação entre o eu e o outro – quem é quem no modelo do panorama social?

As personificações consistem, por definição, em atividade no tecido nervoso, armazenadas na memória de alguém. São propriedade da pessoa em cujo cérebro estão representadas.

A implicação lógica é que nossas personificações de outras pessoas (o conhecimento que temos a respeito delas, neurologicamente armazenado em nossas mentes) também são partes de nós mesmos. Embora os seres humanos existam como objetos reais físicos no mundo, conhecemos sobre eles apenas aquilo que nossa própria neurologia é capaz de representar. Então, os outros reais de carne e osso são, de fato, apenas estímulos para que criemos nossas personificações. Embora tenhamos acesso e possamos conhecer apenas as nossas representações autoconstruídas de outras pessoas, equivocadamente temos a tendência de supor que é a pessoa real que conhecemos – ignorando o fato de que a pessoa que ‘conhecemos’ não é nada mais que uma atividade em nosso cérebro\*.

**Conclusão:** Todas as pessoas, organismos, deuses, grupos e criaturas que conhecemos são partes de nós mesmos. Consequentemente, as pessoas rodeiam-se de um círculo de personificações autocriadas que são, para elas, o único mundo social possível de ser conhecido. Significa que uma mudança no panorama social é uma mudança em sua realidade social.

## *1.8 Pessoas, animais e personificações*

Durante o desenvolvimento social de seus filhos, os pais podem ter que interferir de vez em quando. “Não, Joãozinho, não morda aquele menino, você vai machucá-lo!” Assim, Joãozinho aprenderá que as outras crianças também sentem. “Não faça isto, Joãozinho, gatinhos também têm sentimentos!” No entanto, o fato de animais poderem sentir não faz com que sejam iguais a nós. Então, o que faz?

---

\* N.R.: as pessoas reais são infinitamente mais do que aquilo que somos capazes de saber, conhecer ou representar sobre elas!

Você ainda se lembra das pessoas em Massachusetts que foram proibidas de atirar em animais selvagens nas ruas? Elas consideravam que os índios não eram humanos porque eles não acreditavam em Deus. Aquelas pessoas acreditavam que apenas as conexões espirituais corretas transformavam as pessoas em seres humanos. Em relação a isso, muitas coisas mudaram a partir do século passado. Hoje em dia, até mesmo as opiniões dos ocidentais a respeito de outros primatas deu uma guinada e está mudando completamente. Atualmente os primatologistas, como a famosa Jane Goodall, não veem nenhuma diferença categórica entre os seres humanos e os grandes macacos. Qual categoria de competências devemos procurar?

As pesquisas mostram que orangotangos têm consciência de si mesmos e conseguem se reconhecer em um espelho. Eles podem comunicar seus próprios sentimentos e motivações uns para os outros e para seus tratadores, e são capazes de imaginar situações do ponto de vista de outras criaturas. Parece que os chimpanzés se comunicam uns com os outros com uma linguagem similar de sinais sonoros (N.R.: *beep-like language*), enquanto os gorilas podem aprender a entender a linguagem falada e o raciocínio lógico, além de terem demonstrado noção de passado, presente e futuro. Os bonobos fazem ferramentas de pedra e conseguem operar computadores e telefones. Alguns primatas até mesmo superam seres humanos inteligentes em testes de reconhecimento de números e em jogos de computador que exigem reflexos rápidos. Hoje em dia, ninguém precisa ter qualquer dúvida de que os grandes macacos possuem uma vida emocional complexa, portanto uma criança poderia muito bem incluí-los em sua própria espécie. Será que os macacos acreditam em Deus? Será que todos os seres humanos acreditam? Em outras palavras, a fronteira entre pessoas e não-pessoas não é fácil de delinear baseando-se no que elas são capazes de fazer. Ainda assim, este tema tem mantido os cientistas ocupados há muito tempo. Livros e filmes de ficção científica também são ilustrativos. *Jornada nas Estrelas* está repleto de debates sobre o *status* de robôs, humanoides e alienígenas. Como lidar com isso? Seria ético que um ser humano jogasse fora um robô extremamente inteligente, velho, mas ainda operante, se surgisse outro melhor? E se este robô dissesse que ama você, começasse a chorar e promettesse que seria sempre seu escravo? A personificação foi, é e sempre será um assunto para a ética.

## 1.9 Fatores de personificação

Seguindo o rastro de William James (1890), a maioria dos psicólogos chama o fluxo de percepções mais próximas e mais contínuas de autoexperiência\*. Esta vivência forma a base incessante de tudo mais que acontece dentro de nós. Assim que nosso cérebro se torna capaz de gravar informações, a autoexperiência vai sendo depositada em nossas conexões neurais. Habitados a isso como todos ficamos, apenas reparamos em nossa autoexperiência se há algo diferente acontecendo com ela, como conflitos interiores, crises emocionais ou alterações fundamentais em nossa personalidade.

Muitos cientistas acreditam que, no curso do desenvolvimento humano, esta experiência de si mesmo (N.R.: percepção de si mesmo, propriocepção) deve preceder a experiência ou percepção que temos dos outros. A segunda se inicia quando, após o nascimento, somos jogados em meio ao mundo social. No caso de nascimentos múltiplos, isto é um pouco diferente: eles já conhecem o(s) outro(s) antes do nascimento. Mas, ainda assim, suas vidas começam provavelmente em torno de um núcleo de autoconsciência cinestésica. Assim que chegamos ao mundo dos outros, somos confrontados com o fato de que eles proporcionam um padrão de estimulação muito mais variável do que aquilo que somos para nós mesmos<sup>18</sup>.

Neste texto, chamarei a generalização derivada desta autopercepção contínua (propriocepção) de 'autoconceito' e mais frequentemente de 'autopersonificação'. Esta autopersonificação constitui um exemplo dramático de cognição inconsciente. Sabemos quem somos nós e sabemos que sabemos isso. Com frequência temos apenas uma vaga noção sobre qual é o conteúdo de nossa autoconsciência\*\*. Quando alguém nos pergunta, "Quem é você?", talvez leve alguns minutos até que finalmente nos tornemos cômicos de um

---

<sup>18</sup> É algo triste o fato de que a regressão de idade através da hipnose seja uma fonte de informação tão pouco confiável quanto o uso de memórias reprimidas na hipnose forense. De outro modo, talvez fôssemos capazes de descobrir experiências pré-natais e pós-natais e construir nossas teorias sobre o desenvolvimento precoce baseando-nos em fatos hipnóticos.

\* N.R.: da tradução de língua inglesa "*self-experience*"; poderia ser também traduzido por "experiência interior".

\*\* N.R.: do inglês "*self-knowledge*"; a tradução literal seria autoconhecimento, porém, no contexto, talvez a melhor opção seja "autorreconhecimento".

impulso claro que nos permita responder. Muitas vezes, as pessoas para as quais esta pergunta é feita apenas olham fixamente em frente, em silêncio, tentando apreender seus sinais interiores.

A autoperonificação, que por sinal atua inconscientemente, é bastante crucial na vida social. Ela consiste em um complexo de imagens e sentimentos que dizem à pessoa quem ela é, a identidade da pessoa. Você tem que saber quem você é para desempenhar os papéis apropriados na sociedade. Sua autoimagem ajuda a se comparar com os outros. Seu sentimento de si mesmo permite que você saiba qual é sua posição na multidão.

Quando as pessoas crescem, coletam cada vez mais conteúdo para suas autoperonificações, aprendem a se conhecer ainda melhor. Mas a aquisição de autoconsciência não é a única função da autoperonificação: também é a referência primária que usamos para conceber os outros. Quando acreditamos que os outros são parecidos com o tipo de criaturas que somos, podemos usar nosso conhecimento sobre nós mesmos para vir a entendê-los.

É assim que a autoperonificação se torna o molde para todos os outros tipos de personificação. É o protótipo para todas as construções sociais. Na terminologia de Lakoff e Johnson, podemos chamar a autoperonificação de 'o modelo' para as personificações dos outros, personificações de grupos, personificações espirituais e personificações metafóricas. Quando acreditamos que os outros, os grupos, os espíritos ou os objetos são semelhantes a nós, no sentido de que eles abrigam as mesmas categorias de experiências subjetivas, estamos prontos para construí-los, da mesma maneira que fizemos anteriormente conosco. Portanto, projetaremos nos outros o que vimos em nós mesmos.

Ao vivenciar o próprio eu, as pessoas tendem a usar uma quantidade de categorias naturais, as quais chamarei de 'fatores de personificação'. Essas categorias são os blocos de construção das personificações. Todas as intervenções terapêuticas neste livro são baseadas em meios de se influenciar um ou mais fatores de personificação. Os fatores são a chave para alterar personificações e para mudar sistemas sociais de um modo geral. Na lista de fatores de personificação a seguir, primeiro encontra-se o nome do fator e depois a descrição do que este fator significa para o Eu.



### *Nove fatores de personificação – e o que eles significam na autoperpersonificação*

- Localização – minha percepção de que estou aqui e os outros estão lá;
- Habilidades – minha percepção de que posso fazer coisas como me mover, falar, pensar;
- Interesses e motivação – minha percepção de que quero algo;
- Sentimentos – minha percepção das emoções, sensações físicas e dor;
- Autoconsciência\* – meu conhecimento de quem sou em meio aos outros;
- Perspectiva – minha percepção de que vejo as coisas da minha maneira, minhas crenças;
- Conexão espiritual – minha percepção de conexão com o todo;
- Perceptividade – minha percepção de que posso ser visto, ouvido e sentido;
- Nome – eu sei como sou chamado.

Portanto, quando crio uma personificação de outra pessoa, inconscientemente suponho que ela tem as mesmas categorias de percepção que as minhas. Ao seguir a lista de nove fatores acima, tenho uma ideia do que uma personificação precisa conter para transformá-la em uma representação de um ser humano como eu. Esta lista será suficiente para o propósito de terapia e do trabalho de mudança, mas pode, é claro, ser ampliada para incluir um número maior de outros fatores que, para muitos cientistas, também são típicos da experiência humana, como linguagem, criatividade, lógica, uso de símbolos, uso de analogia, arte, consciência, uso de ferramentas, rituais, etc. Seria uma pena se a discussão sobre o que deveria ou não estar nesta lista viesse a ocupar demais os leitores.

Como cientistas sociais, devemos supor que as pessoas criam personificações com grande facilidade e velocidade sem nem ao menos pensar a respeito. De modo geral, automaticamente supomos que todos os nove fatores estão presentes em um único processo, mas isto não significa que teremos conteúdo em cada uma das catego-

---

\* N.R.: aqui a palavra original é mesmo ‘*self-awareness*’.



rias, talvez algumas ainda fiquem vazias. Por exemplo, talvez não tenhamos nenhuma pista sobre a autoconsciência da outra pessoa, mas, ainda assim, supomos que esta pessoa tem sim, alguma experiência do seu próprio eu. Da mesma maneira, talvez saibamos que a outra pessoa deve possuir uma perspectiva própria, mas podemos não ter ideia sobre como é a sua visão da realidade.

Mas o que acontece quando um ou mais destes fatores está deficiente no conceito que se faz de uma outra pessoa? Como fica quando se pensa que esta pessoa não tem nome? Não tem sentimentos? Ou não tem quaisquer habilidades? Em tais casos, a pessoa é vista como menos do que nós, como estranha, esquisita, má, inferior ou diferente.

A consciência entra em jogo apenas se alguma coisa fora do comum é percebida. Ela é atraída para qualquer raridade e soará o sinal de alarme se um ou mais fatores de personificação estiverem faltando.

O que a falta de fatores de personificação significa para nosso conceito sobre outra pessoa:

FATORES:	O QUE EU ACREDITO SOBRE O OUTRO SE ISSO ESTIVER FALTANDO:
Sem localização:	O outro não existe, não está em nenhum lugar;
Sem habilidades:	O outro é impotente e incapaz;
Sem motivação:	O outro não tem vontade própria;
Sem sentimentos:	O outro é insensível e não tem emoções;
Sem autoconsciência:	O outro é socialmente incapaz, desempenha papéis sociais inapropriados;
Sem perspectiva:	O outro não tem opiniões;
Sem espiritualidade:	O outro não tem conexão espiritual;
Sem perceptividade:	O outro é um fantasma, um espírito ou um deus;
Sem nome:	O outro é um número anônimo.

Alguns sociopatas violentos afirmam que são incapazes de ver as outras pessoas como parte da mesma espécie que eles (Greenspan, 1997). Com frequência, veem a si mesmos como muito superiores às suas vítimas. Soldados nos tempos de guerra são muitas vezes treinados para ver os inimigos como um tipo inferior de criatura,

como invertebrados ou excrementos de invertebrados. Quando, em um conceito social, um ou mais fatores de personificação forem omitidos, chamaremos de ‘despersonificação’. As não-pessoas que são criadas dessa maneira são colocadas fora do panorama social (onde se encontrarão com os lobos e os índios). Em casos de conflitos étnicos, observamos que, quando os sentimentos, motivações e perspectivas dos membros do outro grupo são ignorados, torna-se muito mais fácil ser violento e abusivo com eles.

Crianças que são maltratadas na escola frequentemente reagem fingindo que não se sentem feridas, ignorando quando são chamadas pelo nome. Mol (1998) acredita que isto fortalece a ideia, nas mentes dos agressores, de que sua vítima não tem sentimentos e é estranha de certa maneira. Pode-se ensinar a crianças maltratadas a reagirem com suas emoções no intuito de romper este ciclo de maus-tratos.

As experiências de Diener (1980) com a autoconsciência objetiva mostram que a qualidade e a intensidade da autoimagem de alguém pode, por exemplo, ser influenciada por olhar em um espelho. Uma olhada no espelho impediu que sujeitos da experiência tivessem comportamento agressivo em relação a outras pessoas. Isso implica que saber quem você é pode impedir que esqueça quem os outros são, pode fazer com que as atitudes impessoais se tornem improváveis. O psicólogo social Zimbardo (1970) era fascinado pela maneira como certas pessoas são capazes de tratar outras como números, sem identidade. Ele manipulou a percepção de membros de um grupo experimental colocando sacos de papel com buracos para os olhos em suas cabeças. Descobriu que ocorriam maus-tratos apenas se a vítima fosse percebida como não-única e sem autoconsciência.

Em nossa restauração dos blocos de construção inconscientes da cognição social, talvez possamos concluir que as personificações têm uma estrutura. O conteúdo da informação a respeito de uma pessoa é organizado em uma quantidade de categorias ‘normais’ que não nos surpreendem. Como as personificações são, contudo, estruturas cognitivas muito dinâmicas, adicionar ou omitir fatores de personificação é uma faculdade inconsciente normal. Devido ao fato de que a maior parte da cognição social se origina de um *software* autogerado (ou, em outras palavras, a pessoa cria tudo isso por si mesma, sem a orientação de pais ou professores), é lógico que

grandes variações realmente acontecem. Quanto mais complexo o nível de desenvolvimento social que observarmos, mais diversos os repertórios individuais serão.

### ***1.10 Por que o fator de personificação 'localização' vem primeiro?***

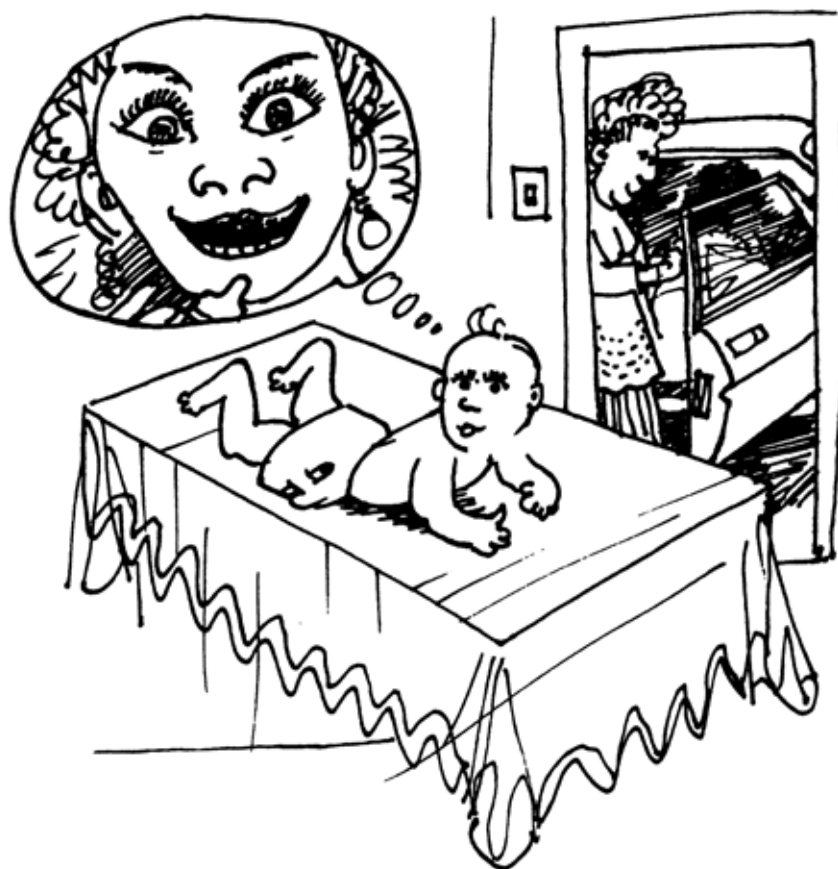
A maioria dos psicólogos do desenvolvimento concorda com Piaget (1965), de que no início o embrião deve ser completamente auto-orientado, não sabendo a diferença entre ele mesmo e o resto do mundo. Mas já no útero uma criança esbarra na primeira fronteira e começa a desenvolver a autoexperiência. Ela descobrirá o fato de que alguns aspectos de sua experiência podem ser manipulados e sentidos de dentro, enquanto outras partes parecem estar lá fora e parecem ser incontrolláveis.

De acordo com Lakoff e Johnson (1999) este processo leva à constatação de que o eu está 'aqui' e tudo mais está 'lá'. A experiência corporal no útero vai transformar a localização no alicerce do pensamento em geral. É por isto que Fauconnier (1997, 2002) enfatiza o 'espaço mental' e Lawley e Tompkins (2000), 'espaço-mente'. Mas o pioneiro da dimensão espacial foi Julian Jaynes (1976), que demonstrou a relevância da ideia com a ajuda do conceito 'gato':

*"Onde você o vê? À sua frente? De um lado ou do outro? Acima ou abaixo do nível dos olhos? Qual sua resposta emocional a este gato? Onde você está vivenciando as sensações deste sentimento? Se você tivesse um diálogo interno sobre o valor de ter um gato, de onde essas palavras parecem surgir? Parece que elas são faladas de dentro ou de fora da sua cabeça?"*

Chegar a entender que estou em uma localização diferente de tudo mais que existe parece ser a tarefa cognitiva mais fundamental. Lakoff e Johnson (1999) afirmam que este conceito é generalizado para 'ser é localização'. Tudo que existe tem seu próprio lugar no universo, e o que não tem um lugar não existe de jeito nenhum. Todo mundo parece aprender isso muito cedo na vida. A teoria de Piaget (1965) sobre a 'permanência dos objetos' indica o mesmo fenômeno. Quando uma criança percebe o fato de que

as coisas continuam a existir quando estão fora de vista, ela passa a procurar por objetos que perdeu. Piaget também observa que, para que isto aconteça, o objeto deve ser representado na memória da criança.



Entretanto, para que a cognição social se inicie, a criança tem que apreender o conceito de 'outras pessoas' também. 'Eu estou aqui e o resto do mundo está lá' provavelmente é aprendido muito antes que uma criança compreenda que 'os outros estão lá como parte do resto do mundo'.

Alguns psicólogos do desenvolvimento (Greenspan, 1997) acreditam que as crianças permanecem sem ter a percepção da diferença

entre elas mesmas e suas mães durante muitos meses. Embriões, de fato, compartilham sua localização com a de suas mães. É após o nascimento que o indivíduo está pronto para descobrir sua posição única no cosmos.

Schaffer (1996) realizou experimentos que sugerem que as crianças aprendem a se considerar seres humanos entre outros seres humanos após os primeiros meses de vida. Portanto, assim como aprender a posição do eu em relação aos outros, a noção de pertencer a um grupo de uma espécie similar é um nível ainda mais alto de conhecimento social básico. Minhas descobertas mostram que a maioria dos indivíduos finalmente representa esta compreensão no formato de uma esfera de personificações ao redor do eu localizado no centro da esfera – seu panorama social.

## ***1.11 Aprendendo a personificar***

A cognição social é aprendida em estágios. Uma maneira de determinar a fase de desenvolvimento de uma criança é observar a maneira como ela brinca com uma boneca. Por exemplo, sua filha usa a boneca dela para martelar no chão enquanto morde suas pernas? Se a resposta é sim, ela provavelmente ainda não personificou a boneca. Se ela começa a falar com a boneca dando a ela uma ‘voz’ própria, então a personificação – Piaget (1965) chama isto de ‘*animação*’ – ocorreu praticamente com certeza. Eu conheço um bebê de oito meses que já faz isto.

Aprender a criar personificações não é um processo que acontece ‘de uma vez’, mas que vai sendo desenvolvido passo a passo. Ele começa quando, aos poucos, encaminha-se à conclusão de que os outros são seres similares ao próprio eu. Ao mesmo tempo os fatores de personificação vão ganhando contornos mais claros. Essas categorias não são transferidas geneticamente nem são aprendidas com outras pessoas. São primariamente extraídas das descobertas individuais espontâneas. Uma pessoa desenvolve sua própria ‘teoria da mente’ – como muitos cientistas chamam hoje em dia o conhecimento inconsciente sobre o próprio pensamento e o pensamento dos outros. Da maneira como Lakoff e Johnson veem, os fatores de personificação derivam de experiências corporais e de outras confrontações com o mundo. Talvez algum reforço adicional

dos pais seja útil no processo de aprender a discriminá-los e nomeá-los. Finalmente, eles serão generalizados em conceitos básicos que terão vida própria sob a superfície da percepção consciente. A pesquisa de Markus, Smith e Moreland (1985) mostra uma tendência geral das pessoas em aplicar aos outros os conceitos que aplicam a si mesmas. Os fatores de personificação formam as bases deste padrão cognitivo social.

Para que o fator de personificação ‘sentimentos e emoções’ ocorra, a corrente contínua de informação cinestésica que chega ao cérebro da criança vinda do corpo tem que ser percebida. Sem jamais dar a menor atenção a isso, uma criança talvez suponha que todas as pessoas têm suas experiências interiores também. Fome, sede, dor e conforto parecem já existir dentro do útero e não é de se admirar que uma criança, sem fazer qualquer reflexão, suponha que o mesmo aconteça com todo mundo.

Baldwin (1987) acredita que as crianças desenvolvem a ideia de que os outros têm sentimentos em seu primeiro ano de vida. De acordo com Greenspan (1997) as crianças acreditam, inicialmente, que suas mães têm sentimentos idênticos aos seus, mas, para sua surpresa, descobrem que é dessa forma apenas ocasionalmente. É encantador imaginar uma criança languidamente deitada no colo de sua mãe, sentindo seu odor, sentindo seu calor, percebendo sua respiração, sentindo seus movimentos e compartilhando seu estado emocional também. Então, após esta sensação de unidade, ela de repente se sente desconfortável e começa a chorar, enquanto sua mãe continua lendo um romance. Instantaneamente, isso se transforma em uma confrontação entre mãe e criança na qual uma grande distinção entre emoções, motivação e perspectiva talvez se torne aparente.

A restauração dos blocos de construção básicos da cognição social inconsciente nos leva da generalização ‘nós somos iguais, mas num outro ponto’ para seu extremo oposto. Em uma fase mais adiantada do desenvolvimento social uma criança aprende (se tudo correr bem) que ‘todos são diferentes, mas compartilham o mesmo planeta’. Esta lição surge naturalmente da confrontação com os outros, que têm diferentes habilidades, motivos, emoções, autoconceitos, perspectivas, conexões espirituais e nomes.

## 1.12 Aprendendo sobre quem somos nós

Será que George H. Mead (1934) estava certo quando disse que a interação com os outros é uma condição necessária para o desenvolvimento do 'eu'? Será que a confrontação com os outros cria de fato o estímulo para que o eu desabroche? Greenspan (1997) sugere que a qualidade afetiva dos relacionamentos com os outros (os pais) é crítica para a formação de um autoconceito estável e positivo. Então, seria verdade que primeiramente você não é nada, até que os outros façam de você 'alguém'?

Ao estudar o assunto, tive que concluir que, quando tudo acontece da maneira como deveria, a criança, no útero, desenvolve um forte núcleo cinestésico do eu. Mais tarde, e especialmente na puberdade, o conhecimento complexo sobre papéis e posições se organizará formando as 'imagens do eu'.

O trabalho com clientes que têm problemas com seus autoconceitos lançou luz sobre a estrutura da autoexperiência. Experimentações sem fim conduziram ao ponto de vista de que um 'sentimento de eu', por um lado, deve ser distinguido de uma 'imagem do eu', por outro lado. Na própria 'autoimagem', a pessoa vê a si mesma da maneira que ela consegue ver os outros, como se estivesse vendo de fora a uma certa distância. É uma imagem generalizada, mostrando como os outros talvez nos vejam. Mas, tal 'autoimagem' é necessariamente uma fantasia, porque uma pessoa não consegue ver a si mesma dessa maneira. Mesmo a imagem no espelho, ou uma fotografia ou um vídeo não nos mostram de forma objetiva. Para criar uma autoimagem temos que compor algo novo com os olhos de nossa mente. A pergunta central do capítulo três é: "Se a autoimagem é uma fantasia, que fantasia funciona melhor para uma pessoa?" É uma questão importante de fato, porque a autoimagem torna possível comparar a si com os outros e, ao fazer isso, nos possibilita avaliar nossas habilidades em relação aos outros: será que somos bons, medíocres ou incompetentes naquilo que fazemos? Ao nos orientarmos com a ajuda de uma autoimagem, podemos encontrar nosso lugar nas estruturas hierárquicas. Ela determina nossa posição, nosso *status* e os nossos papéis sociais.

A função crucial do autoconceito dentro do modelo do panorama social (como seu núcleo) resultou em um capítulo (três) totalmente de-



dicado às suas implicações. Nele, veremos como um terapeuta pode influenciar os elementos inconscientes; como alguém pode tratar os clientes que se queixam de falta de autoestima, que estão confusos sobre quem são ou que falham ao desempenhar seu papel na vida.

### ***1.13 Adquirindo habilidades sociais mais elevadas***

Quanto mais fundo examinamos a estrutura da cognição social, encontramos uma lacuna maior entre a complexidade teórica e a grande facilidade com a qual nós mesmos praticamos estas atividades mentais em nossas rotinas diárias. O que quero dizer ficará claro para você, se me acompanhar até o cinema. Alguém que está assistindo a um filme cria incontáveis personificações sem levantar uma sobrancelha. Você vê um homem com aquela cara de pôquer na tela por não mais que dois segundos, ele não faz nada além de encarar e você diz: “aquele é um assassino em série procurando por uma vítima.” O cinema moderno força o espectador a organizar personificações inteiras a partir de uns poucos enquadramentos do filme e de uma palavra ou duas. Os diretores dos filmes frequentemente se dedicam ao máximo para conseguir que seus atores não façam absolutamente nada. Na telona e em *close-up* qualquer sinal de emoção parece ser demais e é chamado de desempenho exagerado.

A plateia só se diverte se o ator não demonstrar emoção. Quando o ator não demonstra seus sentimentos, é o espectador que tem que fornecê-los. A plateia tem que adivinhar o que está acontecendo dentro do personagem. E isso evita o tédio.

A maioria das pessoas assiste aos filmes em um tipo de transe, muito menos conscientes de si mesmas do que o usual. Esta condição é ideal para a identificação. Sem nem ao menos perceber a plateia, a pessoa cria novas personificações dentro das quais, um minuto depois, estará entrando. O observador se torna aquela personagem e passa a sentir os sentimentos que ele projeta na imagem do ator. Uma película filmada e editada de maneira artística mobilizará a maior parte das habilidades cognitivo-sociais de uma pessoa.

Na internet, vemos as habilidades de personificação sendo demons-



tradas de outra maneira, pessoas estabelecendo relacionamentos de bate-papo com indivíduos 'virtuais'.



No nível da cognição social não há nenhuma diferença entre um relacionamento com um amante virtual e um ídolo real de carne e osso. Entretanto, um indivíduo inteligente se certificará de que o amante virtual é representado de forma suficientemente diferente da coisa real (menor, mais distante e menos nítida), para se assegurar de que a realidade e a fantasia não vão se misturar. Você é inteligente assim?

Meu amigo Theo disse recentemente: “Eu sou muito próximo do meu Mac”. A maioria das pessoas é capaz de personificar surpreendentemente bem e a maioria das pessoas também entenderia imediatamente o que Theo quis dizer. Para aqueles que não compre-

endem, tente as seguintes instruções abaixo para personificar seu computador, segundo o que modeliei a partir da afirmação de Theo.

### **Técnica 1: A personificação de seu computador<sup>19</sup>**

*Indicação: Se você se sente solitário no trabalho.*

1. Dê um nome ao seu computador (o nome secreto do Macintosh do Theo é Maggie);
2. Visualize seu computador em algum local de seu espaço mental. Se quiser um relacionamento mais íntimo com ele, coloque-o mais próximo, tão próximo que ninguém possa entrar entre vocês dois (nem cônjuge, nem filhos, nem bichinhos de estimação);
3. Pense em todas as coisas que seu computador pode fazer – possibilidades ilimitadas;
4. Entre na pele de sua máquina. Comece a imaginar que por um momento você é a máquina e pense sobre o que ela quer, como se sente, o que pensa de si mesma, visualize sua perspectiva do mundo e perceba a que entidades espirituais ela se sente conectada (a máquina está conectada à internet);
5. Permaneça dentro de seu computador e vivencie também suas emoções sociais. Desfrute de alguns sentimentos sensuais calorosos. É isso que ele sente por você!

Na literatura sobre inteligência social, encontramos frequentemente os temas da assertividade e empatia. Merlevede, Bridoux e Van Damme (2001) acreditam que ambas as habilidades são baseadas em ser capaz de perceber diferenças muito sutis na própria experiência interior e perceber os sinais dessas variações nos outros. Ser capaz de reconhecer as próprias emoções (Cameron Bandler, 1986) e de definir sua própria posição (Goleman, 1996) são habilidades necessárias para ser assertivo. Para ser empático é necessário se colocar nas experiências de outra pessoa e entender seus sentimentos e perspectivas. Em outras palavras, ser empático é assumir a posição do outro por um momento.

---

<sup>19</sup> Isso foi incluído no livro como forma de esclarecer o princípio, mas não como sendo um conselho sério para o leitor. Porém, foi baseado em um caso real. O amor de meu amigo Theo por computadores eclipsou sua vida social.

Ao estudar os aspectos espaciais da experiência de empatia, torna-se evidente que devemos entender a expressão ‘entrar na pele da outra pessoa’<sup>20</sup> quase que literalmente. Para conseguir tal feito é necessário imaginar-se realmente como se estivesse na posição do outro. A localização no panorama social onde o outro está projetado marca o ponto onde se deve entrar. Nossa mente consegue facilmente viajar pelo espaço mental e assumir qualquer posição. A identificação com um outro indivíduo significa sair do centro de si mesmo e ir para onde se acredita que o autossentimento do outro está localizado. O deslocamento não precisa durar muito tempo. Quando alguém se identifica, uma pequena porção da mente vai e volta com a informação emocional necessária antes que a pessoa possa notar isso. No psicodrama, Gestalt e hipnoterapia pede-se às pessoas que mudem rapidamente de uma cadeira para outra. A mudança literal de posição é usada para reforçar o processo de identificação quando alguém não consegue fazê-lo por conta própria. Isso também faz com que os sentimentos descobertos sejam mais intensos. A maioria das pessoas consegue fazer isso sem qualquer ajuda, de forma incrivelmente rápida e puramente dentro do mundo da imaginação.

Suponho que a maioria das pessoas socialmente inteligentes consegue fazer estes movimentos mentais, mas geralmente só têm consciência das emoções que são disparadas desta maneira. Por exemplo, minha mãe pode dizer: “Minha vizinha está com medo de que os parentes do marido sintam vergonha dela.” Quando pergunto à minha mãe como chegou a esta conclusão, ela responde: “Eu apenas sinto isto.” Após 88 anos de treinamento social, ela pode *apenas sentir isto*. Para ser capaz de entrar com sucesso na pele de outra pessoa, alguém deve ter pleno acesso ao seu próprio arquivo de experiências emocionais.

Alguns pesquisadores (Schaffer, 1996) sugerem que uma criança que vivenciou intenso contato físico com seus pais é mais capaz de entrar ‘dentro do outro’ mais adiante na vida. A falta de contato físico é tida por muitos psicólogos do desenvolvimento como a causa da inabilidade de ter empatia (Greenspan, 1997).

---

<sup>20</sup> Parece haver células no cérebro, chamadas ‘neurônios espelhos’, que facilitam a imitação do comportamento dos outros.

## 1.14 Habilidades sociais limitadas

As pesquisas parecem indicar que os fatores genéticos são responsáveis pelo fato de as mulheres geralmente serem socialmente mais capazes do que os homens. Será isso um resultado das semelhanças e diferenças dos hormônios do sexo no útero? Fico querendo saber quem vai testar esta hipótese em uma experiência. A maioria de nós terá que concluir, partindo da própria experiência, que há uma graduação das habilidades sociais e as mulheres têm melhor desempenho do que os homens. Na parte mais extrema do espectro masculino, encontramos pessoas diagnosticadas com autismo. As pessoas autistas consideram extremamente difícil compreender os pensamentos e sentimentos dos outros (Baron-Cohen, 1991). Este último, ao observar a diferença dramática de gêneros no autismo (1% do sexo feminino, 99% do sexo masculino), ressalta 'a superioridade feminina na psicologia popular e a superioridade masculina na física popular'<sup>21</sup>.



<sup>21</sup> No polo oposto, crianças afetadas pela síndrome de Williams, uma doença genética, são extremamente boas na socialização, mas deficientes na cognição racional: parece que elas são predominantemente do sexo feminino.

A pergunta é: “Serão os problemas do autismo imutáveis?”. Greenspan (1997) supõe que uma criança com problemas biológicos precise apenas do treinamento social correto para que se assegure o desenvolvimento social bem-sucedido. Ele é da opinião que vivências socioemocionais adicionais vitais deveriam ser oferecidas – conversas gentis, toque, carinho, abraço – para dar suporte a experiências básicas existentes. Ele tem escrito sobre vários casos em que esta abordagem tem sido bem-sucedida<sup>22</sup>.

A pergunta lógica dentro das fronteiras deste estudo é: “Será que o desenvolvimento social lento das crianças autistas pode estar relacionado com uma deficiência em suas autopersonificações?”. Será que não conseguem perceber suas próprias emoções, por exemplo, ou suas próprias perspectivas e sentimentos de si mesmas? Se você não consegue reconhecer suas próprias motivações, será pouco provável que reconheça com facilidade as motivações das outras pessoas. A falta de fatores de personificação na própria autopersonificação deve resultar em omissão sistemática destes nas personificações dos outros. Se for o caso, então as crianças autistas devem primeiro treinar a si mesmas a diferenciar e a personificar a si mesmas, para que sejam capazes de aprender a fazer o mesmo com os outros. Há algumas evidências de que crianças autistas podem melhorar sua habilidade em relação a isso com apoio suficiente (Lammers, 2000; Mol, 2001). Também, vemos atualmente uma diferenciação entre o diagnóstico de autismo e da síndrome de Asperger. Por um lado há pessoas autistas com atraso mental, enquanto que, por outro lado há gênios criativos entre eles. Fitzgerald (2004) menciona Wittgenstein, Valera e Ramanujan como exemplos do último caso, detentores de grande habilidade de objetificação com muito pouco interesse em personificação.

## ***1.15 Observações finais***

O modelo do panorama social é uma ferramenta para analisar e resolver problemas da vida social. O modelo adota imagens de

---

<sup>22</sup> Vários especialistas em pedagogia estão convencidos da natureza genética (e, consequentemente, da incurabilidade) do autismo. Estão tão convencidos que mesmo quando uma criança que havia sido diagnosticada anteriormente como autista deixa de ter este diagnóstico, preferem falar sobre falha no diagnóstico a falar sobre cura.

peçoas, chamadas de personificações, como seus elementos. As mudanças em uma personificação são realizadas no nível de seus componentes, os 'fatores de personificação'. Definimos a localização como o fator de personificação primário; uma mudança na localização necessariamente modificará o relacionamento envolvido. É muito frequente que um terapeuta precise mudar primeiro um dos outros fatores de personificação para que possa mudar a localização de uma personificação no panorama social de alguém. A teoria da personificação, da maneira como foi abordada neste capítulo, descreve os elementos básicos que compõem a cognição social inconsciente. Este capítulo também lança alguma luz sobre as implicações desta teoria na vida social cotidiana e sobre seu uso em terapia.

De certa forma, este capítulo foi bastante filosófico. Os próximos capítulos serão, em contraste, bastante práticos.

## Capítulo 2

### *O modelo do panorama social*



## **2.1 Personificações no espaço mental**

Quando concebi a ideia central deste livro, pensei em nomes como ‘esfera social’, ‘psicotopografia’ e ‘sociogeografia’. Finalmente, escolhi ‘Panorama Social’ – uma paisagem de 360° repleta de imagens sociais.

No Capítulo 1, introduzi os elementos que compõem esta paisagem, os cinco tipos de personificações. Também expliquei que estas unidades ganham o seu significado socioemocional a partir de sua localização no espaço mental. Este capítulo trata dos padrões espaciais específicos que se formam, da implicação na vida social e de como melhorá-los através de terapia.

Antes de compreender os padrões, eu via os clientes sofrendo de sintomas incompreensíveis e complexos, sem nenhuma pista sobre o que procurar ou o que fazer a respeito. Eu absolutamente não percebia as criações sociais cognitivas que se escondiam diante dos meus olhos e jamais imaginaria o que a minha pesquisa sobre esta paisagem poderia significar para a educação, o *coaching* e a psicoterapia.

Na semana passada, atendi uma cliente chamada Frederique que sofria de fobia generalizada da vida, de estado de depressão e de extrema falta de autoconfiança. Comecei imediatamente a explorar seu espaço mental. Com a ajuda de seu modelo de panorama social, descobri que ela tinha quatro personificações localizadas dentro dos limites de seu corpo: sua mãe, seu pai, seu avô abusivo e seu namorado. Na última década, descobri que isso pode causar os tipos de sintomas graves dos quais Frederique estava sofrendo. A melhor coisa, a respeito de fazer o levantamento do estado atual do panorama social, é que ele fornece orientações claras para ajudar a solucionar emaranhados deste tipo.

## **2.2 O centro e a escala**

O tamanho do universo ultrapassa até mesmo a imaginação de pessoas que pensam em escalas extremamente amplas como o físico Stephen Hawking. Ele é um especialista na idade e no tamanho do



universo – que é estimado em quatorze bilhões de anos-luz, com uma diferença para mais ou para menos de três bilhões de anos-luz ou algo semelhante. Mas se fôssemos perguntar a ele quais as dimensões do espaço mental no qual ele representa a humanidade, Hawking provavelmente seria capaz de nos responder de forma muito mais exata e, se empregássemos com ele as técnicas de imaginação certas, o cientista também seria capaz de definir a localização de cada personificação. Dada esta condição técnica, é possível para praticamente qualquer pessoa fornecer uma descrição precisa do seu panorama social.

Mesmo se apenas perguntássemos a uma pessoa: “Onde você percebe seu pai, seu chefe ou sua mãe?”, geralmente obteríamos respostas úteis, por exemplo: “Sim... aqui em cima”, “Aqui dentro”, “Lá adiante” ou “Cerca de sete metros à minha frente”, e todas estas respostas viriam apoiadas por movimentos de cabeça e gestos muito claros.

Vários anos de questionamento sistemático me ensinaram que muitas pessoas vivem cercadas de centenas de metros cúbicos de representações sociais, enquanto algumas poucas exceções comprimem toda a humanidade dentro dos limites apertados de seu próprio corpo. No decorrer de minhas observações cheguei à conclusão, ainda não testada, de que o tamanho do panorama social de uma pessoa é um traço básico da personalidade que corresponde à sua posição na sociedade. Entretanto, antes de podermos testar esta ideia, devemos primeiro estabelecer qual é o ponto de origem do panorama social, o ponto a partir do qual devemos começar a medir.

Como no caso de Frederique, muitos clientes projetam ‘personificações de outros’ dentro dos limites de seu próprio corpo. Esta observação nos força a concluir que o núcleo do panorama social é menor do que o corpo. Também levanta a questão sobre se há um centro natural nos panoramas sociais das pessoas. Seria ele o ponto para o qual as pessoas tendem a apontar quando falam do ‘eu’? Será que é a mesma localização a partir da qual elas vivenciam seus relacionamentos? Existe um ponto que atua como o centro subjetivo de tudo isto?

Para responder estas questões, perguntei a todos à minha volta qual era a localização do seu ‘eu’. A partir desta pesquisa, surgiu a noção

do ‘eu-cinestésico’, que em linguagem comum é chamado de ‘sentimento de eu’ ou ‘centro do eu’. O eu-cinestésico é a área no corpo que tem a mais forte associação com a vivência ‘eu’ e é encontrada com maior frequência no estômago ou no peito. Este ponto é o lugar de origem. É o núcleo do nosso casulo social ou, em linguagem da astronomia, podemos dizer que é o sol do nosso sistema solar social. Os planetas nesta configuração ficam, entretanto, relativamente estáveis, são imagens sociais generalizadas que, ao contrário dos planetas físicos, permanecem fixas no lugar, não giram, rodam ou seguem uma órbita.

Agora que tal conceito ficou estabelecido, o centro ficou claro e o panorama social incluiu um ‘eu’. Vamos discorrer sobre as implicações de incluir o eu no panorama social no Capítulo Três.

## ***2.3 Encontrando a localização de uma personificação***

Pensamos constantemente em pessoas, e quando fazemos isso imagens e diálogos internos vêm acompanhados por sentimentos, os quais, por sua vez, podem trazer à tona novas ondas de cognição social. Nossas cabeças são como teatros de marionetes em que centenas de personificações desempenham seus papéis, segundo infinitas variações.

O íntimo envolvimento da memória com todo o pensamento social levou os psicólogos sociais ao conceito de ‘memória pessoal’\* (Fiske & Taylor, 1991; Martin & Clarke, 1990; Ostrom, 1989). Este conceito sugere – provavelmente sem justificativa – a existência de uma parte especial do cérebro que se ocupa da informação social.

A teoria sobre ‘memória pessoal’ nos confronta com o abismo que há entre pesquisa acadêmica e prática terapêutica. Saber que as pessoas lembram umas das outras é de muito pouca utilidade para um terapeuta em seu trabalho porque, exceto na geriatria, amnésia raramente é a questão. A inabilidade humana de esquecer as personificações que estão incomodando é o que causa a maioria dos

---

\* N.R.: do original ‘*person memory*’, sem tradução precisa para o português.

problemas. Uma vez que uma marionete esteja no teatro, você não pode retirá-la, e quando um cliente está bloqueado por uma destas personificações inesquecíveis, a primeira coisa a fazer é encontrar sua localização. Após descobrir onde ela está você pode começar a procurar maneiras de removê-la deste local. A maioria das intervenções neste livro são simplesmente maneiras de mudar personificações para lugares melhores no panorama social do cliente. Portanto, a ferramenta principal de diagnóstico na terapia baseada no panorama social é encontrar as localizações das personificações problemáticas. É por isso que uma das perguntas recorrentes neste livro é: “Onde esta personificação problemática está localizada? Onde você a vê, ouve ou sente?”

Descobrir onde uma determinada personificação está localizada no panorama social de alguém pode ser muito simples. Sem nem mesmo ser questionado, o sujeito pode espontaneamente apontar para o local enquanto estiver falando da personificação, ou pode ser que a direção do seu olhar indique a resposta. Mas como foi dito acima, com frequência podemos obter informações confiáveis simplesmente perguntando: “Pense em John – onde você o vê em sua mente?”<sup>23</sup> Se quiser ter certeza, utilize as Técnicas Dois e Três.

## **Técnica 2: Encontrando a localização em meio a toda a humanidade**

### *Indicação: Localizar personificações*

1. Defina qual é a personificação (por exemplo, John) da qual você quer encontrar a localização;
2. Peça ao sujeito que feche os olhos;<sup>24</sup>
3. Peça a ele que imagine todas as pessoas do mundo;
4. Peça a ele que imagine estar rodeado por todas as pessoas do mundo;
5. Peça a ele que pense na personificação relevante (John) em meio a todas as outras;
6. Peça ao sujeito, antes que ele abra os olhos, que aponte o lugar em que ele percebe aquela personificação.

<sup>23</sup> Para mais informações sobre as desvantagens deste método veja o Capítulo 6.

<sup>24</sup> Aqui você poderia utilizar uma indução hipnótica breve ou dizer: “Imagine que você está em seu lugar predileto”. A partir da fantasia do local predileto, os passos em direção à exploração do panorama social são dados facilmente: “Sente-se. Pense em todas as pessoas que você conhece...”

### **Técnica 3: Usando o contexto e o sentimento problemático para encontrar a localização**

*Indicação: Localizar personificações*

1. Defina de qual personificação (por exemplo, Judy) você quer encontrar a localização;
2. Peça ao sujeito que feche os olhos;
3. Peça que perceba o contexto social relevante ao relacionamento com a personificação (Onde é que Judy incomoda você? Na família, no trabalho ou no jardim de infância?);
4. Peça que traga à tona o sentimento (problemático) que pertence ao relacionamento com aquela personificação;
5. Peça à pessoa que preste atenção neste sentimento (problemático);
6. Pergunte à pessoa onde ela percebe (vê) a personificação;
7. Peça ao sujeito, antes que ele abra os olhos, que aponte a localização em que ele percebe esta personificação.

Como forma de acompanhamento para as duas abordagens é útil que o pesquisador ande até o local indicado e peça ao sujeito que guie suas mãos e dedos até a localização exata da personificação, determinando com precisão distância, direção, nível dos olhos e direção do olhar. A melhor maneira de obter dados realmente confiáveis é quando o pesquisador movimenta suas mãos intencionalmente para fora da marcação de forma que o sujeito tenha o impulso de corrigir: “Um pouco mais alto... Não, não, assim está alto demais!” Nestes momentos as pessoas demonstram seus níveis de certeza inconsciente. É mais frequente do que raro que as sessões de panorama social comecem com os clientes se sentindo totalmente inseguros sobre o que veem ou sentem, mas antes que você mesmo perceba já não têm mais nenhuma dúvida e conseguem explicar com muita precisão, na escala dos centímetros, onde as personificações importantes estão localizadas.

#### *2.3.1 Explicação das Técnicas Dois e Três*

Na *Técnica Dois*, quando usamos ‘toda a humanidade’, o sujeito deveria ser encorajado a se sentir em meio a todas as pessoas do

mundo (associação<sup>25</sup>) e prevenido a não observar à distância (dissociação). Através dos passos da Técnica Dois, os sujeitos são levados do âmbito geral da humanidade ao exemplo concreto de uma única personificação. Este procedimento permite ao sujeito fazer um ‘zoom’ para dentro do nível apropriado de abstração, que é o nível do ‘relacionamento’. É o nível crítico para a maior parte do trabalho de panorama social. Relacionamentos, entretanto, não têm uma existência física – eles são construções mentais na forma de conceitos generalizados que são originados a partir de interações concretas do dia a dia. Por exemplo, lembrar da imagem mental de seu irmão no momento que ele se casou com quem agora é a sua ex-mulher é bastante concreto, é uma fotografia mental de um momento histórico de interação. Você também pode ter uma percepção geral de ‘meu irmão como um ser humano’, sem estar ligado a um lugar ou a um tempo determinado. Pode-se dizer que esta última é uma ampla generalização a respeito de quem é seu irmão. Portanto, se quisermos trabalhar com seu relacionamento com seu irmão, precisaremos encontrar tal generalização. ‘Todas as pessoas do mundo’ nos ajudam a sintonizar o nível correto de abstração.

A *Técnica Três* (usando o contexto e o sentimento problemáticos) é atualmente a mais popular entre os terapeutas, embora o cliente tenha que ser capaz de se lembrar de um exemplo claro da emoção social problemática – como a raiva a respeito do comportamento de Judy, um sentimento específico de ciúmes ou um sentimento específico de amor. Na maioria dos contextos terapêuticos esses sentimentos são fáceis de encontrar.<sup>26</sup>

O que acontece quando utilizamos a Técnica Três é bastante complicado. Quando ajudamos o sujeito a acessar o sentimento problemático (passo quatro), podemos estar certos de que o sentimento está associado a imagens relevantes. Teorias cognitivas atuais sugerem que a imagem de uma pessoa sempre é ativada quando falamos sobre ela. Esta imagem, entretanto, está abaixo do limiar da consciência e pode não estar, necessariamente, na mesma localização da

---

<sup>25</sup> Nos termos de Bandler e Grinder (1979), é uma experiência com associação visual-cinestésica. (N.R.: corresponde a uma representação interior na qual o sujeito imagina-se vivendo a fantasia, inserido nela, e não como espectador de sua fantasia.)

<sup>26</sup> Um erro frequente é perguntar: “Onde você coloca John?”, levando o cliente a pensar sobre ‘colocar ativamente’ ao invés de ‘encontrar passivamente’.

personificação; de fato pode ser qualquer imagem daquela pessoa. Quando alguém focalizar a emoção social problemática (passo cinco) será necessário primeiro acessar a imagem relevante. Uma vez que o sentimento tenha sido ativado, torna-se mais fácil ter acesso a *flashes* conscientes das imagens que de fato desencadeiam o sentimento (Dilts & DeLozier, 2000; Bandler & Grinder, 1997). A localização pode ser apontada claramente a partir de um ‘sentimento problema’ intensificado.

## ***2.4 Mas nem sempre é tão fácil assim***

O uso da Técnica 3 pode gerar alguma confusão no caso dos sentimentos-problema serem ‘sentimentos misturados’ resultantes de conflitos interiores. Se for este o caso, a pessoa pode encontrar representações duplas, imagens localizadas dentro dos limites do corpo, imagens embaçadas ou instáveis.<sup>27</sup>

Em outras situações que alguém tem dificuldades para perceber a localização, isso frequentemente pode ser resultado de duas coisas:

1. A pessoa não entendeu a pergunta, ou
2. A pessoa está fazendo um esforço excessivo para se abrir à informação inconsciente e isto faz com que ela não consiga percebê-la conscientemente.

Refazer a pergunta com outras palavras pode resolver o primeiro problema. Diminuir as expectativas solucionará o segundo. Tudo que o terapeuta tem a fazer é dizer algo do tipo: “Apenas se solte um pouquinho”, “Não é tão importante assim”, “Veja o que surge”, “Por mim está tudo bem”, “Apenas diga o que você acha que pode ser”, “Isso já está bom o suficiente”, ao mesmo tempo em que se certifica de que isso é acompanhado de sinais não-verbais de relaxamento.

Muitas vezes cometi o engano de pensar que o cliente havia compreendido mal minhas perguntas por ter me dado respostas estranhas. Repetidas vezes o que havia acontecido na verdade é que o cliente havia me entendido perfeitamente bem e havia dado uma

---

<sup>27</sup> Nestes casos, devemos incluir a possibilidade de mais localizações.

resposta muito precisa, mas era uma resposta que não se encaixava em minhas limitadas expectativas. Hoje em dia, tenho a tendência de levar a sério qualquer resposta e passei a acreditar que, no espaço mental, uma pessoa pode encontrar personificações por toda parte.



Quando estiver procurando as localizações das personificações com seus clientes, a exatidão da cognição social inconsciente provavelmente lhe surpreenderá tanto quanto ainda me surpreende. Alguém, após ter sido surpreendido tantas vezes, tem que pressupor algumas coisas. Primeiro, que o sistema social inconsciente operante gera panoramas sociais para todos os contextos relevantes. A pergunta, "*Você pode imaginar que está no trabalho?*", ajuda a



penetrar no panorama social daquele contexto específico. Segundo, além de pressupor que os panoramas sociais são gravados por ‘contexto’ devemos pressupor que estão inseridos na história de vida do sujeito. Os panoramas sociais se desenvolvem e mudam através de toda a vida da pessoa, o sistema social operante não apenas cria novas versões atualizadas, mas também parece guardar gravações de todas as versões anteriores. Tente por um momento: lembre-se de seu aniversário de cinco anos. Investigue onde se encontra a personificação de sua mãe em meio a toda a humanidade.<sup>28</sup>

Para a maioria dos sujeitos não é difícil imaginar a si mesmo quando era mais novo e lembrar-se do próprio panorama social naquela época. Devo dizer que, após dez anos, ainda acho difícil acreditar na precisão e quantidade de detalhes que os sujeitos geralmente demonstram. Minha mente consciente simplesmente não consegue apreender que a mente inconsciente realmente tem um conhecimento tão rico e detalhado.

A pergunta: “Onde está sua mãe?”, às vezes é respondida com: “Lá adiante”, “Na cozinha preparando a comida”, “Ela está sentada ao meu lado à mesa” ou “Ela vive em Amsterdã, que fica mais ao norte”. Este tipo de resposta inclui descrições históricas concretas em que a topografia dos países, cidades, casas, jardins e mesas obscurecem nossa visão do panorama social. O sujeito não está funcionando no nível abstrato dos relacionamentos, mas no nível concreto das interações e situações históricas ou geográficas. É crucial que os pesquisadores e terapeutas prestem atenção a isso<sup>29</sup>.

Pode ser que exija um esforço considerável da parte do terapeuta retirar uma pessoa deste nível concreto, especialmente quando ela aprendeu em outros tipos de terapia que o foco deveria ser em reviver experiências traumáticas concretas.

Às vezes é preciso explicar a diferença e pedir que a pessoa pense na ‘ideia geral de mãe’. Em outras ocasiões é útil virar o sujeito 180° e perguntar a ele novamente: “E onde está sua mãe agora?”. Quando a personificação envolvida muda também, pode indicar que a localização está no nível dos relacionamentos. Em outras palavras, o

---

<sup>28</sup> Veja ‘localizações compartilhadas’ no Capítulo 6.

<sup>29</sup> Veja o método das constelações no Capítulo 6.



panorama social, com todas as suas personificações, vira junto com a pessoa – se a mãe dele está a sua frente, ela se moverá de forma a continuar em frente ao nariz do cliente.



Em muitos casos, mesmo quando tinha fortes dúvidas a respeito do nível de abstração, decidia continuar como se a localização dada fosse correta. Na maioria das vezes, um pouco mais tarde, o cliente corrigia a si mesmo e tudo ficava esclarecido. Para o relacionamento terapêutico é melhor nunca desqualificar nada que o cliente diga ou faça. Mesmo quando você tem certeza de que a resposta está errada, aceite, elogie o cliente e continue a partir dali na direção correta.

Um conselho geral para qualquer praticante que queira trabalhar com o panorama social é primeiro pedir que o cliente encontre as localizações de personificações não problemáticas. Uma vez que a

pessoa tenha encontrado a localização do seu melhor amigo ficará fácil encontrar aquelas das pessoas mais difíceis, pois ela já vai estar sintonizada no nível de abstração correto.

Na introdução deste livro, pedi ao leitor que encontrasse a localização de uma pessoa amada. Esta é uma de minhas maneiras favoritas de introduzir o panorama social para os clientes, assim como para grupos. Uma aplicação terapêutica direta desta abordagem pode ser encontrada no trabalho com casais. Os parceiros são instruídos a encontrarem a personificação um do outro, ambos em pé com os olhos fechados. Após terem encontrado a localização do parceiro no panorama social aqui e agora, devem tentar fazer a mesma coisa historicamente. Para isso precisarão lembrar-se do sentimento de estar apaixonado, como estavam no início do relacionamento. Ao comparar as mudanças e diferenças nas localizações, os clientes frequentemente se tornam capazes de descobrir qual posição espacial será a mais apropriada para o futuro.

## ***2.5 Reconhecendo padrões nos panoramas sociais***

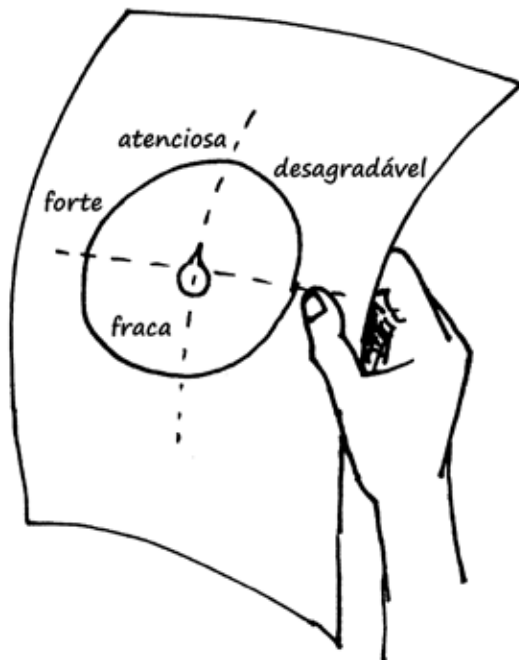
O modelo do panorama social veio a existir principalmente através de dados clínicos. A exploração sistemática de um aspecto específico (neste caso o aspecto social) da experiência subjetiva de uma grande quantidade de clientes de terapia é um misto de pesquisa quantitativa e qualitativa. Esse tipo de coleta de informação foi chamado de ‘modelagem de população’. Entretanto, nem todas as perguntas que surgem a respeito da dimensão espacial podem ser respondidas desta maneira.

Lakoff e Johnson (1999) sugerem que: quando seres humanos compartilham uma classe específica de experiências corporais, desenvolvem conceitos básicos idênticos a partir delas e, portanto, constroem metáforas similares através das quais viver. A partir desta visão surge uma questão desafiadora: será que o panorama social é um fenômeno psicológico comum? Será que, de fato, todos os seres humanos representam a realidade social de uma forma semelhante?

Como psicólogo social, costumava pensar se seria capaz de projetar

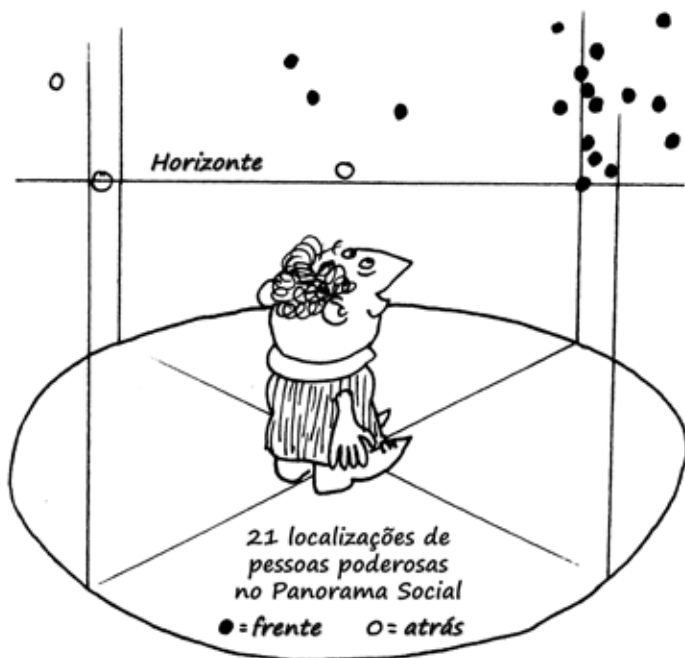
experimentos para testar se os panoramas sociais eram universais e também para descobrir como alguém poderia contar e mensurar as similaridades e diferenças dentro de uma população. Então, preparei vários estudos-piloto quantitativos para investigar tais perguntas. Descrevo-os neste livro para dar suporte à compreensão do leitor e também como um ponto de partida para os colegas que queiram pesquisar o campo da cognição social inconsciente.

Em 23 de maio de 1993, realizei o primeiro experimento. Meus sujeitos eram vinte e quatro estudantes de terapia, nenhum deles tinha familiaridade com o conceito de cognição social e representação espacial. Foi pedido, em grupo, que localizassem quatro tipos de pessoas (desagradável, atenciosa, fraca e forte) no espaço ao redor e então que marcassem as localizações correspondentes em um diagrama especial que lhes foi fornecido. O diagrama consistia em um esquema no qual o 'eu' estava desenhado no centro. Os sujeitos podiam indicar colocando uma letra, na área ao redor do 'eu', onde percebiam estas diferentes categorias de pessoas. Para tornar possível mostrar quão acima ou abaixo do nível dos olhos estes quatro tipos de pessoas estavam posicionadas foi desenhado um amplo círculo ao redor do 'eu' para marcar o horizonte.



Três dos vinte e quatro sujeitos não se acharam capazes de expressar o pedido com clareza suficiente em duas dimensões. Vinte e um conseguiram fazer, mas tiveram dificuldade em diferenciar entre alto e baixo e distante e perto.

A questão dada foi: “Onde você colocaria as pessoas desagradáveis, atenciosas, fortes e fracas – à direita ou à esquerda, lá atrás ou na frente, no alto ou embaixo, distante ou próximo? Use as letras D, A, F1 e F2 para marcar o ponto”. Dava-lhes tempo suficiente para pensarem a respeito. Eu me recusava a responder quaisquer perguntas sobre o que ‘forte’, por exemplo, significava exatamente – queria que suas respostas fossem determinadas apenas pelas suas próprias interpretações das palavras. O padrão de resultados para pessoas ‘fortes’ é mostrado na ilustração.



Metade dos sujeitos colocou as pessoas desagradáveis em frente e a outra metade as colocou atrás. As pessoas desagradáveis localizadas atrás foram colocadas num ponto mais baixo do que aquelas à frente e apenas duas em onze foram situadas abaixo do horizonte. Todos colocaram as pessoas atenciosas à frente, sendo que uma maioria de dois terços as posicionou ao lado direito e levemente abaixo.

Dezenove das vinte e uma colocaram as pessoas fracas abaixo do horizonte, das quais dezesseis as posicionaram atrás, à esquerda (abaixo). Em comparação, onze em vinte e uma colocaram as pessoas fortes no meio, no alto e em frente.

Em junho do mesmo ano, repeti o exercício com um grupo de cinquenta e um estudantes que, da mesma maneira, não estavam familiarizados com os conceitos. A pergunta que lhes foi feita foi ligeiramente reajustada, sendo formulada assim: “Qual ponto no espaço ao seu redor – esquerda direita, atrás, à sua frente, acima, abaixo, distante, perto – você associa a pessoas desagradáveis, atenciosas, fortes e fracas”? Os resultados foram semelhantes àqueles do primeiro estudo-piloto. Aqui, também, os sujeitos tiveram dificuldade para expressar um assunto tridimensional em um desenho bidimensional.

Em 2 de dezembro de 1993 e 11 de março de 1994, realizei outros dois experimentos. Nestas ocasiões, me utilizei de uma fita circular de papel no qual os sujeitos podiam escrever na parte de dentro.



Os sujeitos tinham que se imaginar no centro deste anel. Um horizonte foi desenhado no meio, pelo lado de dentro, e quatro direções foram indicadas – frente, esquerda, direita e atrás. Esta fita de papel tornou muito mais fácil indicar a direção correta. Pedi que eles estimassem a distância no que chamamos de ‘metros mentais’. Os sujeitos responderam usando uma letra A (atenciosa) e um número 5 (cinco metros de distância). Em ambos os experimentos o método produziu dados muito mais claros. Os resultados foram, entretanto, de caráter bastante similar àqueles dos estudos-piloto iniciais.

## **2.6 Padrões gerais**

Os estudos-piloto acima e minhas outras observações me permitem inferir as seguintes conclusões:

1. A instrução de representar as pessoas através de sua localização é compreendida fácil e intuitivamente, o que, com as descrições espaciais que aparecem espontaneamente em clientes de terapia e na maioria das pessoas, dá suporte à hipótese sobre uma tendência geral de codificar o mundo social no espaço mental.
2. As semelhanças entre os indivíduos sugerem a existência de padrões universais em como o mundo social é representado. Os padrões têm em comum o fato de parecerem ser ‘muito óbvios’ para a maioria das pessoas. Parece que se originam diretamente da forma que a realidade social se apresenta para todos nós e de como a exposição repetida e prolongada faz com que criemos generalizações sobre ela a partir da mais tenra infância.<sup>30</sup>

Além dos padrões que se aplicam exclusivamente ao domínio social, há vários outros de natureza mais básica que se aplicam ao domínio físico: ao mundo das coisas. Poderíamos chamá-los de ‘padrões universais de objetificação’. Já discutimos de forma breve a objetificação (Ötsch, 2001) no Capítulo 1. Nele, a personificação foi apresentada como sendo um caso especial de objetificação: pessoas são coisas que pertencem a uma categoria especial. ‘Objetificação’

---

<sup>30</sup> Veja Greenspan (1997) sobre a psicologia do desenvolvimento.

é o nome dado à representação mental de objetos. E no Capítulo 1, discutimos os fatores de objetificação: que propriedades devem estar presentes para fazer de algum conceito a representação de algo? Afirmamos que, para ser considerado algo, um conceito deveria incluir uma localização (deve-se pensar nele como algo que está em algum lugar no cosmos). É necessário que ele seja visto como algo que tem volume, superfície, peso, tamanho e cores. Se for este o caso, o conceito também obedecerá a um conjunto de outras regras que são baseadas nas primeiras. Chamamos tais regras de ‘padrões universais de objetificação’. Para citar alguns destes padrões universais:

- O tamanho de uma objetificação depende da distância e da altura;
- As objetificações grandes atraem mais a atenção do que as pequenas;
- Quanto mais centralizada uma objetificação estiver representada, mais importante ela é;
- Quanto mais próxima uma objetificação estiver representada, mais impacto ela terá;
- Uma objetificação em primeiro plano recebe mais atenção;
- As objetificações tendem a ser representadas como se estivessem apoiadas no chão;
- Uma parte do objeto representa a coisa toda.

Estes padrões comuns estão fortemente relacionados com o trabalho de Richard Bandler (1987), que descreve as chamadas ‘submodalidades’, com as ‘Leis da Gestalt’ e com as leis das imagens eidéticas de Akhter Ahsen (1968, 1972). Todas elas compartilham a noção de que existem caminhos para formular um conjunto de regras, de acordo com as quais todo o conteúdo cognitivo se estrutura.

Neste estudo, iniciamos descrevendo um conjunto adicional de padrões que se aplica somente às personificações. Os aspectos comuns que foram descobertos na maneira como você vivencia as pessoas em sua mente são:

### *Distância*

- As pessoas que ama e com quem se importa são representadas próximas a você;
- Você pode sentir a temperatura corporal das pessoas que estão próximas.

### *O centro da atenção*

- As pessoas importantes atraem sua atenção e serão posicionadas no centro.

### *Tamanho*

- Pessoas grandes e fortes podem colocar você numa posição de impotência;
- Pessoas grandes e fortes podem proteger você;
- Pessoas grandes e fortes podem tomar coisas de você.

### *Direção e orientação do olhar*

- As pessoas que querem algo de você olharão para você;
- As pessoas que o apoiam frequentemente ficam em pé atrás de você;
- As pessoas que têm um objetivo parecido ficam ao seu lado.

Estas percepções são compartilhadas pela maioria dos indivíduos e conduzem a um sistema comum na maneira como as pessoas representam as personificações em seus panoramas sociais. O oposto destes padrões geralmente é verdadeiro também, por exemplo: as pessoas que você não ama e com as quais não se importa são avistadas a uma distância maior. De qualquer maneira, distância, tamanho e orientação possuem realmente um grande significado social para todos nós.

## ***2.7 Mudando as dimensões básicas do panorama social***

Satisfazer a própria curiosidade ou ter um contato melhor com outras pessoas, ambas são razões muito boas para se estudar os panoramas sociais, entretanto, consultores de empresas, *coaches* e psicoterapeutas podem ter muitas outras razões para fazer isto. Entre elas está o fato de que alguns clientes têm atitudes muito limitantes em relação à humanidade de um modo geral. Por exemplo, um



cliente pode se sentir totalmente isolado de toda a humanidade ou até mesmo alienado, abandonado. Alguns podem constantemente se sentir impotentes e dependentes, inferiores a todo o mundo. Outros, talvez, sejam o extremo oposto, comportando-se de maneira arrogante e se considerando superior a todos os demais.

Uma investigação dos panoramas sociais de tais clientes talvez mostre precisamente como criam este tipo de atitude geral causadora de tantos problemas. A distância que há entre eles e a humanidade como um todo, ou a elevação de todas as outras pessoas em relação à sua própria estatura, podem facilmente ser relacionadas com suas atitudes em relação à humanidade. Logicamente tal compreensão leva a ideias sobre como as coisas poderiam ser melhoradas.

Nesta seção, descreverei brevemente como as dimensões básicas do panorama social de uma pessoa podem ser alteradas. Estas técnicas são bastante simples e foram construídas diretamente sobre tudo aquilo que já foi discutido. Mas a respeito de que tipo de técnicas estamos falando?

Richard Bandler (1987) desenvolveu um método para mudar as qualidades de qualquer tipo de experiência subjetiva (ele chamou de ‘trabalho com submodalidades’). Para isso empregou sugestões diretas (Andreas & Andreas, 1989). Por exemplo, se houver necessidade de cores em uma determinada imagem, o terapeuta pode simplesmente sugerir ao cliente, “Então, por que não adicionar um pouco mais de cor a esta imagem?”. Ou, quando a distância deve ser diminuída, “traga isso para mais perto”. O sucesso deste tipo de sugestões diretas realmente depende da habilidade do cliente em segui-las, mas, como o trabalho de dezenas de milhares de terapeutas por todo o mundo tem demonstrado, a capacidade humana de mudar tais qualidades sensoriais parece ser praticamente ilimitada.

Devemos assumir que as pessoas mudam automaticamente as qualidades sensoriais de suas representações mentais sempre que uma mudança no significado acontece. O fato implica que os seres humanos estão constantemente fazendo as coisas ficarem maiores, mais coloridas, mais claras, etc. Obviamente, também inclui suas imagens sociais. Trazem as personificações para mais perto, trocam de lado ou mudam sua estatura sempre que os relacionamentos se alteram. Independentemente de quão amplo e profundo seja o po-

tencial humano para mudar as qualidades sensoriais em sua própria experiência subjetiva, o potencial frequentemente falha e as pessoas precisam de ajuda. Existem duas razões para isso:

- a) As pessoas tomam suas imagens mentais como algo verdadeiro e não conseguem controlá-las conscientemente com facilidade, portanto, com frequência, precisam de uma outra pessoa que sugira as mudanças;
- b) A outra razão pela qual as pessoas não conseguem mudar facilmente suas próprias representações mentais tem relação com a coerência interior. Podemos afirmar que uma pessoa compreende as coisas de uma forma própria e particular a partir de seu próprio modelo da realidade. Isso produz todos os componentes do seu *software* mental, então tudo aquilo que uma pessoa acredita, quer, valoriza ou teme desempenha um papel nos formatos que suas imagens mentais adquirem\*. O conteúdo cognitivo é interconectado sistemicamente de tal modo que uma mudança em uma parte pode alertar (N.R.: acionar, informar) outras partes que se oponham àquela mudança. As formas e configurações que as imagens mentais assumiram ao longo do desenvolvimento de uma pessoa são resultado de um tipo de ‘consenso’ entre todos os subsistemas do *software* mental da pessoa, qualquer mudança na qualidade das características sensoriais (cor, distância e tamanho, etc.) dará à imagem um novo significado e pode haver partes da personalidade que resistam à mudança, porque elas não gostam deste novo significado. Mudanças nas qualidades sensoriais de uma determinada imagem podem causar conflitos instantâneos com outras partes da personalidade que tentarão ‘desfazer’ a mudança se puderem.

Quando este tipo de resistência interior acontece, o cliente pode notar que uma alteração específica nas qualidades sensoriais não

---

\* N.R.: do original “We may state that, as every aspect of a person’s mental software is involved in the way he sees things the way he does, everything a person believes, wants, values or fears plays a role in the shapes his mental images take.” Também pode ser traduzido por “Nós podemos afirmar que, como todo o componente do *software* mental de uma pessoa está envolvido na maneira como ela vê as coisas da forma que vê, então tudo aquilo que uma pessoa acredita, quer, valoriza ou teme desempenha um papel nos formatos que suas imagens mentais adquirem.”

perdura. Por exemplo, uma personificação trazida para mais perto volta imediatamente para a posição anterior como se estivesse presa a uma corda elástica. Isto informa ao praticante que alguma parte que se opõe tem o controle.

Bandler e Grinder (1979) introduziram a palavra ‘ecologia’ neste contexto. Uma mudança ‘ecológica’ funciona instantaneamente e dura bastante tempo porque não causa quaisquer novos problemas ou conflitos interiores. Com o panorama social nosso objetivo é realizar este tipo de mudança ecológica.

Como dissemos antes, a consciência funciona como o monitor da mente. Também é o local no qual os problemas e conflitos interiores se apresentam. Se uma mudança não satisfaz completamente todas as partes de uma pessoa, há chances de que ela fique consciente disto de alguma maneira. Talvez não seja mais do que uma percepção muito tênue e é por isso que o terapeuta ou o *coach* muitas vezes precisa amplificar esta percepção. Para isso o terapeuta pode perguntar: “Você percebe quaisquer objeções interiores?”

Quando perguntei para Paula sobre seu panorama social, disse-me que via todas as pessoas do mundo a alguma distância em sua frente. Ela via a humanidade em geral desfilando lentamente da esquerda para a direita. Ela se sentia como uma forasteira, uma espectadora, que não estava tomando parte na vida, mas seu marido estava bem ali no meio e Paula imediatamente explicou: “Acho que tudo tem esta aparência porque meu marido tem um emprego e eu não. Ele está no meio da vida.”

A sugestão direta lógica era: “Paula, agora entre no desfile e junte-se a ele!” O rosto de Paula se franziu enquanto ela tentava o melhor que podia, mas visivelmente encontrou muita resistência em si mesma. Disse-me que não poderia mudar esta imagem até que ela mesma tivesse um emprego. Independentemente do quanto se esforçasse para entrar na multidão ela só conseguia fazer isso por alguns segundos, o que provou que esta não era uma opção ecológica. “A parte em mim que impede esta mudança quer me forçar a procurar um emprego e deixar de ser uma espectadora. Só posso tomar parte na vida quando eu realmente me colocar em ação. Sabe, perdi a confiança e isto me fez ficar passiva”, explicou-me.

## ***2.8 Aprofundando-se nos padrões do panorama social***

Diz-se que o reconhecimento de padrões é o procedimento central na modelagem (Bostic St. Clair & Grinder, 2001). Um padrão pode ser definido como uma similaridade recorrente dentro de uma classe de fenômenos. Aqui, um padrão é uma tendência se repetindo claramente no modo como vários sujeitos (no mínimo três) descreveram os aspectos da representação social.

Reconhecer estes padrões é, de certa forma, como a descoberta do ar, é enxergar além do que é óbvio e examinar alguma coisa que muitas vezes é totalmente corriqueira. Tais padrões mostram um mundo de vivências que até agora estava escondido dentro de nosso conhecimento coletivo inconsciente.

### **INTENSIDADE E AUSÊNCIA**

As personificações rodeiam as pessoas como um véu translúcido ou uma névoa. A quantidade de estímulos sociais influencia intensamente a densidade da esfera de imagens sociais. Em uma festa, reunião ou outro evento social, a percepção dos outros envolve a pessoa como um cobertor grosso. Quando está sozinha, a percepção é um véu fino que fica mais denso caso ela dirija a atenção para sua vida social. Uma personificação pode ficar em segundo plano, de forma vaga e fragmentária, mesmo quando lhe é dada atenção integral, ou pode se tornar tão clara que obscurece a percepção do mundo externo. Na psiquiatria e na hipnose este fenômeno é conhecido como ‘alucinação positiva’. Sugestões hipnóticas habilidosas podem ajudar o sujeito a ficar plenamente absorvido pelas vozes, imagens e desejos das personificações. Tais fenômenos de transe são comuns na terapia do panorama social sem que nenhuma indução específica seja necessária. Muitas vezes, o cliente fica tão ocu-

pado com seu mundo interior de personificações que o terapeuta, sentado ao lado dele, pode ser totalmente esquecido.

Quando duas pessoas estão envolvidas numa conversa normal, a percepção que têm das imagens interiores uma da outra nem sempre é clara. Esta é a razão por que as pessoas com frequência se enganam quando pensam que estão respondendo inteiramente àquele alguém físico. Embora a percepção da pessoa real 'de carne e osso' possa ocupar a consciência, é a representação mental tremulando nos bastidores que governa o comportamento social. *A representação domina a interação.*

A maioria das pessoas começa a pensar sobre outras pessoas assim que acorda. Enquanto estão acordadas parece que o panorama social nunca desliga. Seria bastante interessante aplicar o chamado 'método de amostragem do pensamento' [no qual os sujeitos relatam o que estão pensando a cada cinco minutos (Klinger, 1978)] à cognição social para testar até que ponto esta atividade social constante é universal.

Dados clínicos sugerem que algumas personificações permanecem ativas o tempo todo. Por exemplo, muitos clientes têm personificações do próprio pai em sua frente o tempo todo, criticando-os e olhando-os de cima para baixo com severidade, fazendo com que fiquem inseguros em todos os aspectos da vida. As imagens dos filhos e companheiros, mortos ou vivos, dentro ou fora dos limites do corpo, podem exercer uma influência constante também. As pessoas podem ficar fartas deste tipo de personificações permanentes – alguns clientes buscam a solidão de verdade e se tornam completos eremitas a fim de fugir de pessoas das quais, na prática, nunca vão escapar, pois elas existem apenas em suas mentes.

Existem histórias de montanhistas que partiram sozinhos para os pontos mais afastados, mais altos e mais solitários, apenas para descobrirem que ainda estavam engajados em diálogos com indivíduos que estavam a dezenas de milhares de quilômetros de distância. Em altitudes elevadas, alguns alpinistas solitários começam a alucinar companheiros. Em contraste, ouvimos relatos de viajantes solitários do deserto ou marinheiros que atravessam oceanos completamente sozinhos, os quais vivenciaram o que os soldados da legião estrangeira francesa chamam de 'o banho de solidão'. A completa falta

de estimulação parece fazer com que percam toda atividade em seus panoramas sociais<sup>31</sup>. A experiência de solidão que surge pode causar ataques de pânico ou resultar em uma experiência espiritual inesquecível (veja também o Capítulo Sete). Os nativos americanos praticam a 'busca da visão', que envolve ficar só no campo por muitos dias. As pessoas que buscam deliberadamente a solidão com frequência estão buscando uma reconexão com a 'natureza', 'o mundo real' ou a 'realidade física' ou, na terminologia do Capítulo Um, com o domínio do não-social.

#### PERSONIFICAÇÕES DIFÍCEIS DE ENCONTRAR

Pode haver várias razões para a incapacidade de responder à pergunta: "Onde você vê John?". A mais comum é a natureza inconsciente da cognição social. Também encontramos algumas personificações que são inconscientes e outras que não são. As personificações podem ser reprimidas, suprimidas ou bloqueadas. Já em 1892, Freud havia escrito sobre a 'contravolição', que mais tarde ficou conhecida como 'repressão'. Graças a Singer (1990) este fenômeno recebeu seu lugar de direito dentro da psicologia cognitiva.

Se 'o chato do meu pai adotivo' não pode ser localizado, devemos ficar atentos ao fato de que esta personificação pode ter sido reprimida. O problema com frequência pode ser resolvido com algumas variações da Técnica Seis.

#### BILOCAÇÃO

Um padrão comum na representação social é a 'bilocação', que significa que a mesma pessoa está sendo representada em dois pontos no panorama social. Este tipo de representação dupla torna difícil decidir 'onde' uma personificação está localizada. Confusão e demora para responder são os primeiros sinais a se prestar atenção. Sempre que o sujeito hesitar, o pesquisador pode oferecer a possibilidade de que talvez haja mais de uma localização para aquela personificação.

As 'bilocações' surgem a partir de conflitos interiores. O cliente tem

---

<sup>31</sup> Como acontece com a personagem principal, Teusje, no pequeno romance de Derks (1999) sobre o panorama social, cujo título em holandês é *Spoken in de kop* ('Fantasmas na Cabeça').

dúvidas a respeito da verdadeira natureza ou sobre o papel social apropriado da pessoa em questão. A maioria dos conflitos de papéis se torna claramente visível quando se explora o panorama social. Frequentemente as representações que o sujeito tem da outra pessoa bilocalizada pertencem a idades diferentes (veja a seguir).

#### IDADE E TEMPO

Como foi afirmado anteriormente, cada estágio do desenvolvimento de uma pessoa terá seu próprio panorama social. Através da regressão de idade com hipnose pode-se fazer com que uma pessoa explore até mesmo as versões muito antigas. Considerando que os comportamentos sociais profundamente enraizados se originam de como o mundo social foi mapeado em tenra infância, aplicaremos, no Capítulo Seis, a ferramenta para mudá-los.<sup>32</sup>

O praticante que fizer uso da tecnologia do panorama social deve com sabedoria sempre levar em consideração a idade. Por exemplo, quando falarmos sobre a localização de uma personificação, precisaremos saber em qual idade o cliente está regredido. A regressão pode acontecer naturalmente sem qualquer instrução especial. Quando o cliente estiver falando a respeito de um evento da infância e perguntarmos sobre a localização de uma personificação dentro desta referência, provavelmente obteremos uma resposta histórica. Quando o cliente estiver revivendo uma experiência do passado, o panorama social daquela idade se reativará automaticamente.

#### ASSOCIAÇÃO E DISSOCIAÇÃO

Em geral, uma pessoa pode pensar em seu panorama social de duas maneiras diferentes. Ela tanto pode se perceber dentro do panorama, como também pode ver a si mesma a uma determinada distância no panorama. É a distinção clássica (Bandler & Grinder, 1979) entre associação visual-cinestésica e dissociação visual-cinestésica. Tais termos definem a diferença entre pensar sobre alguma coisa no papel de protagonista, realmente vivenciando os sentimentos associados, ou pensar sobre ela no papel de observador.

Ficar como observador permite que a pessoa evite vivenciar os sen-

---

<sup>32</sup> Sobre PNL e diagnóstico psicológico (DSM-V) veja Derks e Hollander, 1996, Capítulo 24.



timentos desagradáveis. Estar ‘dentro da cena’, por outro lado, dá a oportunidade de vivenciar plenamente as emoções e os sentimentos. “*Eu posso ver a mim mesmo* em meio a todas as pessoas...” expressa alguém na posição de observador. Nesta modalidade de pensamento as emoções sociais ficarão reduzidas ao nível das avaliações.

Observar o panorama social de fora significa se distanciar da humanidade da mesma maneira que as pessoas se distanciam de grupos como sua própria família, sua equipe ou sua nação. Se fizerem isso continuamente, terão a sensação de que não pertencem àquele grupo: “*Eu sou um estranho*”. Neste capítulo, também observaremos a dissociação do eu-cinestésico, a qual resulta na experiência de ter perdido o senso de si mesmo.

#### DISTÂNCIA

A distância é crucial para a experiência tanto da objetificação como da personificação. Podemos perguntar ao sujeito: “Quando você se sente rodeado por toda a humanidade, onde sente os outros que estão mais próximos? E quem está mais próximo de você?”

Os panoramas sociais de algumas pessoas começam muito longe. Eu digo ‘muito longe’ quando a personificação mais próxima está a uma distância de mais de três metros mentais, medidos a partir do eu-cinestésico. Para muitas pessoas com este tipo de panorama social, ‘solidão’ será uma palavra-chave. Outras pessoas veem as representações mais próximas, junto de si, na pele, parcial ou completamente dentro de seus corpos. Suas queixas serão, com frequência: dependência, problemas de identidade e medo de serem manipuladas. Muitos dos problemas dos clientes são resolvidos assim que tudo é deslocado para fora ou para mais distante de seus corpos. As personificações que estão dentro do corpo são de difícil observação e controle; o termo tradicional para esta condição é ‘posseção’. Muitas vezes, tais personificações são, por natureza, predominantemente cinestésicas, mas podem se tornar visíveis e controláveis quando levadas para fora.

A pergunta “*quem está mais próximo de você?*” demonstra ser de grande valor diagnóstico na terapia. Imagine o que significa se a personificação mais próxima for um estuprador, um assassino, um ancestral morto ou um amante secreto?



A intensidade da emoção social aumenta na medida em que a personificação responsável por ela se aproxima. É um princípio geral, uma habilidade mental comum ser capaz de sentir, através da imagética cinestésica, a presença de outra pessoa, mesmo quando ela não está em nenhum lugar próximo. “Mesmo quando está a quilômetros de distância, ainda posso sentir você perto de mim” é um clichê de muitas canções de amor e a maioria das pessoas não tem nenhum problema para entender isto. A imagética cinestésica geralmente acompanha as representações visuais destas pessoas, mas não necessariamente. A história “eu consigo sentir você, mas não consigo ver você” também pode ser verdadeira; “Mesmo quando nos beijamos, não consigo sentir você” (cante comigo: *Far away, you're so far away!* – Distante, você está tão distante!)

A ‘escala de proximidade’ (Hall, 1966) pessoal exerce, sem sombra de dúvida, uma influência enorme. Algumas pessoas representam todo o mundo social em uma caixa, enquanto outras precisam de uma catedral para representar até mesmo seu círculo mais íntimo.

A tendência no uso que alguém faz da distância regula os sentimentos sociais como pressão social e solidão. Como uma pessoa conseguiria sentir-se isolada quando vê e sente todos que conhece muito próximos de si mesma? Não conseguiria, ninguém consegue! A ‘técnica’ para sentir solidão requer que as outras pessoas sejam representadas tão distantes que nada da presença delas – nenhum calor – seja sentido. Do mesmo modo, podemos descobrir que a fobia de multidão é causada ao sentir e ver as outras pessoas tão próximas que não sobra nenhum espaço para mais nada – tão próximas que a multidão é empurrada diretamente contra a pele e impede a pessoa de respirar.

#### FRENTE – ATRÁS

Podemos encontrar pessoas que têm as personificações apenas a sua frente. Tal fato parece estar associado a um grande interesse no comportamento dos outros e, algumas vezes, à desconfiança. “Eu não quero que eles fiquem atrás de mim porque pode muito bem haver vampiros entre eles”, uma senhora me disse. Outros indivíduos florescem quando têm muitas pessoas atrás de si – talvez seja porque eles se sentem socialmente apoiados, sentem que têm ‘costas largas’ com os colegas, com a família ou com os amigos.

## BEM À FRENTE E ACIMA

Diretamente em frente, às 'doze horas', é sempre um ponto importante. Quem está lá? Nos Capítulos Três e Oito veremos que esta localização é o lugar em que normalmente a autoimagem é posicionada. Qualquer outra personificação neste ponto pode turvar uma visão clara de quem é você.

As personificações que ficam diretamente em frente tendem a ser de pessoas amadas quando estão dentro do círculo íntimo (dentro da distância de um braço) e de competidores quando estão mais afastadas. Também encontramos as pessoas que simbolizam o que nós não queremos ser bem em frente e com frequência a vários metros de distância, um pouco acima de nós mesmos. O último caso leva à contraidentificação (veja no Capítulo Oito) com todos os seus dramáticos sintomas.

## VERTICAL

As personificações que se encontram acima do nível dos olhos tendem a ter grande influência. O nível dos olhos oferece um ponto de referência estável para medir a elevação das personificações: "Esta pessoa está acima ou abaixo do nível dos seus olhos? Você tem que olhar para cima ou para baixo?". Nas grandes distâncias podemos usar o horizonte com a mesma finalidade. Qualquer personificação cujos olhos sejam vistos acima do horizonte é vivenciada como mais alta que o sujeito. A dimensão vertical é bastante crítica, uns poucos centímetros mais para cima ou mais para baixo podem fazer muita diferença. *Status*, poder social, autoridade e dominância estão todos conectados à dimensão vertical. Isso será explorado no Capítulo Quatro.

Além do *status*, a distinção entre as personificações dos vivos e dos mortos pode ser codificada na dimensão vertical – céu e terra. Este será o assunto do Capítulo Sete.

Não apenas medimos o nível das personificações individuais, mas também podemos olhar o nível geral dos olhos da humanidade como um todo. Um panorama social no qual a humanidade é vista muito abaixo é algo completamente diferente de um panorama em que ela é colocada acima do indivíduo. O último parece ser um indicador preciso de baixa autoestima; poderíamos até dizer que

a autoestima é definida pela tendência geral na dimensão vertical.

#### HORIZONTAL

A dimensão lateral (esquerda-direita) é frequentemente usada para diferenciar entre personificações boas e más ou simpáticas e desagradáveis – sendo que a esquerda comumente está relacionada com o negativo. Mas nota-se muito menos universalidade no nível horizontal. Compare sua compreensão intuitiva das seguintes frases: (1) “John está perto de mim”, (2) “John está acima de mim” e (3) “John está à minha esquerda”. Os significados relacionais das expressões um e dois parecem ser bastante evidentes, mas a terceira frase está aberta a debates. Entretanto, não é assim para todo mundo; na ilha de Bali a maioria das pessoas afirmaria que a terceira proposição é tão clara como as duas primeiras. No hinduísmo balinês, o mal fica à esquerda e o bem à direita.

As posições mais próximas à direita e à esquerda frequentemente são reservadas para as pessoas amadas. Muitos cônjuges são representados dentro do alcance das mãos e de um lado ou do outro. Alguns terapeutas (Hellinger, 1995) declaram que existe uma diferença típica de gêneros: a mulher fica ao lado esquerdo do homem e vice-versa. Da mesma maneira acredita-se que a localização dos pais é vinculada a lados específicos, o pai à esquerda e a mãe à direita. Eu prefiro ser muito cauteloso em relação a estas generalizações; já vi uma quantidade demasiada de exemplos contraditórios.

#### ESCURO E CLARO

A codificação lateral (direita-esquerda) do bom e mau, com frequência vem acompanhada da codificação claro-escuro também. Personificações mais escuras e mais claras significam categorias avaliativas. Um grupo do qual não se gosta talvez seja escuro, enquanto um grupo que é admirado com frequência terá uma aparência clara.

No Capítulo Cinco vamos tratar das atitudes sociais e dos fenômenos ‘dentro do grupo’ e ‘fora do grupo’, tais como o racismo. A cor é frequentemente combinada com o tamanho, distância e temperatura.

Uma autoimagem clara e radiante indica uma atitude positiva para consigo mesmo. No Capítulo Três usaremos este fato quando quisermos melhorar a autoconfiança de alguém.

## TEMPERATURA

Atitudes sociais positivas e negativas são frequentemente caracterizadas através da temperatura e muitos sujeitos conseguem diferenciar áreas quentes e frias quando isso é pedido a eles. Personificações reprimidas tendem a ter uma aura fria ao seu redor. Nós encontraremos o arrepio dos maus espíritos e fantasmas no Capítulo Sete, o qual lida com as dimensões espirituais no modelo do panorama social.

## MOVIMENTO

Pessoas reais andam por aí, ficam em pé paradas, viram, gesticulam, respiram, sentam-se, piscam, viram a cabeça, assentem com a cabeça, desaparecem e retornam. Quando um ser humano está completamente parado, ou está em coma ou está morto. O movimento humano deve ser um elemento importante de nossa experiência básica, mas fixar uma personificação em um determinado local no panorama social é um passo cognitivo artificial que parece ser necessário no intuito de criar um mapa funcional da realidade social. Isso reduz a complexidade do mundo social a um nível que podemos manejar com facilidade. Ainda assim, algumas personificações são representadas como se estivessem em movimento. Elas se movem em uma determinada direção ao mesmo tempo em que permanecem em um dado lugar, como atletas em uma esteira ou como uma máquina cíclica.

Personificações que se movimentam são expressões de relacionamentos que estão mudando. Mostram uma tendência de aproximação ou afastamento. O movimento também pode ser cinestésico, como quando as pessoas sentem variações na atração e repulsão. Bastante notáveis são as cabeças que viram indicando diferentes direções de atenção. Algumas personificações se movimentam no panorama social indo para frente e para trás na mesma trajetória, outras podem passear por toda a parte.

## ORIENTAÇÃO

A personificação estará olhando em uma determinada direção. Algumas personificações podem olhar em várias direções ao mesmo tempo ou podem alternar entre diferentes direções. Como as personificações estão orientadas em relação umas às outras é algo muito significativo – quem está prestando atenção em quem? A linguagem

do dia a dia tem muitas palavras para as orientações: proximidade, confrontação, ter costas largas com alguém, apoiar, dar suporte, virar as costas um para o outro, olhar de cima ou de baixo um para o outro. No Capítulo Seis, no qual lidamos com famílias, a orientação será uma variável muito importante.

#### CONJUNTO DE PERSONIFICAÇÕES

Um conjunto de personificações no panorama social com frequência será generalizado em uma única 'personificação de grupo': 'meus pais', 'a liderança' ou 'os defensores'. Quando uma pessoa fala sobre um grupo, representa o resultado de se generalizar muitos indivíduos como se existisse apenas um. Personificações que estão próximas umas das outras frequentemente funcionam como uma única unidade. Quando os membros do grupo têm a mesma orientação, formam uma força social dentro do panorama social.

## ***2.9 O panorama social e a comunicação***

Colegas céticos têm repetidamente trazido à tona a crítica a seguir, inspirada pela ideia de Heisenberg sobre a influência do observador no objeto observado: "Será que não é o próprio terapeuta que ativamente cria uma paisagem social na mente do paciente quando pergunta a ele sobre as localizações das personificações? Será que estas solicitações não funcionam como sugestões implícitas?"<sup>33</sup> Em outras palavras, seria o pesquisador quem cria o objeto da pesquisa ao falar sobre ele? Se fosse verdade, as localizações encontradas desta forma, e até mesmo todo o conceito de panorama social, seria um artifício.

#### SUGESTÃO

A crítica mencionada acima é o extremo oposto da ideia do terapeuta trazer para a percepção consciente algo que já existia abaixo da superfície da consciência. Embora eu abrace de forma veemente esta última visão, ainda quero discutir a influência das sugestões implícitas na vida social.

---

<sup>33</sup> Sugestões não-intencionais dadas por terapeutas são o motivo pelo qual Grove e Panser (1989) colocam o foco no que eles chamam de 'linguagem limpa'.

Tanto praticantes como cientistas talvez sintam um forte desejo de entender como as pessoas influenciam as atitudes sociais umas das outras. Como uma criança transforma outra na ovelha negra da classe? Como os políticos criam em seus seguidores as opiniões sobre a oposição? Como os pais transferem pré-concepções para sua prole? Como você aprende a amar alguém apenas ouvindo outras pessoas falarem sobre ele ou ela?

Torna-se aparente, a partir da observação das interações dentro de grupos e famílias, que as opiniões sociais são transferidas rápida e sutilmente. As pessoas não usam mensagens diretas com muita frequência, é pouco provável que você ouça, por exemplo, “Agora, quero que você comece a considerar sua mãe como burra e a ver a mim como alguém superior”. As sugestões implícitas são muito melhor compreendidas hoje em dia – graças a Erickson (1967, 1983) e Grove (1997), agora sabemos que elas devem exercer um importante papel na vida social porque a troca de mensagens relacionais parece ser determinada principalmente por canais não-verbais inconscientes.

### *2.9.1 Os canais da comunicação social*

Somente com a ajuda de nossa compreensão a respeito da natureza espacial da representação social foi possível analisar o que acontece quando uma pessoa influencia o mapa do mundo social de outra pessoa. Ao reduzir a representação social ao nível das localizações das personificações se tornou aparente que uma mudança de opinião deve coincidir com uma mudança na localização. A questão era: como as pessoas influenciam as localizações?

Para o trabalho diário com o panorama social, pareceu ser suficiente distinguir entre quatro tipos de canais de comunicação social:

1. *Nomear os relacionamentos.* Neste canal, os relacionamentos são categorizados pelas palavras fornecidas pela linguagem normal. Por exemplo: “você é meu irmão”, “esta é a minha mulher”, “você é meu leitor”. A maioria das pessoas tem conhecimento universal e cultural suficientes sobre onde irmãos, esposas ou leitores devem ser representados em seu panorama social, para serem capazes de posicioná-los. Este canal não precisa de longas explicações.

2. *Falar sobre as localizações.* Aqui, os relacionamentos são caracterizados falando-se sobre eles em termos de posições espaciais. Por exemplo: “ele fica ao meu lado”, “você está indo na direção oposta”, “ela estava me olhando de cima”. Este canal será explorado na próxima seção.
3. *Mostrar as localizações.* Este é um canal não-verbal no qual os gestos, movimentos de cabeça e olhares apontam para as localizações no espaço mental. Por exemplo, talvez eu olhe para cima quando falo do meu chefe ou focalize a visão mais perto quando falo dos meus filhos. Neste capítulo, vamos ajudar o leitor a desenvolver mais sensibilidade às expressões neste canal. As mãos muitas vezes desenham panoramas sociais no ar a sua volta.
4. *Metáforas sobre relacionamentos.* Por exemplo: “estamos no mesmo trem”, “ele está tentando me deixar lá fora no frio”, “ela está tentando fisgar\* minha atenção”. O uso de metáfora na vida social desempenha um papel em toda a extensão deste livro. As imagens que vêm à tona através de uma metáfora necessariamente contêm posições espaciais que influenciarão automaticamente, na base da analogia, as representações espaciais no panorama social da pessoa. Tomando o primeiro exemplo, o trem se movimenta em uma direção e é relativamente estreito, o que trará a personificação da pessoa a quem a metáfora se aplica mais para perto e na mesma direção.<sup>34</sup>

A enorme habilidade humana de pensar sobre relacionamentos encontra um paralelo com a nossa competência de nos comunicarmos a respeito deles. A comunicação social tem em comum com a cognição social a sua natureza inconsciente – até mesmo o efeito da comunicação dentro destes quatro canais pode escapar à nossa atenção. Talvez funcione assim: sua vizinha está fazendo fofoca para você sobre outra vizinha. Ela chama a outra de lesma idiota e, enquanto fala, olha fixamente para o chão. Sem que você se dê conta disto, nem por um segundo, você já colocou as duas vizinhas abaixo e mais distantes.

---

<sup>34</sup> Um estudo atualizado e profundo sobre o uso de metáforas pode ser encontrado em Lawley e Tompkins (2000) e Derks e Hollander (1996).

\* N.R.: do original em inglês ‘*fish for*’ – procure por significados indiretos (‘*fishing for compliments*’ = pescar elogios).



### *2.9.2 A comunicação invisível cria a magia*

Os quatro canais da comunicação social deram ao leitor algumas respostas à pergunta “Como a influência social é possível?”. Mas isso é bom o bastante para você? Nossas mentes científicas anseiam por explicações, modelos e teorias claras e bem-definidas, mas será que você consegue ficar satisfeito com uma explicação baseada em uma comunicação que é rápida e sutil demais para ser percebida?

Quando modificamos imagens sociais em terapia, frequentemente nos deparamos com efeitos muito fortes e estranhos. Por exemplo, um homem odiava o irmão. Quando ele alterou a imagem do irmão para algo neutro, seu irmão verdadeiro, de carne e osso, de repente respondeu com uma afabilidade sem precedentes. Como aquilo foi possível? Foi magia? Foi telepatia? Será que o irmão captou as ondas cerebrais do outro irmão? Eles se encontraram ou se falaram por telefone? E será que o irmão de forma inconsciente e não-verbal recebeu as mensagens que foram, também de forma inconsciente e não-verbal, transmitidas a ele pelo outro irmão? Não, tudo o que aconteceu foi que a mãe deles mencionou algo sobre um deles para o outro ao telefone.





Uma questão recorrente em todo este livro é que, devido à natureza inconsciente da cognição e da comunicação social, com frequência nos deparamos com fenômenos incompreensíveis. Parece acontecer muito mais coisas entre as pessoas do que aquilo que nossa mente consciente consegue acompanhar ou compreender. Mais importante ainda: o que acontece entre as pessoas de forma inconsciente excede o escopo de nossa imaginação científica, portanto nosso pensamento racional não consegue acreditar naquilo que nossa mente inconsciente é capaz de fazer.

A maior parte do pensamento mágico surge desta inabilidade de entender e acreditar no que nossas próprias mentes (e corpos), e das outras pessoas também, são capazes de fazer. É aí então que, irritada com a falta de explicações suficientemente simples, nossa razão começa a criar novos conceitos a partir do ar rarefeito. Em geral, os seres humanos procuram por todo tipo de causas externas quando eles não conseguem apreender suas próprias habilidades. Nós inventamos causas como campos de energia, sistemas, conhecimento coletivo, gnomos, forças sistêmicas, espíritos, deuses, telepatia, canais místicos, poder do chocolate, campos morfogénéticos ou o que quer que seja...

Se não conseguimos acreditar que um cirurgião psíquico pode, de forma astuta, manipular sangue e carne de galinha na frente de um público para sugerir que ele removeu um tumor, então temos que acreditar em magia. Se não conseguimos acreditar que é possível que um mágico faça coisas rápido demais para serem notadas, então sua mágica deve ser real. Se não conseguimos acreditar na virtuosidade social do inconsciente humano, então nós, cientistas sociais, temos um problema.

Retornaremos à discussão nos Capítulos Seis e Sete.

### *2.9.3 Falando sobre as localizações*

Quando falam sobre relacionamentos na linguagem do dia a dia, as pessoas usam palavras como alto, baixo, atrás, perto e longe, ou seja, localizações. Temperatura, sombra e cor frequentemente representam um papel secundário. Alguém poderia dizer que o uso extensivo de vocabulário espacial é uma prova linguística da

existência do panorama social. Uma prova deste tipo, entretanto, somente atesta algo para cientistas tais como os linguistas cognitivos, que acreditam que estas expressões representam a experiência subjetiva genuína da pessoa que está falando.

Para a prática terapêutica esta última visão oferece grandes possibilidades. Implica que um terapeuta apenas precisa registrar como um cliente descreve a constelação espacial em seu estado-problema para que o diagnóstico seja feito. A atividade seguinte é intervir com expressões espaciais parecidas, as quais, quando aceitas pelo cliente, lhe oferecerão mais escolhas em sua vida social.

Não é uma prática comum entre os psicólogos considerar as expressões verbais como descrições literais da experiência subjetiva. A maioria dos meus colegas tende a ser incapaz de perceber tais expressões ou a acreditar que são de natureza mais indireta e metafórica. Os diferentes pontos de vista que resultam podem ser esclarecidos pelo seguinte exemplo.

Quando uma pessoa diz: “John está contra mim”, isso pode significar duas coisas diferentes, dependendo do enquadramento teórico do psicólogo:

- a) quem fala utiliza uma maneira de dizer que comumente é usada dentro de sua comunidade linguística como uma metáfora padrão, ou
- b) quem fala expressa o que vê, ouve e sente de forma subjetiva com palavras que combinam com a sua experiência interior.

No primeiro ponto de vista teórico, item (a), faria sentido que o terapeuta respondesse assim: “Como você sabe que John não concorda com você?” (Bandler & Grinder, 1975). Quando se adere à outra opinião, item (b), é completamente lógico que o terapeuta diga: “Então, experimente colocar John de um dos lados” (Bandler, 1987; Derks, 1996).

A diferença entre as duas visões me ocupou intensamente no começo de meu projeto de pesquisa com o panorama social (Derks, 1996, 1998a), porque eu achava que apenas o ponto de vista (a) daria suporte à teoria do panorama social. Antes que eu explique o que me fez

mudar de ideia, quero que você experimente por si mesmo a linguagem espacial. Com esta finalidade, providenciei algumas frases que ajudarão a afiar os seus ouvidos em relação às expressões espaciais.

Os exemplos seguintes vão deixar claro que muitas expressões espaciais realmente têm ambas as propriedades (a) e (b): “Ele está no topo de seu campo”, “As alas norte e sul ficaram mais próximas”, “Ela está contra nós”, “As classes altas foram rebaixadas”, “Ele se coloca no mesmo nível da equipe”, “É solitário no topo”, “Nós fomos separados”, “O mundo está a seus pés”, “Eles se rebaixaram consideravelmente”, “As crianças estão entre nós”, “Eles estavam no caminho”, “Eu coloquei meu marido e meus filhos em primeiro plano em minha vida”, “Os trabalhadores estão atrás de nós”, “As pessoas se sentiam mais próximas umas das outras naquela época”, “Ele está subindo no departamento como um cometa”, “Eu preciso do seu apoio”, “Não me confronte”, “Ele se isola”, “De que lado você está?”, “Eu coloquei minha herança alemã atrás de mim”, “As pessoas estão sempre atrás de mim para alguma coisa”, “Eu preciso de muito espaço”.

Todas elas, em parte, são formas de expressão aprendidas e são bem-compreendidas dentro de uma comunidade linguística, mas também podem descrever a experiência subjetiva genuína de alguém. Graças a pessoas como Lakoff e Johnson (1980, 1999) podemos ver que experiências corporais compartilhadas levam à existência de expressões metafóricas padrão. Entretanto, quando estas expressões são empregadas, ainda estão conectadas à experiência corporal abstrata original.

#### *2.9.4 Mostrando as localizações*

As palavras, “minha mãe, sabe... e este cara...”, saíram devagar dos lábios de Jimmy, mas eu sabia exatamente o que ele queria dizer porque quando pronunciou as palavras ‘minha mãe’ ele olhou para baixo, para sua mão esquerda, que estava espalmada sobre seu colo mexendo-se ligeiramente. E então, exatamente no momento que ele usou as palavras ‘e este cara’ ele levantou a mão direita no ar como um tipo de guarda-chuva, acima do nível de seus olhos. Por meio segundo, balançou a mão com força. Desta forma, ele expressou a dominação que o pai exercia sobre sua mãe e toda a família.



Ao usar suas mãos, Jimmy estava *mostrando as localizações*, tornou visível como sua mãe e seu pai estavam localizados dentro de seu panorama social. Sua experiência interior possivelmente era mais ampla que o espaço de 30 x 30 x 30 centímetros no qual suas mãos fizeram sua dança.

Quando Theresa, uma outra cliente, falou sobre seu colega, olhou e moveu a cabeça um pouco para cima e para a direita. Apontei com meu dedo na mesma direção e perguntei: “Ele sabe que está bloqueando sua criatividade?” A resposta de Theresa tornou claro que realmente visualizou seu colega naquele local e entendeu meu dedo apontando.

Os exemplos de Jimmy e Theresa ilustram como a comunicação não-verbal expressa a experiência social. As pessoas frequentemente olham na direção em que as pessoas sobre as quais estão falando estão localizadas. E talvez você também perceba que os gestos, a postura e todos os tipos de movimentos indicam a estrutura da experiência do panorama social delas.

Meu colega Frits Schoon reparou que a postura de alguns de seus clientes sugeria que estavam envolvidos em interações imaginárias, algumas das quais pareciam ter um caráter permanente. Frits perguntou a um cliente que se movia muito cuidadosa e

timidamente: “Há alguém nas suas costas?”. “Sim,” respondeu o cliente, “Eu ando deste jeito porque, quando era criança, ficava sempre na expectativa que o meu pai comesse a gritar comigo e me machucasse.”

Uma vez que você tenha se familiarizado com a ideia de panorama social, sinais não-verbais ‘mostrando as localizações’ passam a ser facilmente reconhecidos.

## ***2.10 Padrões culturais***

De acordo com Pinker (1998) e Lawley & Tompkins (2003) é razoável considerar a representação espacial do conhecimento como sendo um atributo humano universal e até mesmo um atributo dos mamíferos. A cognição social não é nada diferente disso.

Até o presente\*, todos os grupos étnicos, nacionais e culturais encontrados aparentemente têm panoramas sociais, mas é razoável assumir que culturas diferentes tenham seus próprios padrões para criar seus mapas sociais.

Tais padrões culturais devem ser baseados tanto nas experiências sociais, que são típicas para aquele grupo, quanto na maneira como são ensinadas as regras sociais e de etiqueta às pessoas, dentro daquela cultura. Em outras palavras, a transferência cultural dos padrões de panorama social pode ser tanto implícita como explícita. Por exemplo, numa cultura em que haja poucas pessoas idosas, uma criança perceberá o respeito com que os mais velhos são tratados e saberá que eles têm uma posição especial. Ninguém precisa dizer para esta criança que ela deveria dar passagem aos mais velhos, esta é a transferência cultural implícita. Se também foi dito à criança que “as pessoas mais velhas vêm primeiro”, então seria um exemplo de transferência cultural explícita.

Pode ser uma informação muito útil para uma pessoa da área de negócios, que vai viajar para Tóquio, saber que os japoneses são muito hierárquicos e que os presidentes de suas empresas são vistos como imperadores divinos. Mas será que é verdade? O campo das comunicações interculturais está, por definição, preso ao dilema entre,

---

\* Referência à data de 25 de fevereiro de 2004.

por um lado, a formulação de generalizações funcionais sobre grupos e, por outro lado, o reforço de preconceitos indesejáveis sobre eles. Por exemplo, a generalização de que todos os africanos ouvem melhor aos homens mais velhos pode ser útil em reuniões de negócios – você saberia que é aconselhável escolher um diretor sênior quando fosse negociar com africanos – mas também reforçaria um preconceito. Então o que se deve fazer?

O comportamento social dos membros dentro das organizações, ou de qualquer outro tipo de sistema social, é baseado no panorama social de cada indivíduo. Embora os panoramas sociais só existam nas mentes dos indivíduos e estejam restritos aos limites de seus crânios, as pessoas podem falar e agir como se os grupos compartilhassem um panorama. ‘Representações coletivas’ foram discutidas pela primeira vez pelo sociólogo francês Emile Durkheim, mas foram Moscovici (1983) e Augoustinos (1991) que demonstraram que tais representações sociais coletivas realmente existem e estão abertas à análise estatística.

Indivíduos que pertencem à mesma cultura ou subcultura terão inclinação para utilizar categorias sociais em comum, usarão expressões verbais e metáforas referentes às normas e valores sociais que lhes auxiliarão a construir seus panoramas sociais de acordo com linhas similares. Se você quiser se comunicar bem com membros de outra cultura, seria útil se pudesse modelar alguns dos aspectos compartilhados dos mapas do mundo social deles.

Quando uma amostra de, digamos, panoramas sociais japoneses, é comparada com outra dos holandeses, talvez produza uma compreensão transcultural útil. Por exemplo, como você se comportaria quando visitasse a Arábia Saudita? Se tivesse consigo um esquema do panorama social coletivo dos sauditas, teria informações de onde eles tendem a colocar os cristãos, a família real, trabalhadores estrangeiros que prestam auxílio, os militares, terroristas, beduínos, fundamentalistas, americanos, iraquianos, israelenses ou técnicos de petróleo. Seria uma ferramenta útil para estabelecer e manter o *rapport*\*.

Certa vez, meu colega e eu fomos convidados para jantar. Às cinco horas, na hora marcada, entramos na bela casa de nossos anfitriões

---

\* N.R.: palavra de origem francesa que significa ‘empatia buscada intencionalmente’.

nos subúrbios de Katmandu. O casal que havia nos convidado nos levou para sentar em uma sala agradável com mobília simples, mas confortável, e nos mostrou sua coleção de arte. O chá foi servido e nós quatro conversamos por uma hora sobre uma variedade de assuntos. Então, a senhora nos perguntou se estávamos prontos para jantar e dissemos ‘sim’. Lá foi ela para a cozinha e voltou logo em seguida para colocar a mesa. Um pouco depois, trouxe dois pratos de comida e, para nossa imensa surpresa, ela e o marido saíram – nós tivemos que comer a refeição, que estava deliciosa, sozinhos! Trinta minutos se passaram até que a nossa anfitriã voltasse para perguntar se gostaríamos de algo mais. Exatamente três quartos de hora depois os dois voltaram, mas somente para se despedir. Às nove horas estávamos de volta ao hotel.

Nossas mentes estavam zunindo com perguntas sobre os hábitos de refeição dos nepaleses. Será que seu conhecimento sobre os hábitos de alimentação dos ocidentais foram adquiridos em uma visita a um restaurante, onde o garçom deixa você sozinho? Teria sido este um exemplo de uma grande diferença cultural? Onde será que eles nos colocaram em seu panorama social que fez com que nos tratassem daquela maneira? Seria alto demais ou baixo demais? Será que estávamos muito afastados? Se quiséssemos comer juntos numa próxima ocasião, o que poderíamos fazer para conseguir isto? Será que deveríamos nos metacomunicar e fazer graça sobre a situação dizendo: “Hei, Genshei, meu velho, vamos todos comer na cozinha hoje!”?

## ***2.11 Mudando emoções sociais***

A plateia no teatro de marionetes das imagens sociais dificilmente percebe os espetáculos contínuos que lá se realizam. O fato de seus próprios processos interiores serem-lhes tão familiares fará com que a atenção destes espectadores se desvie para outras coisas, mesmo quando as marionetes estão cantando e dançando sem reservas. Mas todos despertarão surpreendidos assim que o espetáculo trazer à tona emoções negativas<sup>35</sup>. Emoções sociais pro-

---

<sup>35</sup> A diferenciação entre emotividade e cognição atualmente é ignorada pela maioria dos psicólogos. Cada vez mais a emoção começa a ser considerada como parte da inteligência. O modelo Gray/La Violette sugere que quanto mais variadas forem as expressões emocionais de alguém mais complexas serão suas representações cognitivas. Veja Sommers (1982), em Ferguson (1990), sobre a emoção como um aspecto da inteligência.



blemáticas podem em algumas ocasiões se tornar opressoras, até mesmo intoleráveis, e se uma emoção como esta reaparece com frequência, limitará o funcionamento do indivíduo. Levará alguns a procurarem auxílio profissional; estarão pedindo implicitamente aos terapeutas que removam estas emoções sociais perturbadoras.

Nenhum terapeuta jamais conseguiria extrair a raiva, a solidão, a vergonha, a culpa, a submissão ou a dependência de seus clientes. As emoções não são líquidos, ossos ou tecido. As emoções sociais surgem a partir do processo de pensar sobre pessoas, mas a maior parte delas não se relaciona a pensar sobre outras pessoas isoladamente, uma vez que é necessário pensar naquelas outras pessoas em relação ao próprio 'eu'. É a combinação do 'eu' com os outros que é crucial.

Para recapitular, as estruturas sociais que criam as emoções sociais podem ser facilmente entendidas nos termos do panorama social. O 'eu' fica no centro e as outras pessoas são posicionadas em algum lugar do espaço circundante. As qualidades sensoriais destes dois elementos, juntamente com suas posições relativas, determinam em grande escala a experiência emocional envolvida.

No Capítulo Três, que trata do 'eu', lidaremos extensivamente com a 'própria parte' nisso e perceberemos que algumas emoções sociais incluem contribuições muito fortes do 'eu'. Por exemplo, emoções como 'inveja' ou 'vergonha' não podem ser experienciadas sem que o 'eu' seja incluído. Nestas emoções o 'eu' funciona como *background*. Em comparação, o sentimento de penalização pode existir completamente independente do 'eu' de alguém – ele talvez seja constituído exclusivamente da imagem da pessoa pela qual a pena é sentida.

As técnicas terapêuticas deste livro estão categorizadas principalmente com base em dois tipos de indicação, dos quais as *emoções sociais perturbadoras* é o primeiro. Quando os clientes se queixam de maus sentimentos associados a outras pessoas, a eles mesmos ou a uma combinação de ambos, podemos simplesmente aplicar a suposição 'relacionamento é igual à localização' (Pressuposição 2). A personificação problemática está na localização errada, um sentimento melhor será conseguido mudando-se a personificação para outro local<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> A simplicidade desta proposição produz o seu poder. O pragmatismo é a filosofia que dá embasamento a esta maneira de pensar. Se alguém protestar: "Não pode ser assim tão simples!", estaria falando sobre a realidade e não sobre a aplicação.



*Padrões comportamentais sociais profundamente arraigados* caracterizam o outro tipo de indicação para a aplicação das técnicas. No Capítulo Seis focaremos a atenção nos comportamentos automáticos aprendidos na infância, dentro da família de origem. Uma mudança fundamental nas imagens da fase inicial da vida familiar oferecerá ao cliente uma escolha em situações em que ele antes agia compulsivamente.

No restante deste capítulo lidaremos com técnicas para mudar as *emoções sociais perturbadoras*. O trabalho pioneiro nesta área foi feito por Steve e Connirae Andreas (1989), que, seguindo uma linha parecida, ajudaram clientes a reformular sentimentos de vergonha, culpa e perda.

### *2.11.1 Modificando a dor do amor*

As primeiras linhas deste livro lidaram com o papel das imagens sociais na experiência do amor. Para o tratamento dos problemas relacionados ao amor precisamos olhar para este relacionamento de forma mais detalhada. Examinaremos a paisagem do amor através de exemplos para mostrar a você os princípios gerais por trás de todas as emoções sociais problemáticas.

O que é a emoção ‘amor’? Rubin (1970) escreveu que ela é composta de dependência, altruísmo, cuidado e intimidade, enquanto Demer e Pyszczynski (1978) provaram haver uma conexão muito próxima com a sexualidade. Algumas pessoas a consideram espiritual, sobrenatural ou sagrada. Por muitos anos os psicólogos compreenderam, coletivamente, que esta não era uma emoção apropriada para análise científica – é por isto que a palavra ‘amor’ não está presente nos glossários da maioria dos livros e textos sobre psicologia social. As palavras que podem ser encontradas são ‘afiliação’, ‘altruísmo’, ‘atração’ e ‘sexualidade’. Pesquisadores que estudaram a psicologia do amor são, até recentemente, relativamente raros.

Nas últimas décadas, o amor foi estudado principalmente por psicólogos voltados para a área de biologia como Walsch (1996, *The Science of Love*), que esclareceu alguns dos aspectos hormonais e genéticos. Agora sabemos que o odor dos feromônios guia tanto

as borboletas como os seres humanos para os seus companheiros. O papel das estruturas anatômicas mais antigas do cérebro foi enfatizado por Lewis, Amini e Lannon (2000). Eles escreveram: “Palavras, boas ideias e lógica não significam nada para o sistema límbico e para o tronco cerebral, embora o último sempre esteja no topo da escala nas decisões sobre o amor”. De qualquer forma, estas estruturas neurológicas empregam um tipo de pensamento que pertence tanto à cognição social inconsciente quanto ao panorama social. Em seu livro *‘The Great Baby Wars’*, Baker e Oram (1998) explicam que só é possível entender o amor quando o vemos como resultado do ímpeto individual de reproduzir a si mesmo. Tudo aquilo que decidimos e fazemos no amor é direcionado para produzir tantos descendentes quanto possível. Escolhemos nossos companheiros porque temos a expectativa de sermos bem-sucedidos em reproduzir a nós mesmos com eles. Quando o amor nos faz sofrer é porque nossa expectativa e investimento em conseguir uma prole foi frustrada.

Antes que os psicobiólogos começassem seu trabalho, o amor era domínio exclusivo de psicanalistas, romancistas, poetas e compositores. “Será amor, será amor, será amor o que eu estou sentindo?” (Bob Marley). Bibliotecas e teatros estão repletos de histórias sobre a dor do amor. Há beleza na tragédia? Ou seria terapêutico (catártico) ver e ouvir outras pessoas sofrendo da mesma antiga desolação?

O psicólogo holandês Leo Pannekoek revelou-me pela primeira vez a complexidade do amor quando participei de seu ‘Projeto de Pesquisa sobre a Compaixão’ em 1983. Nele, a questão central era a experiência subjetiva da afeição. Embora apenas uns poucos colegas tenham considerado o projeto ‘fenomenológico demais’ como algo de valor, achei-o inovador, original e não-conformista.

Pannekoek, com a ajuda de fantasias dirigidas, conseguiu induzir sentimentos de amor bastante intensos. Em procedimentos semi-hipnóticos, deu sugestões para sentir amor por alguma outra pessoa, sentir amor por si mesmo e sentir amor pela criação de modo geral. O fato de os sujeitos de Pannekoek algumas vezes relatarem terem sentido sensações muito fortes provou ser o amor uma ha-

bilidade mental. Também demonstrou que não é necessário que o estímulo (o alvo do amor) esteja presente a fim de sentir o amor. O amor pode ser considerado como uma atividade mental baseada na imaginação e podemos dizer que as pessoas variam quanto à sua ‘competência de criar a experiência do amor para si mesmas’.



Para amar, você precisa ver, ouvir, sentir, cheirar e sentir o gosto da outra pessoa de formas específicas (N.R.: qualidades sensoriais particulares). Quando sente amor por uma pessoa você faz algo especial com aquela personificação em sua mente, algo que permita que saiba que esta pessoa é diferente das pessoas de que apenas gosta.

Vamos ouvir a descrição bastante detalhada feita por Sandy. Eu perguntei a ela: “Como você faz para sentir amor pelo seu namorado quando ele não está por perto?”.

“Quando meu namorado não está por perto e quero vivenciar meu sentimento de amor por ele, olho *para cima* e vejo uma explosão de imagens mostrando-o em várias situações. Enquanto estas imagens *passam por mim*, sinto uma onda de calor que sobe rapidamente das minhas partes íntimas até o meu queixo. Tudo acontece em meio segundo. De todas, uma cena se destaca e interrompe o fluxo de imagens. Fico vendo esta imagem e vivencio um sentimento quente, circular *no centro do meu corpo, em algum lugar atrás do meu umbigo*. Este sentimento se irradia para fora em todas as direções, é difícil descrever sua localização exata porque dá a sensação de que está em *toda parte*. Então, sinto um ímpeto de expressar meu amor por ele e vários diálogos internos podem se iniciar *em minha cabeça*. Os diálogos provavelmente se constituirão de fragmentos de conversas das situações que visualizo. Ao mesmo tempo, outras vozes internas talvez comecem a negociar sobre o que fazer, vão me dizer todas as opções que tenho para expressar meus sentimentos – escrever uma carta, ligar, fazer as malas e pegar o *trem para vê-lo*, e assim por diante. Estas ideias se alternam com pensamentos sobre coisas que seriam mais úteis e produtivas a fazer, como terminar meu trabalho. Quando os diálogos internos começam, o fluxo de imagens começa de novo e, dependendo do poder das vozes, as imagens de meu namorado se intercalam com imagens das coisas que eu deveria fazer. Então, novamente uma cena vai dominar e começarei a sentir os sentimentos que pertencem a tal cena. Vivenciarei os sentimentos de amor tanto quanto as imagens de meu namorado se destaquem. A intensidade (a medida do círculo, da irradiação e o sentimento de completude) do meu sentimento varia com as cores/brilho/movimento da imagem dominante. Quando meu namorado está lá, meu sentimento de amor por ele pode ser ativado de uma maneira parecida, por alguma coisa que vejo nele ou por algo que ele fale.”

Neste relato há muitas palavras que apontam para os sentidos visual, cinestésico e auditivo, mas em nenhum lugar ouvimos falar muito sobre as localizações. Os sentimentos avaliativos dominam; Sandy os descreve bem, mas ainda precisamos formular mais perguntas:

1. Onde as representações de seu namorado aparecem em seu campo visual? (Sandy: “Centralmente, ligeiramente à direita e um pouco acima do horizonte”);

2. A que distância você o vê? (Sandy: “Ele vem se aproximando cada vez mais até que eu consiga tocá-lo facilmente”);
3. Onde você escuta as conversas? (Sandy: “Sussurrando dentro da minha cabeça, normalmente no lado direito”);
4. Qual é a diferença crítica nas qualidades sensoriais entre uma pessoa que você gosta e uma que você ama? (Sandy: “Quem eu amo fica muito mais próximo, tem a aparência mais brilhante e eu me sinto mais conectada a ele, como se uma corda conectasse nossos umbigos; me traz um sentimento quente circular em volta de meu estômago que se espalha por todo o meu corpo. Um membro da família que amo traz a sensação de conexão de uma maneira mais difusa e mais distante também”).

O exemplo da Sandy esclarece como pode ser complicado modelar as emoções sociais. Na verdade, é tão complicado quanto se fizer com que fique complicado. Você pode dissecar uma emoção em quantos pedaços desejar. Por exemplo, uma estratégia é a sequência em que os sentidos são envolvidos. Pode-se olhar para todas as qualidades sensoriais de cada representação, em todos os sistemas sensoriais. E pode haver inúmeras crenças, valores e estruturas linguísticas envolvidos.

A distinção básica que Pannekoek fez em relação ao amor é entre os aspectos de dar e receber do amor. Ele descobriu que dar amor requer uma autoimagem clara e positiva da parte da pessoa que ama. A mente da pessoa que ama não deveria estar ocupada com preocupações a respeito de quem ela é ‘realmente’, se é boa o suficiente para dar o seu amor ou se o seu amor será aceito. Se, de qualquer maneira, uma pessoa com este tipo de problema ama intensamente outra pessoa, pode perder sua autonomia e, no final, este amor vai machucar.

As pessoas não precisam de um psicólogo profissional para lhes dizer que o amor muitas vezes pode se transformar em algo doloroso, mas será que um terapeuta realmente pode ajudar? Eu vou responder a esta pergunta descrevendo alguns casos nos quais a tecnologia do panorama social foi aplicada para ajudar a remover a dor do amor.

MIRIAM

Miriam, uma de minhas clientes, havia acabado de descobrir que seu marido estava tendo um caso havia seis meses. Ela me disse ser dependente demais do marido, que não havia prazer no relacionamento deles e que tinha feito ajustes demais em sua vida para agradá-lo. Somado a isto, Miriam acreditava que sua dependência havia jogado o marido nos braços de outra mulher.

Comecei propondo a ela: “Imagine a si mesma no meio de todas as pessoas... onde você percebe a sua filha?” Miriam contou-me que sua filha estava dois metros à sua frente, à direita. Após ter me certificado de que ela estava me compreendendo perguntei a ela: “Onde você vê o Harry (seu marido)?” Sem a menor hesitação ela me disse que ele estava dois metros e meio à sua frente. Ela acrescentou que ele estava distante assim devido ao que ela acabara de descobrir sobre ele; então eu perguntei: “Onde o Harry estava localizado antes de você descobrir sobre este caso, digamos há seis meses atrás?” Miriam riu, e disse: “A vinte centímetros de distância, bem à minha frente. Eu ergo os olhos para admirá-lo...”\*

Uma mudança mais dramática aconteceu após eu sugerir: “Por que não mudar Harry para o lado, de que lado você preferiria?” Ela o colocou à sua própria esquerda e imediatamente se sentiu muito melhor. Prossegui perguntando a ela: “Por que não fazer com que ele fique um pouco mais baixo?” Miriam pensou profundamente por um momento. Quando sua atenção retornou para o aqui e agora, disse-me: “Eu não posso fazer com que ele fique menor, se eu fizesse isto, não conseguiria respeitá-lo, e eu preciso respeitá-lo para ser capaz de amá-lo.”

Ainda assim, parte de Miriam ainda queria o que ela chamou de ‘relacionamento de igualdade’ e, para isso, precisaria de um marido mais baixo. Aqui, usei a técnica de Bandler e Grinder (1979): *squash* visual-cinestésico. Sugerir que Miriam usasse suas mãos, sendo que uma mão representaria a parte de Miriam que queria ‘igualdade’ e a outra mão conteria a parte que queria amá-lo e respeitá-lo. Embora suas mãos não tenham conseguido se unir para integrar os dois desejos, elas realmente ficaram mais próximas uma da outra.

---

\* N.R.: no original, ‘I look up to him...’ significa tanto olhar para cima como admirar, respeitar alguém.

Assim Miriam viu Harry se tornar ligeiramente menor, mas ela ainda podia amá-lo e respeitá-lo. Para surpresa de Miriam, ele ficou verde; ela não conteve o riso quando isto aconteceu. “Agora posso me divertir novamente,” comentou.

Uma abordagem alternativa, de diminuir o tamanho da pessoa amada, é aumentar a autoimagem da pessoa que ama. Minha experiência até agora tem mostrado que qualquer que seja a abordagem utilizada, estas duas coisas acontecem de qualquer forma, quando alguém chega a uma solução ecológica a autoimagem será melhorada e a pessoa amada vai ficar mais ou menos do mesmo tamanho.

#### JOANNE

Joanne, outra cliente, se queixou de nunca conseguir se entregar completamente no casamento atual. “Se entregar completamente é uma experiência intensa”, comentou, e ela sabia do que estava falando. Eu perguntei a ela como sabia isso. Explicou que uma vez havia se entregado completamente a alguém, Nicholas, seu primeiro namorado. Ela tinha quinze anos e ficou totalmente obcecada pelo rapaz, a quem adorava acima de tudo. O relacionamento com Nicholas durou quase um ano e, então, ele repentinamente a deixou. Isso fora há dezenove anos, mas no panorama social de Joanne, Nicholas ainda era central, muito próximo e alto – ele até mesmo ficava trinta centímetros mais próximo do que o atual marido de Joanne! Joanne confessou: “Eu ainda amo aquele garoto. Eu o vejo em minha mente do jeito que era: elegante, alto e fazendo o que ele achava melhor. Eu consigo sentir isso de novo!”

Perguntei a Joanne se ela se lembrava de como enfrentara o rompimento com Nicholas. Ela explicou que uma vez que os pais dela não haviam sido capazes de lhe dar apoio – o pai fora o primeiro namorado de sua mãe também – ela tivera que superar a perda por conta própria. Após um ano examinando suas emoções e motivos, chegou à conclusão que “render-se a alguém leva à solidão”, e disse que já havia conhecido a solidão bem demais no início da juventude. Esta crença limitante parecia estar no âmago do problema de Joanne. Render-se ao marido a levaria à solidão: “como o miolo da maçã que é jogado fora”.

Enquanto eu trabalhava com Joanne, descobri que os pais dela a



negligenciaram. Isso a deixou com um frágil senso de identidade: “Pode partir-se em pedaços a qualquer momento”, ela me disse. “Eu admirava Nicholas quando tinha quinze anos porque ele tinha muita autoconfiança e poder pessoal.” De fato, seu amor por ele também estava orientado no sentido de que ela mesma adquirisse estas qualidades. Tivera a esperança de que a sua paixão poderia ajudá-la a estabelecer uma sólida identidade também, mas esta tentativa não funcionou de jeito nenhum. Apaixonar-se por Nicholas não lhe deu nenhum grão de autoconfiança e, quando terminaram, aconteceu exatamente o oposto; ela perdeu uma montanha de autoestima.

Na sessão de terapia seguinte Joanne pôde fortalecer seu senso de eu (Técnica 13). Mudou a crença limitante (Técnica 17) de que ‘render-se leva à solidão’. Modificou sua história pessoal (Técnicas 42, 43 e 45) de tal maneira que não teria se apaixonado por Nicholas de jeito nenhum e teria aproveitado por mais tempo sua infância. Após isso, Nicholas saiu de seu círculo íntimo para um local onde não era nada além de uma pessoa legal do passado. Finalmente, após todas estas mudanças terem acontecido, adquiriu confiança suficiente para se render à paixão e pôde sentir isto por seu marido que estava com ela havia dez anos. Durante as mudanças, ele moveu-se para mais perto dela em seu panorama social.

## ***2.12 Técnicas básicas para a melhoria das relações***

Este livro integra o discurso científico com as aplicações práticas. Para construir uma ponte sobre a lacuna que existe entre o domínio da discussão, observação, hipótese e as ferramentas terapêuticas para pessoas reais, precisamos pressupor várias coisas como sendo verdadeiras. Tais pressuposições são crenças determinadas, ajudam a criar certeza onde de fato não há certeza nenhuma. Ao fazer isso, servem a um propósito pragmático, simplificam a realidade para possibilitar que o praticante tome decisões.

***Pressuposição três:*** *As personificações não podem ser apagadas, mas transformadas através da modificação dos fatores de personificação (principalmente localização, habilidades e perspectiva).*





## Posfácio

Meu amigo e colega, Wolfgang Walker de Berlin, tem aplicado o padrão do panorama familiar com mais de setenta pacientes psiquiátricos (maio de 2004). Ele também afirma que em muitos casos isto tem melhorado a vida de seus clientes. Estas são ótimas notícias! O entusiasmo daqueles que trabalham neste campo é a melhor promoção para uma ferramenta como esta. O panorama social me ajuda todos os dias em meu trabalho com os clientes e não consigo imaginar como poderia trabalhar sem ele.

Para mim, pessoalmente, ele representa uma corrente de novos *insights* surpreendentes que tem alimentado minha motivação para continuar com este projeto de longo prazo.

Entretanto, escrever um livro como este parece uma história sem fim. Pode-se sempre melhorar cada frase ou pensar em modificar todo conceito. Ele poderia ser mais científico, poderia ser mais como um relato de casos ou ter um estilo mais narrativo... Mas é apenas o que é: um livro a ser publicado sobre o assunto.

Levou 10 anos desde a invenção do termo 'panorama social' até esta edição em inglês e devo admitir que cada passo foi difícil. Mas tendo sido um montanhista durante a maior parte de minha vida, sei que um pico de montanha conquistado a duras penas geralmente é o mais maravilhoso.

Eu conduzi você montanha acima através deste texto, mas mesmo o melhor dos guias não pode carregar um escalador até o cume e depois trazê-lo de volta. Se você alcançou este ponto alto comigo, dou-lhe os parabéns. Você seguiu os meus passos, mas foi você quem prosseguiu colocando um pé após o outro até alcançar o cume, esta última página.

## ***Bibliografia***

Abram, D., 1997, *The Spell of the Sensuous*, Vintage Books, Random House, New York.

Abrams, R., 1999, *When Parents Die; Learning to Live with the Loss of a Parent*, Routledge, East Sussex, England.

Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D. J. and Sanford, R. M., 1950, *The Authoritarian Personality*, Harper, New York.

Ahsen, A., 1968, *Basic Concepts in Eidetic Psychotherapy*, Random House, New York.

Ahsen, A. and Lazarus, A. A., 1972, *Eidetics: An Internal Behaviour Approach*. In: Lazarus, A. A., *Clinical Behavior Therapy*, Brunner Mazel, New York.

Akstein, D., 1991, *Un Voyage a Travers la Transe; La Terpsichore-Transe-Thérapie*, Editions Sand, Paris.

Allport, G.W., 1954, *The Nature of Prejudice*, Addison-Wesley, Reading, MA.

Alstadt, D. and Kramer J., 1993, *The Guru Papers: Marks of Authoritarian Power*, Frog Press, Berkeley.

Andreas, S., 2001, *Building Self-Concept*, Anchor Point Magazine, July 2001, Vol. 15, No. 7.

Andreas, S. and Andreas, C., 1989, *Heart of the Mind*, Real People Press, Moab, Utah.

Andreas, S., Faulkner, C. & McDonald, R., 1995, *PNL - A Nova Tecnologia do Sucesso*, Editora Campus, Rio de Janeiro, RJ.

Andreas, T. & Andreas, C., 1996, *Transformação Essencial; Atingindo a Nascente Interior*, Summus Editorial, São Paulo, SP.

Augoustinos, M., and Innes, J. M., 1990, *Towards an Integration of*

Social Representations and Social Schema Theory. In: *British Journal of Social Psychology*, 29, 213-31.

Baars, B.J., 1983, Conscious Content Provide the Nervous System with Coherent, Global Information. In: Davidson, G., Schwarz, G., and Shapiro, Consciousness and Self Regulation: Advances in Research and Theory, Vol. III, Plenum Press, New York.

Bailey, D., 1997, Computational Model of Embodiment in the Acquisition of Action Verbs, PhD. dissertation.

Bakan, P., 1978, Two Streams of Consciousness: A Typological Approach. In: Pope, K. and Singer, J. (eds.), *The Stream of Consciousness*, Plenum Press, New York.

Baker, R. and Oram, E., 1998, *The Great Baby Wars*, Fourth Estate Limited, London.

Baldwin, J. M., 1987, *Social and Ethical Interpretations in Mental and Social Development*, Macmillan, New York.

Ballif, B., 1981, The Significance of the Self-Concept in the Knowledge Society. In: Lynch, M. and Norem-Hebeisen, A., Computer Science Division, EECS department, University of California, Berkeley.

Bandler, R., 1987, *Usando Sua Mente: As Coisas Que Você Não Sabe Que Não Sabe*, Summus Editorial, São Paulo, SP.

Bandler, R., and Grinder, J., 1975a, *Patterns of the Hypnotic Techniques of Milton H. Erickson, MD Part 1*, Meta Publications, Cupertino, CA.

Bandler, R., & Grinder, J., 1977, *A Estrutura da Magia*, Editora Guanabara Koogan, Rio de Janeiro, RJ.

Bandler, R., & Grinder, J., 1979, *Sapos em Príncipes*, Summus Editorial, São Paulo, SP.

Bandler, R., & Grinder, J., 1986, *Ressignificando - Programação Neuro-Linguística e a Transformação do Significado*, Summus Editorial, São Paulo, SP.

Bandler, R., Grinder J., and Satir, V., 1976, *Changing With Families*, Science and Behavior Books, Inc., Palo Alto, CA.

Baron-Cohen, S., 1991, *The Theory of Mind Deficit in Autism: How Specific Is It?* In: *British Journal of Developmental Psychology*, 9, 301-314.

Bateson, G., 1972, *Steps to an Ecology of Mind*, Ballantine, New York.

Bateson, G., and Mead, M., 1942, *Balinese Character: A Photographic Analysis*, New York Academy of Sciences, New York.

Beahrs, J., 1982, *Unity and Multiplicity; Multilevel Consciousness of Self in Hypnosis*, Brunner Mazel, New York.

Bem, D. J., 1967, *Self-Perception: An Alternative Interpretation of Dissonance Phenomena*, *Psychological Review*, 74, 183-200.

Bertalanffy, L., 1968, *General Systems Theory*, Braziller.

Bolstad, R., 2002, *Resolve: A New Model of Therapy*, Crown House Publishing Ltd, Carmarthen, Wales.

Bolstad, R., and Hamblett, M., 1999, *The Unanswerable Question*. In: *Anchor Point*, Vol. 13, No. 7, July 1999.

Bolstad, R., and Hamblett, M., 2001, *Why the Moon Changes Size: The Neurology of Submodalities*. In: *NLP World*, Vol. 8, No. 1.

Boon, S. and Draaijer, N., 1995, *Screening en Diagnostiek van Dissociatieve Stoornissen*, Swets & Zeitlinger bv, Lisse.

Bostic St. Clair, C. and Grinder, J., 2001, *Whispering in the Wind*, J&C Enterprises, Scotts Valley, California.

Boszormenyi-Nagy, I., 1987, *Foundation of Contextual Therapy: Collected Papers of Ivan Boszormenyi-Nagy*, Brunner Mazel, New York.

Bourguignon, E., 1968, *World Distribution and Patterns of Posses-*

sion States. In: Prince, R. (ed.), *Trance and Possession States*, R. M. Bucke Memorial Society, Montreal.

Braun, B., 1986, *Treatment of Multiple Personality Disorder*, American Psychiatric Press, New York.

Brown, R., 1988, *Group Processes*, Blackwell, Oxford.

Burgoon, J., 1991, Relational Message Interpretations of Touch, Conversational Distance, and Posture. In: *Journal of Nonverbal Behavior*, Vol. 15, 4, 1991.

Cameron-Bandler, L., 1978, *And They Lived Happily Ever After*, substantially Revised as *Solutions*, 1985, Real People Press, Moab, Utah.

Cameron-Bandler, L. and Lebeau, M., 1986, *The Emotional Hostage: Rescuing Your Emotional Life*, Future Pace, San Rafael, CA.

Campbell, J., 1992, *As Máscaras de Deus*, Palas Athena, São Paulo, SP.

Cipoletti, M. S., 1989, *Langsamer Abschied; Tod und Jenseits im Kulturvergleich*, Museum fuer Voelkerkunde, Frankfurt am Main.

Cladder, H., 2000, *Oplossingsgerichte Korte Psychotherapie*, Swets & Zeitlinger, Lisse.

Cladder, H., 2001, *Metenweten*. In: *De Eekhoorn*, negende jaargang, nummer 2, maart 2001.

Cotkin, G., 1990, *William James and Psychological Discourse of Heroism*, Lezing op het Principles Congress 1990, William James Foundation, Amsterdam.

De Shazer, S., 1989, *Wege de Erfolgreiche Kurztherapie*, Stuttgart, Klett-Cotta.

Dekkers, M., 1997, *De Beste Beesten 2*, Uitgeverij Contact, Amsterdam.

DeLozier, J. and Grinder, J., 1987, *Turtles All the Way Down: Prerequisites to Personal Genius*, Bonny Doon, California.

Demer, M., and Pyszczynski, T., 1978, *Effects of Erotica Upon Men's Loving and Liking Responses for Women They Love*. In: *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, 36, 1302-1309.

Derks, L., 1984, *Geheime Psychologie; een theoretische basis voor de therapeimethode van Bandler en Grinder*, William James Foundation, Amsterdam.

Derks, L., 1988, *Creativiteitsmanagement*, IEP publicaties, Nijmegen, Later, SON Repro service, Eindhoven.

Derks, L., 1989, *Psychotherapie een Kwestie van Wennen*, William James Foundation, Amsterdam.

Derks, L., 1992, *De Postume Colleges van Herman Blaas*. In: *De Knipscheer*, Amsterdam.

Derks, L., 1995, *Exploring the Social Panorama*. In: *NLP World*, Vol. 2, No. 3, 28-42, November 1995.

Derks, L., 1996, *Teambuilding met het Sociaal Panorama*. In: *NVN-LP informatiebulletin*, November 1996.

Derks, L., 1997a, *Family Systems in the Social Panorama*. In: *NLP World*, Vol. 4, No. 1, March 1997.

Derks, L., 1997b, *Personifikaatio Ihmisten Keskeisessa Kanssakaymisessa*. In: *NLP Mielilehti*, No. 2/97, Finland.

Derks, L., 1998a, *De Levenlijn*, Son Reproservice, Eindhoven.

Derks, L., 1998b, *Families in the Social Panorama*. In: *Anchor Point*, Vol. 12, No. 2, February 1998.

Derks, L., 1998c, *Gedachtenmonsters: Gesprekken over de Beleving van Bodemverontreiniging, Rapporten Programma Geïntegreerd Bodemonderzoek, Deel 18*, Wageningen.

Derks, L., 1998d, The Social Panorama Model: Social Psychology Meets NLP, SON Repro Service, Eindhoven.

Derks, L., 1999a, Perheet the Social Panorama Mallissa. In: NLP Mielilehti, 2, 1999, Finland.

Derks, L., 1999b, Spoken in de Kop; De Sociaal Panorama Gids, Son repro service, Eindhoven.

Derks, L., 2000a, Das Soziale Panorama bei Verhandlungen; NLP-Friedensgesprache. In: Multi Mind, 6, 9, 2000.

Derks, L., 2000b, Das Spiel Sozialer Beziehungen; NLP und die Struktur zwischenmenschlicher Erfahrung, Klett-Cotta, Stuttgart.

Derks, L., 2000c, De Verkenning van Het Spirituele Panorama. In: Inzicht, nummer 5, zomer 2000.

Derks, L., 2000d, Iedereen is voor een schone bodem. In: Bodem, tijdschrift voor duurzaam bodembeheer, jaargang 10, nummer 4, augustus 2000, Samson bv, Alphen aan de Rijn.

Derks, L., 2002, Sociale Denkpatronen: en het veranderen van onbewust social gedrag, Servire, Utrecht.

Derks, L., 2003, Alien Lessons, Anchorpoint, Vol. 17, No. 5, May 2003.

Derks, L. and Goldblatt, R., 1985, The Feedforward Conception of Consciousness: A Bridge between Therapeutic Practice and Experimental Psychology, The William James Foundation, Amsterdam.

Derks, L. and Hollander, J., 1996a, Essenties van NLP, Utrecht, Servire.

Derks, L. and Hollander, J., 1996b, Exploring the Spiritual Panorama. In: NLP World, Vol. 3, No. 2, July 1996.

Derks, L. and Hollander, J., 1998, Systemic Voodoo. In: Anchor Point, Vol. 12, No. 3, March 1998.



Derks, L. and Sinclair, J. D., 1990, *Racing the Turbo Brain*, William James Foundation, Amsterdam.

Derks, L., and Sinclair, J. D., 2000, *Expanding the Neuro in NLP*, NLP World, Vol. 7, No. 2, July 2000.

Diener, E., 1980, *Deindividuation: The Absence of Self-awareness and Self-regulation in Group Members*. In: P. B. Paulus (ed.), *Psychology of Group Influence*, Erlbaum, Hillsdale, NJ, pp. 209-42.

Dilts, R., Hallbom, T. & Smith, S., 1993, *Crenças: Caminhos para a Saúde e o Bem-estar*, Summus Editorial, São Paulo, SP.

Dilts, R., and DeLozier, J., 2000, *Encyclopedia of Systemic Neuro-Linguistic Programming and NLP New Coding*, NLP University Press, Santa Cruz, California.

Dilts, R. and Epstein, T., 1989, *NLP in Training Groups*, Dynamic Learning Publications, Santa Cruz, California.

Dilts, R. and McDonald, R., 1996, *Tools of the Spirit*, Meta Publications, Cupertino, California.

Duba, R. M., 2000, *Links-rechts aandacht patron*, Cursus materiaal in de SETH hypnose opleiding.

Edelstein, M. G., 1981, *Trauma, Trance and Tranceformation*, Brunner Mazel, New York.

Ellis, A., 1973, *Humanistic Therapy: The Rational Emotive Approach*, McGraw Hill, New York.

Erickson, M. H., 1967, *Advanced Techniques of Hypnosis and Therapy*, Selected papers, edited by Haley, J. Grune & Stratton, Inc., Orlando, Florida.

Erickson, M. H. and Rossi, E. L., 1983, *Exploratives in Hypnotherapie*, Van Loghem Slaterus bv, Deventer.

Erickson, M. H., Rossi, E. L. and Rossi, S. I., 1976, *Hypnotic Realities: The Induction of Clinical Hypnosis and Forms of Indirect Suggestion*, Irvington Publishers, New York.

Evarts, E. V., 1967, Mind Activity-Sleep and Wakefulness. In: Quattor, G. C., Melnechuk, J., and Schmitt, O. (eds.), *The Neuro Science Study Program*, Rockefeller University Press, New York.

Fauconnier, G., 1997, *Mappings in Thought and Language*, Cambridge University Press, New York.

Fauconnier, G., and Turner, M., 2002, *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, Basic Books, New York.

Ferguson, M., 1990, *Book of PragMagic: Pragmatic Magic for Everyday Living*, Pocket Books, New York.

Fernando, S., 2003, *Cultural Diversity, Mental Health and Psychiatry: The Struggle Against Racism*, Brunner-Routledge, Hove, Sussex, England.

Fiske, S. T. and Taylor, S. E., 1991, *Social Cognition*, McGraw-Hill, New York.

Fitzgerald, M., 2003, *Autism and Creativity: Is There a Link between Autism in Men and Exceptional Ability?*, Brunner-Routledge, Hove, Sussex, England.

Flanagan, B., 1999, *Logical Levels and Systemic NLP* by Wyatt Woodsmall. Letter in: *NLP World*, Vol. 6, No. 2, July 1999.

Folette, V. M., Ruzek, J. I. and Abeug, F. R., 1999, *Cognitive-Behavioral Therapies for Trauma*, Guilford Press, East Sussex, England.

Frijda, N., 1986, *The Emotions*, Cambridge University Press, Cambridge.

Fuller Torrey, E., 1975, *De Dood van de Psychiatrie*, Bert Bakker, Den Haag.

Fuller Torrey, E., 1986, *Witchdoctors and Psychiatrists*, Harper and Row, New York.

Gergen, K. J., 1998, *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life*, Basic Books, HarperCollins Publishers, USA, 1991.

Gershon, M., 1998, *The Second Brain*, HarperCollins, New York.

GGZ Nederland, 2001, *Aktieplan Intercuturalisatie Implementatievoorstel 2001*, Postbus 8400, 3503 RK, Utrecht.

Giel, R., 1978, *Vreemde Zielen: Een sociaal psychiatrische verkenning van andere culturen*, Boom, Assen.

Goleman, D., 1996, *Inteligência Emocional – A Teoria Revolucionária que Redefine O Que É Ser Inteligente*, Editora Objetiva, Rio de Janeiro, RJ.

Greenspan, S. I., 1997, *The Growth of the Mind and the Endangered Origins of Intelligence*, Nederlandse vertaling: (1998) *De Ontwikkeling van Intelligentie*. Uitgeverij Contact, Amsterdam.

Grinder, J., 1998, Key Note lecture, DGNLP kongress 1998, Bad Neuheim, Duitsland.

Grinder, J. and Bandler, R., 1976, *The Structure of Magic*, Vol. II, Science and Behavior Books Inc., Palo Alto, CA.

Grinder, J., & Bandler, R., 1984, *Atravessando: Passagens em Psicoterapia*, Summus Editorial, São Paulo, SP.

Grochowiak, K., 1996, *Da NLP-practitioner Handbuch*, 2. Auflage, Junfermann, Paderborn.

Grove, D., 1998, *The Philosophy and Principles of Clean Language*, talk given at the Clean Language Research Day in London, 13 November 1998.

Grove, D. J. and Panzer, B., 1989, *Resolving Traumatic Memories: Metaphors and Symbols in Psychotherapy*, Irvington, New York.

Gunn, J., 1991, *Human Violence: A Biological Perspective*. In: *Journal of Criminal Behavior and Mental Health*, Vol. 1, 1991, 1.

Haley, J., 1976, *Problem Solving Therapy: New Strategies for Effective Family Therapy*, Jassey-Bass, Inc. Publishers, San Francisco.

- Hall, E. T., 1966, *The Hidden Dimension*, Doubleday, New York.
- Hall, M., 1996, *Dragon Slaying: Dragons to Princes*, E.T. Publications, Grand Junction, Colorado.
- Hall, L. M. and Bodenhamer, B. G., 1999, *The Structure of Excellence: Unmasking the Meta-Levels of Submodalities*, E.T. Publications, Grand Junction, Colorado.
- Hancock, G., 1995, *Fingerprints of the Gods*, Heinemann, London.
- Hanson, J. L., 1995, *Invisible Patterns: Ecology and Wisdom in Business and Profit*, Quorum Books, Westport, Connecticut, London.
- Hart, van der O., 1991, *Trauma, Dissociatie en Hypnose*, Swets & Zeitlinger, Amsterdam.
- Heider, F., 1958, *The Psychology of Interpersonal Relations*, Wiley, New York.
- Hellinger, B., 1995, *Ordens do Amor*, Editora Cultrix, São Paulo, SP.
- Hellinger, B., 1999, *A Simetria Oculta do Amor*, Editora Cultrix, São Paulo, SP.
- Hermans, J. M., 1988, On the Integration of Idiographic and Nomothetic Research Method in the Study of Personal Meaning, *Journal of Personality*, 56, 785-812.
- Hermans, J. M., 1990, The Significance of William James for Modern Self-Psychology, *Lezing op het 1990, Principles Congress*, William James Foundation, Amsterdam.
- Hilgard, E., 1977, *Divided Consciousness*, Wiley, New York.
- Hoenderdos, H. T. W., 1994, *Toepassing van Veranderingstechnieken*, Stichting voor Hypno-, Gedrgas en Verbaaltherapie, Vels-erbroek.
- Hoffmann, G. L., 2001, *Beyond the Reality Principle of Convention*, Eigen publicatie binnen Avatar, Zwitserland.

Hogg, M. and Vaughan, G. M., 1995, *Social Psychology: An Introduction*, Prentice Hall/Harvester Wheatsheaf, Hemel Hempstead.

Hollander, J., 1997, *Trance & Magic*, Becht, Haarlem.

Hollander, J., 1999, *NLP and Science: Six Recommendations for a Better Relationship*. In: *NLP World*, Volume 6, No. 3, November 1999.

Hollander J., Derks, L. and Meijer, A., 1990, *NLP in Nederland*, Servire, Utrecht.

Hollander, J., Derks, L., and Tanebaum, B., 1996, *The Modelling of Magic*. In: *NLP World*, Vol. 3, No. 3, November 1996.

Hubble, M. A., Duncan, B. L. and Miller, S. D., 1999, *The Heart & Soul of Change: What Works in Psychotherapy*, American Psychological Association, Washington, DC.

Isert, B. and Rentel, K., 2000, *Wurzeln der Zukunft; Lebensweg-Arbeit, Aufstellungen und systemische Veraenderung*, Junfermann, Paderborn.

Jacobson, S., 1986, *Meta-cation: New Improved Formulas for Thinking about Thinking*, Meta Publications, Cupertino.

James, T., and Woodsmall, W., 1988, *Terapia da Linha do Tempo e a Base da Personalidade*, série Krystall, Editora Eko, Livraria Alemã, Blumenau, SC.

James, W., 1890, *The Principles of Psychology*, Dover Publications, New York.

James, W., 1907, *Pragmatism: A New Name for Some Old Ways of Thinking*, Longmans, Green & Co, New York.

James, W., 1956 [1897], *The Will to Believe and Other Essays in Popular Philosophy*, Dover, New York.

James, W., 1961 [first edition 1902], *The Varieties of Religious Experience*, Collier Books, New York, NY.

James, W., 1992, *De Hoofdsom van de Psychologie: Een Selectie uit de Principles of Psychology*, samengesteld door Douwe Draaisma, Swets & Zeitlinger bv, Amsterdam/Lisse.

Janet, P., 1889, *L'Automatisme Psychologique*, Felix Alcan, Parijs. Heruitgave: 1971, Societe Pierre Janet, Paris.

Jaynes, J., 1976, *The Origin of Consciousness in the Breakdown of the Bicameral Mind*, Houghton Muffin, Boston.

Jenner, K. D. and Wiegers, G. A., 1998, *Heilig boek en religieus gezag: ontstaan en functioneren van canonieke tradities*, Kok, Kampen.

Johnstone, K., 1990, *Impro: Improvisatie en theatre*, International Theatre & Film Books, Amsterdam.

Kalma, A., 1991, Hierarchisation and dominance assessment at first glance. In: *European Journal of Social Psychology*, Vol. 21, 2, 1991.

Kampenhout, D. van, 2001, *Die Heilung kommt von ausserhalb; Schamanismus und Familienstellen*, Carl-Auer-Systeme Verlag, Heidelberg.

Klass, D., 1999, *The Spiritual Lives of Bereaved Parents*, Brunner Mazel, London.

Klinger, E., 1978, Modes of Normal Conscious Flow. In: Pope, K. and Singer, J. L. (eds.), *The Stream of Consciousness*, Plenum Press, New York and London.

Koch, H., 1955, The Relation of Certain Family Constellation Characteristics and the Attitude of Children towards Adults, *Child Development*, 26, 13-40.

Koch, H., 1958, Der Einfluss der Geschwister auf die Persönlichkeit-entwicklung Jüngere Knaben, *Jahrbuch Psychologie und Psychotherapie*, 5, 211-225.

Krakauer, S. Y., 2000, *Treating Dissociative Identity Disorder*, Brunner Routledge, East Sussex, England.

Kunda, Z., 1999, *Social Cognition: Making Sense of People*, MIT Press, Cambridge, MA.

Lakoff, G., 1987, *Woman, Fire and Dangerous Things*, University of Chicago Press, Chicago.

Lakoff, G. and Johnson, M., 1980, *Metaphors We Live By*, University of Chicago Press, Chicago and London.

Lakoff, G. and Johnson, M., 1999, *Philosophy in the Flesh*, Basic Books, Perseus Book Group, New York.

Lamers, I., 2000, *He, wie ben jij? Spel contact met autistische kinderen*. In: Poel, L. (ed.), *Spel Werkt. Sociale beroepen reeks 13*, HvU Press, Utrecht.

Lange, A., 2000, *Gedragsverandering in Gezinnen*, Wolters Noordhoff, Groningen.

Lankton, S. R. and Lankton, C. H., 1983, *The Answer Within: A Clinical Framework of Ericksonian Hypnotherapy*, Brunner Mazel Publishers, New York.

Lawley, J. and Tompkins, P., 2000, *Metaphors in Mind: Transformation Through Symbolic Modeling*, The Developing Company Press, London.

Lawley, J. and Tompkins, P., 2003, *Clean Space: Modeling Human Perception through Emergence*, Anchorpoint, Vol. 17, No. 8, September.

Lewin, K., 1951, *Field Theory in Social Science*, Harper and Row, New York.

Lewis, I. M., 1971, *Ecstatic Religion: A Study of Shamanism and Spirit Possession*, Routledge, London and New York.

Lewis, R. D., 1997, *When Cultures Collide: Managing Succesfully Across Cultures*, Nicholas Brealy Publishing, London.

Lewis, T., Amini, F. and Lannon, R., 2000, *A General Theory of Love*, Random House, New York.

Lorenz, K., 1961, *Evolution and Modification of Behavior*, Harvard University Press.

Mandell, A. J., 1980, *Towards a Psycho-biology of Trancedence: God in the Brain*. In: Davidson, J. M. and Davidson, R. J. (eds.), *The Psychobiology of Consciousness*, Plenum Press, New York.

Mandler, G., 1979, *Thought Processes, Consciousness and Stress*. In: Hamilton, V. and Warburton, D. M., *Human Stress and Cognition*, Wiley, New York.

Martin, L. L. and Clark, L. F., 1990, *Social Cognition: Exploring the Mental Processes Involved in Human Social Interaction*. In: M. W. Eysenck (ed.), *"Cognitive Psychology": An International Review*, Vol. 1, 266-310, Wiley, Sussex.

Matzken, R., 1995, *Met fantasie naar de nieuwe tijd*, Moria, Hilversum.

Matzken, R., 1996, *NLP in een Bijbels perspectief*, Amersfoortse studies, Amersfoort.

Mavromantis, A., 1987, *Hypnagogia: The Unique State of Consciousness Between Wakefulness and Sleep*, Routledge, New York.

McDonald, R., 1997, *Brief Therapy: An Introduction to NLP and Emotional Transformation*, Workshop handouts: 29, 30 & 31 oktober 1997, IEP, Nijmegen.

Mead, G. H., 1934, *Mind, Self and Society*, University Press of Chicago, Chicago.

Merlevede, P., Bridoux, D. and Van Damme, R., 2001, *7 Steps to Emotional Intelligence*, Crown House Publishing Ltd, Carmarthen, Wales.

Mervis, C., 1984, *Early Lexical Development: The Contribution of Mother and Child*. In: Sophian, C. (ed.), *Origins of Cognitive Skills*, Erlbaum, Hillsdale, New York.



Minuchin, S. & Fishman, H. C., 1990, *Técnicas de Terapia Familiar*, Artes Médicas, Porto Alegre, RS.

Mithen, Stephen, 1998, *The Prehistory of the Mind*, Thames & Hudson.

Mol, H., 1996, *NlsPel, Son Repro*, Eindhoven.

Mol, H., 1998, *Kijk eens om je heen. Pesten en het Sociaal Panorama*. In: O. Buys, Poel, L. (eds.), *Spel werkt. Sociale beroepen reeks 10*, HvU Press, Utrecht.

Moreno, J. L., 1991, *Die Grundlagen der Soziometrie*, Westdeutscher Verlag.

Morris, B. G., 1992, *Adolescent Leaders: Rational Thinking, Future Beliefs, Temporal Perspective, and Other Correlates*. In: *Adolescence*, Vol. 27, 1992, 105.

Moscovici, S., 1983, *The Pphenomenon of Social Representations*. In: R. M. Farr and S. Moscovici (eds.), *Social Representation*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 3-69.

Mulder, M., 1977, *Omgaan met macht: ons gedrag met elkaar en tegen elkaar*, Elsevier, Amsterdam.

Narayanan, S., 1997, *Embodiment in Language Understanding: Sensory-Motor Representations for Metaphoric Reasoning About Even Descriptions*, PhD Dissertation, Department of Computer Science, University of California, Berkeley.

O'Connor, J., and McDermott, I., 1997, *The Art of Systems Thinking*, Thorsons, Hammersmith, London.

Ostrom, T. M., 1989, *Three Catechisms for Social Memory*. In: Solomon, P. R., Goethals, G. R., Kelly, C. M. and Stephens, B. R. (eds.), *Memory: Interdisciplinary Approaches*, Springer-Verlag, New York, pp. 201-20.

Ötsch, W., 2000, *Heider light: Handbuch fuer Demagogie*, Czernin Verlag, Wien.

Ötsch, W., 2001, Demagogische Vorstellungs-Welten; Das Beispiel der FPÖ, Johannes Kepler Universität Linz: In druk.

Ötsch, W., and Stahl, T., 1997, Das Wörterbuch de NLP, Junfermann, Paderborn, Duitsland.

Palmer, H., 1987, Creativism: The Art of Living Deliberately, Star's Edge International, Longwood, Florida.

Palmer, H., 1994, Leven vanuit vrije wil, Bruna, Utrecht.

Pannekoek, L., 1983, Aandacht, sympathie en liefde, Ank Hermes, Deventer.

Perls, F., 1969, Gestalt Therapy Verbatim, Real People Press, Moab, Utah.

Piaget, J., 1965, A Representação do Mundo na Criança, Editora Ideias e Letras, Aparecida do Norte, SP.

Pouwel, J., 1992, De voorouders en haar Winti. In eigen beheer, Amsterdam.

Prochaska, J. O., 1984, Systems of Psychotherapy: A Transtheoretical Analysis, The Dorsey Press, Homewood, Illinois.

Raven, B. H., 1965, Social Influence and Power. In: Steiner, I. D. and Fishbein, M. (eds.), Current Studies in Social Psychology, Holt, Rinehart and Winston, New York, pp. 371-82.

Roberts, J., 1978, The Afterdeath Journal of an American Philosopher: The World View of William James, Prentice-Hall Inc, New York.

Rosch, E., and Lloyd, B. B., 1978, Cognition and Categorization, Erlbaum, Hillsdale, New York.

Rosenblatt, P. C., 2000, Parent Grief: Narratives of Loss and Relationships, Brunner Mazel, East Sussex, England.

Rubin, Z., 1970, Measurement of Romantic Love. In: Journal of Personality and Social Psychology, 1970, 16, 265-273.

Rychlak, J. F., 1988, *The Psychology of Rigorous Humanism*, New York University Press, New York.

Satir, V., 1972, *Peoplemaking*, Science and Behavior Books, Palo Alto.

Schaffer, H. R., 1996, *Social Development*, Blackwell Publishers, Oxford, UK.

Schneider, W, and Shiffrin, R. M., 1977, *Controlled and Automatic Human Information Processing; Detection, Search and Attention*. In: *Psychological Review*, 84, 1-66.

Schwarz, R. C., 1997, *Internal Family Systems Therapy*, Guilford Press, East Sussex, England.

Selman, R. L., 1980, *The Growth of Interpersonal Understanding*, Academic Press, New York.

Shapiro, F., 1995, *Eye Movement Desensitization and Reprocessing: Basic Principles, Protocols, and Procedures*, Guilford Press, East Sussex, England.

Sheldrake, R., 1988, *A Presença do Passado*, Instituto Piaget, Lisboa, Portugal.

Sherif, M. and Hovland, C. I., 1961, *Social Judgement: Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change*, Yale University Press, New Haven, Connecticut.

Sinclair, J. D., 1982, *The Restprinciple: A Neurophysiological Theory of Behavior*, Lawrence Erlbaum, New York

Singer, J. L., 1974, *Imagery and Daydreaming: Methods for Psychotherapy and Behavior Modification*, Academic Press, New York.

Singer, J. L., 1990, *A Fresh Look at Repression, Dissociation, and the Defenses as Mechanisms and as Personality Styles*. In: Singer, J. L. (ed.), *Repression and Dissociation*, The University of Chicago Press Ltd, London.

Sokolov, E. N., 1977, *Inner Speech and Thought*, Plenum Press, New York.

Souget, F., 1985, *De achterzijde van de menselijke geest*, Swets & Zeitlinger b.v., Lisse.

Sparrer, I., 2001, *Wunder, Loesung und System. Lösungsfocussierte Systemische Structuraufstellungen fuer Therapie und Organisationsberatung*, Carl Auer Systeme, Heidelberg.

Sperry, L., 2001, *Spirituality in Clinical Practice*, Brunner-Routledge, East Sussex, England.

Stam, J. J., 1998, *Bringing the Roots of Organizations to Light*, Anchor Point, July 1998, Salt Lake City, Utah.

Steens, R., 1995, *Menselijke Communicatie*, De Interactie Academie, Schonebekestraat 33, Antwerpen.

Temple, R., 1989, *Open to Suggestion*, Aquarius Press, Thorsons, Wellingborough, Northamptonshire, England.

Toivonen, V. M. and Kauppi, T., 1993, *Persoonlijke communicatie over: Interconnectedness of NLP-modes*.

Toman, W., 1960, *Haupttypen der Familienkonstellation*, *Psychologische Rundschau*, 11, 273-284.

Toman, W., 1961, *Family Constellation*, Springer Publishing Company Inc., New York.

Tsjechov, M., 1953, *To the Actor*, Harper & Row, New York.

Turner, M., 1995, *The Literary Mind*, Oxford University Press, New York.

Varga von Kibet, M., 1995, *Ganz im Gegenteil. Querdenken als Quelle der Veraenderung*, Graphic-Consult, München.

Varga von Kibet, M., 2001, *Systemische Kreativitaetstraining*. In: Weber, G., (ed.), *Derselbe Wind laesst viele Drachen*, Carl Auer Systemen, Heidelberg.

Varga von Kibet, M., and Sparrer, I., 1998, *Structuraufstellungen*. Weber, G., (ed.), *Praxis des Familien-Stellens*, Carl Auer Systeme, Heidelberg.

Veldman, F., 1987, *Haptonomie: Wetenschap van de affectiviteit*, Erven Bijleveld, Utrecht.

Walker, W., 1996, *Abenteuer Kommunikation*. Bateson, Perls, Satir, Erickson und die Anfänge des Neurolinguistischen Programmierens (NLP), Klett-Cotta, Stuttgart.

Walsh, A., 1996, *The Science of Love: Understanding Love and Its Effects on Mind and Body*, Prometheus Books, New York.

Watkins, M., 1986, *Invisible Guests: The Development of Imaginal Dialogues*, Erlbaum, Hillsdale, NJ.

Watzlawick, P., Beavin, J. and Jackson, D., 1967, *Pragmatics of Human Communication*, W. W. Norton, New York.

Watzlawick, P., Weakland, J. and Fisch, R., 1974, *Change*, W. W. Norton, New York.

Weber, G., 1994, *Zweierlei Glueck; Die systemische Psychotherapie* Bert Hellingers, Carl Auer Verlag, Heidelberg.

Weber, G., 1998, *Praxis des Familien-Stellens; Beiträge zu systemische Lösungen nach Bert Hellinger*, Carl Auer Systemen, Heidelberg.

Weber, G., 2000, *Praxis des Organisationsaufstellung*, Carl Auer Systemen, Heidelberg.

Weber, G., 2001, *Derselbe Wind lässt viele Drachen steigen*, Carl Auer Systemen, Heidelberg.

Wessler, R. L., 1990, *Beyond Cognitive Therapy: Innovations in Treating Disorders of Personality*. Lezing, ter gelegenheid van het 100 jarige uitkomen van 'The Principles of Psychology', William James Foundation, Amsterdam.

Wessler, R.L. and Hankin-Wessler, S., 1989, Emotion and Rules of Living. In: Plutchik, R., and Kellerman, H., (eds.), Emotion: Theory, Research, and Experience, Vol. 5, 231-253, Academic Press, San Diego.

Wilber, K., 1997, Een beknopte geschiedenis van alles, Lemniscaat, Rotterdam.

Wolberg, L., 1948, Medical Hypnosis: Volume 1 and 2, Grune & Stratton, New York.

Woodsmall, W., 1999, 'Logical Levels' and Systemic NLP. In: NLP World, Volume 6, No. 1, March 1999.

Wrycza, P., 1996, Living Awareness: A Course in Open-heart Learning and Perception, Gateway Books, Bath, England.

Zeig, J. K., 1995, Seminários Didáticos com Milton H. Erickson (M.D.), Editorial Psy II, Campinas, SP.

Zimbardo, P. G., 1970, The Human Choice: Individuation, Reason, and Deindividuation, Impulse and Chaos. In: Arnold, W. J., and Levine, D., (eds.), Nebraska Symposium on Motivation, 1969, Vol. 17, 237-307, University of Nebraska Press, Lincoln.

Zimbardo, P. G., and Leippe, M. R., 1991, The Psychology of Attitude Change and Social Influence, McGraw-Hill, New York.

## *Mais informações sobre o Panorama Social*

*Sites internacionais de Lucas Derks e do Panorama Social:*

<http://www.socialpanorama.com>

<http://www.sociaalpanorama.nl>

*Site brasileiro do Panorama Social:*

<http://www.panoramasocial.com.br>

*Vídeos de entrevistas de Lucas Derks traduzidas para o português:*

<http://www.panoramasocial.com.br/htm/conteudos/videos.html>

*Livros, artigos e textos de Lucas Derks:*

<http://www.sociaalpanorama.nl/literatuur.asp>

*Links de alguns dos charts apresentados em treinamentos:*

<http://www.sociaalpanorama.nl/flipover.asp>

<http://www.panoramasocial.com.br/htm/conteudos/charts.html>

**Brasil, Portugal e países de língua portuguesa pedidos para**

Instituto de Desenvolvimento do Potencial Humano  
Av. Ipanema, 92 (519) – Sousas – Campinas – SÃO PAULO - Brasil  
Tel: +55 (19) 3258-6008 - Fax: +55 (19) 3258-4454  
E-mail: potencial.humano@idph.net ou potencial.humano@uol.com.br  
www.idph.com.br ou www.panoramasocial.com.br

**Reino Unido, Europa & resto do mundo pedidos para**

The Anglo American Book Company Ltd.  
Crown Buildings, Bancyfelin, Carmarthen, Wales SA33 5ND  
Tel: +44 (0) 1267 211880 ou 211886 - Fax: +44 (0) 1267 211882  
E-mail: books@anglo-american.co.uk  
www.anglo-american.co.uk

**África do Sul pedidos para**

Everybody's Books CC  
PO Box 201321, Durban North, 4016, RSA  
Tel: +27 (0) 31 569 2229 - Fax: +27 (0) 31 569 2234  
E-mail: warren@ebbooks.co.za

**EUA, Canadá & México pedidos para**

Crown House Publishing Company LLC  
4 Berkeley Street, 1st Floor, Norwalk, CT 06850, USA  
Tel: +1 203 852 9504 - Fax: +1 203 852 9619  
E-mail: info@CHPUS.com  
www.CHPUS.com

**Australásia pedidos para**

Footprint Books Pty Ltd.  
Unit 4/92A Mona Vale Road, Mona Vale NSW 2103, Austrália  
Tel: +61 (0) 2 9997 3973 - Fax: +61 (0) 2 9997 3185  
E-mail: info@footprint.com.au  
www.footprint.com.au

**Singapura pedidos para**

Publishers Marketing Services Pte Ltd.  
10-C Jalan Ampas #07-01  
Ho Seng Lee Flatted Warehouse, Singapore 329513  
Tel: +65 6256 5166 - Fax: +65 6253 0008  
E-mail: info@pms.com.sg  
www.pms.com.sg

**Malásia pedidos para**

Publishers Marketing Services Pte Ltd.  
Unit 509, Block E, Phileo Damansara 1, Jalan 16/11  
46350 Petaling Jaya, Selangor, Malaysia  
Têl : +03 7955 3588 - Fax : +03 7955 3017  
E-mail: pmsmal@streamyx.com  
www.pms.com.sg



## *Informações sobre a edição brasileira*

Essa edição em língua portuguesa brasileira do livro “Panorama Social” de Lucas Derks foi elaborada e produzida pela IDPH Editora e Livraria, empreendimento de apoio do Instituto de Desenvolvimento do Potencial Humano (<http://www.idph.com.br>).

O Instituto de Desenvolvimento do Potencial Humano apoia e promove treinamentos de alto desempenho de vários palestrantes internacionais que ofereçam excelente performance em público e alta qualidade de conteúdo. Tais eventos têm a finalidade de trazer esses contatos e conhecimentos disponíveis no mercado internacional para o público brasileiro, tão carente de produtos educacionais de alta qualidade.

Caso você tenha interesse de conhecer mais sobre os treinamentos de Lucas Derks no Brasil ou participar de algum deles, obtenha mais informações nos *sites* abaixo:

[www.panoramasocial.com.br](http://www.panoramasocial.com.br)

[www.idph.com.br](http://www.idph.com.br)

[www.abcdin.com.br](http://www.abcdin.com.br)

Caso você também tenha interesse em desenvolvimento de competências, “*softwares* cerebrais” e desenvolvimento pessoal, você tem aqui a sugestão de visitar os *sites* temáticos da comunidade do IDPH:

<http://www.academiadecompetencias.com.br>

<http://www.projetogalileu.com.br>

<http://www.academiadelideres.com.br>

<http://www.congressodeaprendizagem.com.br>

<http://www.universodainteligencia.com.br>

<http://www.aprendapnl.com.br>

<http://www.cbpnl.com.br>

<http://www.concentracaodinamica.com.br>

<http://www.desbloqueiodeidiomas.com.br>

<http://www.inteligenciadinamica.com.br>

<http://www.autocinetica.com.br>

<http://www.constelacoeshumanas.com.br>

<http://www.coachingestrutural.com.br>

<http://www.livre-sedosoculos.com.br>

## *Outras publicações do editor sobre métodos de aprendizagem*

### **MAPAS MENTAIS**

Enriquecendo Inteligências

Walther Hermann Kerth & Viviani Bovo - 2005

Mapas mentais, mapeamento mental ou de informações, entre outros, são diferentes nomes para designar uma metodologia esquemática de organização e registro de informações. Da mesma forma que guardar um pertence pode preservar tal objeto, as técnicas de registro de informações foram desenvolvidas empiricamente por indivíduos que obtêm excepcional desempenho de memorização, ordenação e resgate de conhecimentos, identificados como aquelas pessoas que aprendem muito, são excelentes alunos e, no entanto, nem sempre se esforçam muito para isso!



Essas técnicas foram observadas e estudadas para que pudessem ser ensinadas, principalmente àqueles que desejam melhorar seu desempenho no aprendizado e otimizar seus esforços de aprender, memorizar, sistematizar, organizar, classificar, criar, recordar e gerenciar informações. Esse é o assunto deste livro.

O sonho que deu origem a esse trabalho foi o de contribuir para a formação de um povo brasileiro mais informado, mais educado, mais próspero e mais feliz – principalmente porque essa técnica nos proporciona melhor desempenho de aprendizado com menos esforço, disponibilizando tempo para que possamos investir mais na realização de nossos sonhos!

### **A ser lançado em breve:**

COMO APRENDER E FALAR OUTROS IDIOMAS SEM SOFRIMENTO

Aprendizagem Dinâmica de Idiomas

Por que algumas pessoas aprendem e usam facilmente e outras não?

O que você queria saber sobre o aprendizado de idiomas estrangeiros e nem sabia como perguntar

Técnicas de aprendizagem, memorização, motivação, desinibição e desbloqueio para aprender e falar línguas estrangeiras



Lucas A. C. Derks nasceu em 1950 na Holanda, no vilarejo de Oosterbeek. Desde tenra idade o seu talento nas artes visuais foi a sua estrela guia. Fez duas exposições individuais em 1980 e 1983. É psicólogo social, treinador, *coach*, pesquisador e escritor, com sete livros publicados sobre psicologia. Desde 1968 até o presente esteve ativamente envolvido em montanhismo e com corridas a pé.

O estudo original de artes lhe proporcionou a competência de elaborar ilustrações capazes de comunicar, com grande elegância, bem além das palavras. De 1970 em diante desenvolveu um forte interesse pela psicologia e começou um estudo de tempo integral no campo da Psicologia Social em 1976. Obteve o seu mestrado em 1982 com uma dissertação sobre Pragmatismo.

Passou seis meses na África durante sua vida universitária. Treinou-se em PNL em vários institutos desde 1977 em diante. Em 1986 escolheu dedicar-se exclusivamente à PNL e assuntos relacionados. Desde 1993 desenvolveu o modelo do Panorama Social como uma 'ferramenta' para diagnosticar e melhorar relacionamentos humanos.

Trabalha principalmente como treinador de psicoterapeutas, mediadores, *coaches* especialistas em solução de conflitos, gerentes, administradores, médicos e dentistas. Associou-se aos treinadores de PNL holandeses Jaap Hollander e Anneke Durlinger. Desde então atua como treinador reconhecido na Holanda e em muitos outros lugares, tais como Bélgica, França, Alemanha, Itália, Hungria, Finlândia, Guiana Holandesa, Inglaterra, Nova Zelândia, Polônia, Grécia, Estados Unidos, Rússia, Hong Kong, Croácia, Malta e Brasil, entre vários outros.

Por que sou infeliz com minha vida social?

Como posso melhorar meus relacionamentos?

Por que eu me sinto tiranizado e intimidado?

As respostas a todas essas perguntas devem ser encontradas em seu livro *Panorama Social*. Panoramas Sociais revelam a paisagem inconsciente de imagens e pessoas que rodeiam cada um de nós.



Ele nos ajuda a perceber a localização das pessoas significativas dentro de nosso espaço mental, ensina-nos a remodelar nossos mundos interiores e guia-nos em direção à recriação bem-sucedida de nossas perspectivas próprias e em relação aos outros.

Através deste livro, leitor, o seu Panorama Social único se revelará, proporcionando mais confiança, melhor autoestima e ganhos expressivos nas suas relações com outras pessoas. O modelo do Panorama Social oferece a *coaches*, terapeutas e conselheiros um largo repertório de novos instrumentos e métodos para solucionar questões de relacionamentos dos seus clientes com uma simplicidade, precisão e elegância desconhecidas anteriormente.

editora  
**idph**

ISBN 978-85-63935-00-7



9 788563 935007