

COMO O VISUAL INTERFERE NA COMUNICAÇÃO

Cíntia¹, Márcio², Patrícia³, Viviann⁴, Roberta⁵

¹UNIVAP/Jornalismo, Av. Shishima Hifumi, 2911, ola_cintia@yahoo.com.br

²UNIVAP/Jornalismo, Av. Shishima Hifumi, 2911, marcio.r@yahoo.com.br

³UNIVAP/Jornalismo, Av. Shishima Hifumi, 2911, patch_prado@hotmail.com

⁴UNIVAP/Jornalismo, Av. Shishima Hifumi, 2911, viviann@directnet.com.br

⁵UNIVAP/Jornalismo, Av. Shishima Hifumi, 2911, roberta@univap.br

Resumo: Este trabalho irá analisar se o visual realmente interfere na comunicação; o que as pessoas acreditam ser mais importante dentro da comunicação visual; mostrar quais são as maneiras como ela pode interferir, e conseqüentemente descobrir se a primeira impressão é a que fica. Para a realização do trabalho foram feitas entrevistas com psicólogas, assim como a leitura de um livro que abrange este mesmo tema. O nosso universo para a pesquisa foi a UNIVERSIDADE UNIVAP, onde usamos um questionário para entrevistar alunos de diferentes cursos. A partir de suas respostas tabulamos os gráficos, base para a montagem do trabalho, que apresentaremos a seguir.

Palavras-chave: Visual, comunicação, pré-conceito.

Área do Conhecimento: Comunicação

Introdução

O ser humano ao nascer já tem definido seus cinco sentidos para se relacionar e comunicar com o mundo. Com o passar do tempo, desenvolvemos estes sentidos e aprimoramos nossa comunicação.

Existem diversas formas de se comunicar: gestos, símbolos, escrita, fala, entre outras, sendo que o visual é uma das maneiras que mais interfere nas relações inter-pessoais.

Decidimos nos aprofundar neste tema, porque percebemos que a todo o momento julgamos e somos julgados pelo modo como nos vestimos; porque entendemos que a “a primeira impressão é a que fica” e que os diversos grupos se formam de acordo com a afinidade em sua comunicação.

Porém, segundo a mestre em Psicologia e Bioeticista, Dra. Maria Lourdes Fernandes “é necessário que não fiquemos atados somente às primeiras impressões, pois estas terão automaticamente um significado que não é necessariamente o correto naquela situação”.

Diante destas informações, fomos em busca de opiniões que dessem embasamento a nossa pesquisa.

Materiais e Métodos

Através de entrevistas realizadas com as psicólogas Maria Lourdes Fernandes e Rosana Aparecida Moraes, e a leitura do livro “O Corpo Fala” de Pierre Weil e Roland Tompakow, elaboramos um questionário com seis perguntas que foi a base para o nosso trabalho.

O questionário foi distribuído pelas faculdades de Comunicação, Administração, Computação, Engenharia e Educação Física.

Cinquenta e três alunos o preencheram. Formulamos os gráficos a partir dessas respostas e então pudemos concluir nossa pesquisa.

TRABALHO DE PESQUISA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA	
ALUNOS DO 1º ANO DE JORNALISMO	
Curso:	_____
Idade:	____
Sexo:	() F () M
1)	Você acha que o visual interfere na comunicação? () Sim () Não
2)	O que você acha que pode interferir na comunicação? () Gestos / Fala () Higiene () Acessórios / Roupas () Outros: _____
3)	O que é mais importante na comunicação visual para você? () Vestir-se de maneira que a ocasião pede () Vestir-se à sua maneira, independente da ocasião
4)	Você acha que a primeira impressão é a que fica? () Sim () Não
5)	Seus valores interferem no julgamento que você faz do outro? () Sim () Não
6)	Seu estado de espírito interfere no julgamento que você do outro? () Sim () Não

Figura 1: Questionário

Resultados

Foram entrevistados 53 alunos dos diferentes cursos da UNIVERSIDADE UNIVAP entre homens e mulheres e de idades que variam entre 18 a 35 anos, como podemos observar no Gráfico 1:

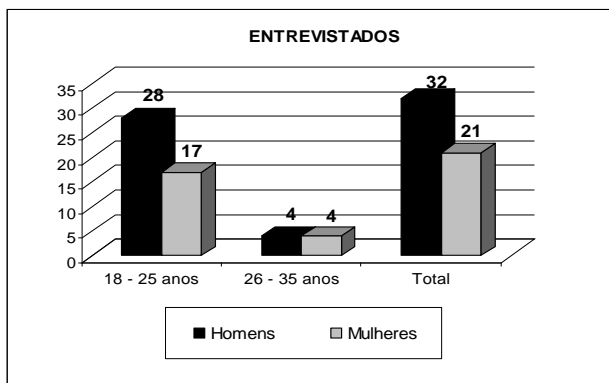
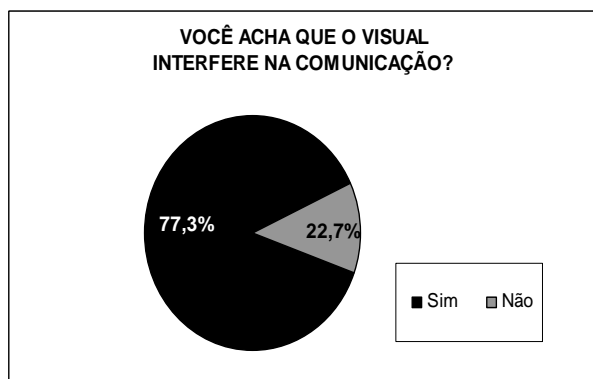


Gráfico 1

Destes 53 universitários, 77,3% acharam que o visual interfere na comunicação e somente 22,7% tiveram opinião divergente, como mostra o Gráfico 2. A faculdade que mais acredita na interferência do visual na comunicação é a de Administração, com 90%.



Gráficos 2

Nossa pesquisa pôde mostrar que 89,6% dos entrevistados acreditam que os gestos e a fala são os maiores fatores de interferência na comunicação. 49,5% pensam ser a higiene, 40% acessórios e roupas e 9,4% outros, como mostra o Gráfico 3.

Destaque para o curso de Educação Física, no qual 60% dos alunos deram ênfase para a higiene.

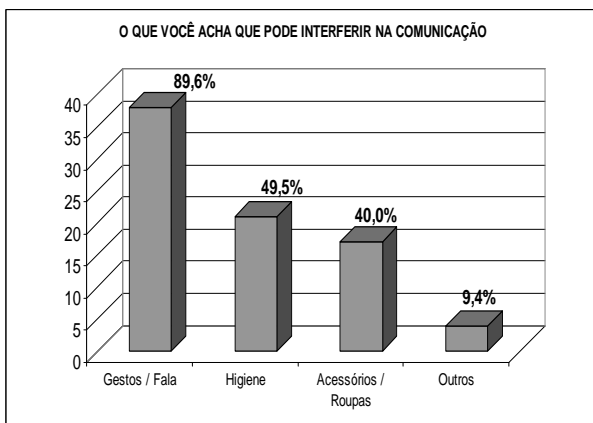


Gráfico 3

Quando perguntado “O que é mais importante na comunicação visual?”, a grande maioria, 75,4%, acha que é importante vestir-se de maneira que a ocasião pede, como podemos ver no Gráfico 4.

Somente no curso de Engenharia os dados foram contrários à maioria, onde 58,4% preferem vestir-se a sua maneira independente da ocasião em que se encontram.



Gráfico 4

No Gráfico 5, houve um equilíbrio quanto ao questionamento se a primeira impressão é a que fica. 58,2% acreditam que não tem outra saída, é sim a primeira impressão a que fica. Já 41,5% discordam.

Foi o curso de Comunicação que teve a maior diferença na porcentagem em relação a essa pergunta: 80% dos alunos acreditam que não é possível mudar a impressão de uma pessoa depois da primeira “olhada”.

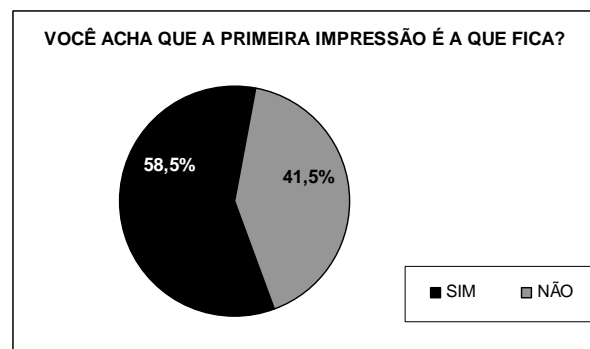


Gráfico 5

Também no Gráfico 6 as respostas foram equilibradas. 56,6% dos estudantes disseram que seus valores interferem no julgamento que fazem do outro, sendo que 43,4% responderam que não.

Diferentemente do resultado total foi o resultado da faculdade de Engenharia. 80% dos alunos disseram que seus valores interferem no julgamento do próximo.

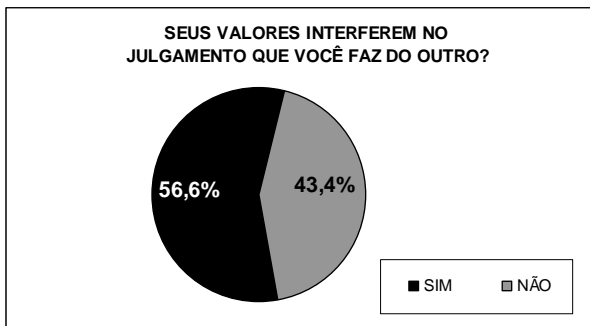


Gráfico 6

E por fim, temos o Gráfico 7, em que 45,3% dos estudantes acreditam que o estado de espírito em que eles se encontram interfere no julgamento que eles fazem do outro, contra 54,7%, que acham que o estado de espírito não interfere no julgamento.

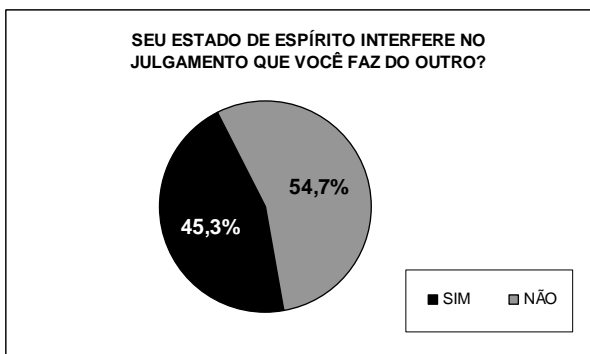


Gráfico 7

Considerações Finais

Constatamos que o visual é uma importante fonte de comunicação. O visual é capaz de interferir na comunicação diária das pessoas, uma vez que é possível formatar a opinião de alguém muito antes que esse alguém se comunique.

É relevante a questão de que a primeira impressão é a que fica. Inconscientemente, através de gestos, "caras e bocas", maneiras como nos vestimos e até mesmo a higiene pessoal, estamos contribuindo para formar a impressão que o outro terá da nossa pessoa, e uma vez formada, são poucos os que acreditam que é possível mudá-la.

Há distinção entre os diferentes grupos entrevistados.

Ao realizar a pesquisa com o questionário percebemos que as respostas eram parecidas de acordo com o curso que os alunos estavam inscritos, mostrando que há uma forma interligada de comunicação entre eles. Um exemplo é o da faculdade de Comunicação, em que 8 dos 10 alunos entrevistados dizem acreditar que a primeira impressão é a que fica e na de Engenharia somente 3 de 10 pessoas acreditam nessa teoria. Isso mostra que o ser humano pensa

de maneira equivalente seguindo os grupos sociais dos quais fazem parte.

O visual como forma de comunicação está presente em nossas vidas, portanto quanto mais interagirmos com o mundo exterior, mais significados conseguiremos adquirir, e assim poderemos formar nossos conteúdos internos, crescendo também em nosso interior.

Referências

LOURDES, M.F. *Mestre em Psicologia e Bioeticista*.

MORAES, R.A. *Mestre em Psicologia*. Formada pela Faculdade Unip – Universidade Paulista. São José dos Campos/SP.

WEIL, P.; TOMPAKOW, R. *O Corpo Fala – A Linguagem Silenciosa da Comunicação*. 59. ed. São Paulo: Ed. Vozes Ltda, 1993.