



**10 falhas
comuns na
mente humana**

Introdução

A mente humana é uma coisa maravilhosa.

A cognição, que é o ato de pensamento, nos permite processar grandes quantidades de informação rapidamente.

Por exemplo, **toda vez que seus olhos estão abertos, seu cérebro está constantemente sendo bombardeado com estímulos.**

Você pode estar pensando conscientemente sobre uma coisa específica, mas seu cérebro está processando milhares de ideias subconscientes.

Infelizmente, a nossa cognição não é perfeita, por isso existem alguns erros de julgamento que estamos propensos a fazer. **Essa situação é conhecida no campo da psicologia como viés cognitivo.**

O **Viés Cognitivo** acontece a todos, independentemente da idade, sexo, educação, inteligência, entre outros fatores. Alguns deles são bem conhecidos, outros não, mas todos são interessantes.

1- Efeito Placebo

Os placebos são ainda um mistério científico.

Teoriza-se que eles causem um “efeito esperança” (em caso de dúvida, a expectativa é o mais provável de acontecer). Indivíduos esperam que os comprimidos curem suas doenças, assim eles se sentem curados.

No entanto, isto não explica a forma como os **comprimidos ineficazes realmente causam uma redução nos sintomas.**

O efeito placebo é quando uma substância ineficaz produz o efeito desejado.

Especialmente comum com medicamentos, o efeito placebo tem sido observado quando os indivíduos recebem uma pílula de açúcar ou farinha para uma melhoria real de uma determinada doença.



2- Escalada de Compromissos

A escalada de compromissos é a tendência das pessoas a continuar apoiando os esforços anteriormente fracassados.

Com tantas decisões que as pessoas têm de tomar, é inevitável que algumas não deem certo. Claro, a única coisa lógica a fazer nesses casos é mudar essa decisão ou tentar revertê-la.

No entanto, às vezes, as pessoas sentem-se compelidas não só a ficar com a sua decisão, mas também a continuar a investir nela devido aos custos irrecuperáveis.

Por exemplo, digamos que você use metade de suas economias para começar um negócio. Após seis meses, é evidente que o negócio não vai dar certo. **A única coisa lógica a fazer é desistir. No entanto, devido aos custos já gastos, você se sente comprometido com o negócio e investe ainda mais dinheiro para o projeto na esperança de que a situação se reverta.**



3- O Desconto Hiperbólico

Desconto hiperbólico é a tendência das pessoas de preferir um menor retorno imediato a um maior retorno tardio.

Pesquisas mostram que diversos fatores contribuem para o processo de tomada de decisão individual. Curiosamente, **o tempo de atraso é um fator importante na escolha de uma alternativa.**

Simplificando, a maioria das pessoas prefere receber 50 reais hoje em vez de conseguir 100 reais em um ano. Normalmente, faz sentido escolher uma maior quantidade de dinheiro imediatamente e não menos no futuro.

É interessante como estamos mais dispostos a tomar imediatamente ao invés de esperar, **você preferiria ter R\$ 100 daqui a um ano ou R\$ 50 imediatamente?**



4- Reatância

Reatância é o desejo de fazer o oposto do que alguém quer que você faça, numa necessidade de resistir a uma tentativa de alguém restringir sua liberdade de escolha.

Isso é comum com adolescentes rebeldes, mas qualquer tentativa de resistir à autoridade, devido às ameaças à liberdade, é uma relutância.

O indivíduo pode não ter a necessidade de executar o comportamento específico, **mas o fato de que ele não pode fazê-lo, o faz querer.**

Fato interessante: *A psicologia reversa é uma tentativa de influenciar as pessoas que utilizam reatância. Diga para alguém (especialmente crianças) para fazer o oposto do que você realmente quer e eles vão se rebelar e acabar por fazer o certo.*



Reverse Psychology

5- Mentalidade de Rebanho

Mentalidade de rebanho é a tendência a adotar os comportamentos da maioria, para sentir mais segurança e evitar conflitos.

Em sua forma mais comum, o sujeito agrega roupas, carros, hobbies, estilos para se identificar com um grupo de pessoas.

Fato interessante: *As coisas que são pouco atraentes, não parecem legais ou populares acabam ganhando seguidores devido à mentalidade de rebanho. Os exemplos incluem as calças para-quedas, pedras de estimação, tainhas, sutiãs de cone e outras coisas mais.*



O efeito halo é a possibilidade de que a avaliação de uma característica possa interferir no julgamento de outros fatores, contaminando um resultado geral.

Esse viés acontece muito em avaliações de desempenho de funcionários. Por exemplo: **um determinado empregado chegou atrasado para o trabalho nos últimos três dias, eu percebi isso e conclui que ele é preguiçoso.**

6- Efeito Halo

Há muitas razões possíveis pelas quais ele possa ter chegado tarde, talvez o carro quebrou, sua babá não apareceu ou a chuva prejudicou o trânsito. **O problema é que, por causa de um aspecto negativo que pode estar fora do controle do empregado, presumo que ele é um mau trabalhador.**

Fato interessante: *No caso da atração física, isso acontece quando as pessoas assumem que os indivíduos atraentes possuem outras qualidades socialmente desejáveis, tais como sucesso, felicidade e inteligência. Isto se torna uma profecia autorrealizável, quando as pessoas atraentes recebem tratamento privilegiado, como melhores oportunidades de trabalho e salários mais elevados.*



7- Profecia autorrealizável



A profecia autorrealizável gera comportamentos que levam a resultados que confirmam perspectivas existentes.

Por exemplo, se alguém acredita que se sairá péssimo na escola, ela diminui o esforço para fazer suas tarefas. Assim, acaba realmente indo mal, exatamente como pensava.

Outro exemplo comum são os relacionamentos.

A pessoa acha que o seu relacionamento amoroso vai falhar, então começa a agir de modo diferente, afastando-se emocionalmente.

Por causa disso, realmente é possível fazer com que o relacionamento fracasse. Esta é uma ferramenta poderosa, usada por “médiums” que querem implantar uma ideia na mente das pessoas.

Fato interessante: *As recessões econômicas são profecias autorrealizáveis. Uma recessão se configura após dois trimestres de queda do Produto Interno Bruto (PIB). Sendo assim, você não pode saber que está em recessão até que esteja há pelo menos seis meses em uma. Infelizmente, ao primeiro sinal de diminuição do PIB, a mídia relata uma possível recessão, as pessoas entram pânico, gerando uma cadeia de eventos que realmente causam recessão e salários mais elevados.*

8- Pareidolia

Pareidolia é quando imagens aleatórias ou sons são percebidos como significativos.

Ver imagens que parecem ter significado em nuvens ou ouvir mensagens quando um disco é tocado de trás para frente são exemplos comuns.

É um estímulo inconsciente, e não tem significado definido. **O significado está na percepção do espectador.**

Fato interessante: *O Teste de Rorschach, que utiliza uma mancha de tinta, foi desenvolvido para utilizar a pareidolia numa análise mental das pessoas. São mostradas imagens ambíguas para que as pessoas possam descrevê-las. As respostas são analisadas para descobrir os pensamentos ocultos de cada indivíduo.*



9- Reatividade



Reatividade é a tendência das pessoas a agir ou aparecer de forma diferente quando sabem que estão sendo observadas.

Na década de 1920, uma obra em Hawthorne (uma fábrica) encomendou um estudo para analisar se os diferentes níveis de luminosidade influenciavam na produtividade do trabalhador.

O que se descobriu foi incrível.

Infelizmente, quando o estudo foi concluído, a produtividade voltou para os seus níveis regulares. Isto porque **a mudança não foi devido aos níveis de luz, mas porque os trabalhadores estavam sendo vigiados.**

Isto demonstrou uma forma de reação.

Quando os indivíduos sabem que estão sendo vigiados, eles são motivados a mudar seu comportamento, para se mostrarem com uma aparência melhor.

A reatividade é um problema sério em pesquisas e precisa ser controlada com experimentos cegos (quando os indivíduos envolvidos em um estudo de investigação não sabem que estão sendo analisados, de modo a não influenciar os resultados).

10- Falácia de Gambler

A falácia de Gambler, também chamada de *falácia de jogador*, é a tendência para pensar que as probabilidades futuras são alteradas por eventos passados, quando, na realidade, eles não são.

Certas probabilidades, tais como a obtenção de uma “cara” quando você joga uma moeda são sempre as mesmas. A probabilidade de obter uma “cara” é de 50%, não importa se conseguiu “coroa” nas últimas 10 tentativas.

Veja um exemplo no jogo de roleta. As últimas quatro rodadas caíram no preto, tem que ser vermelho desta vez. Certo? Errado! A probabilidade de parar no vermelho **ainda** é de 47,37% (18 pontos vermelhos, divididos por 38 pontos no total).

Isto pode soar óbvio, mas esse viés tem levado muitos jogadores a perder dinheiro, pensando que as probabilidades mudam.





**10 falhas
comuns na
mente humana**

Texto original em: <https://nupesc.wordpress.com/2012/09/13/10-falhas-comuns-na-mente-humana/>

Editado por: Thais Campas – thcampas@gmail.com