

E quem se importa com quais são nossos motivos?

“(…) o pensamento propriamente dito é gerado pela motivação, isto é, por nossos desejos e necessidades, nossos interesses e emoções. Por trás de cada pensamento há uma tendência afetivo-volitiva, que traz em si o último ‘por que’ de nossa análise do pensamento” (Vigotski, 1989e - p. 129). “Para compreender a fala de outrem não basta entender as suas palavras - temos também que compreender o seu pensamento. Mas nem mesmo isso é suficiente - também é preciso que conheçamos sua motivação. Nenhuma análise psicológica de um enunciado estará completa antes de se ter atingido esse plano” (Vigotski, 1989e - p. 130).

Na sociedade capitalista, que faz o “Magnificat” das aparências, hegemônicas são as práticas sociais comunicativas que menosprezam qualquer motivação real para aquilo que dizemos. Hegemônicas são as práticas sociais comunicativas que tentam aprisionar o que dizemos em sua simples forma externa. E nossos motivos são enquadrados em esquemas estereotipados. Nos quais se vem atribuir valores àquilo que dizemos sem saber de nada dos motivos pelo qual dizemos, pois se abstrai a luta histórica de quem diz. E criam-se motivos inexistentes no que falamos. Portanto, podem surgir interpretações distorcidas em função dos motivos de quem não leva em conta os nossos. Os quais, podem se reduzir ao culto de sua própria individualidade, mas se pronunciam em aparência como “crítica social”. E qual o motivo de nossos reais motivos serem abstraídos nas relações comunicativas dominantes? Ora, trata-se de forças maiores que aquelas que se dão a ver na forma lexical, sintática e semântica mais superficial. Analisada por arsenais retóricos de fundo pós-estruturalista, que respaldam desde movimentos sociais a meios de comunicação de massas, chegando fácil ao “senso comum”... Em forma de preconceito...

Coletivo Eras e Dias

Brasil, 15 de abril de 2017.