

## **Eu com os outros. Tema 3.2 – As relações interpessoais e intergrupais**

1. O conhecimento envolve uma dimensão social de modo que este reflete as nossas cognições pessoais tais como expectativas, atitudes, valores, crenças, padrões de conduta, etc., de acordo com a sociedade a que o indivíduo está ambientado. As emoções reconhecidas como típicas da sociedade em que vivemos são aspetos psicológicos que nos habilitam a construir um conhecimento do meio social em que vivemos, como por exemplo as noções de bem e de mal, certo e errado, a percepção, a memória, a aprendizagem. O modo como a sociedade nos vê, o que esperam de nós, é um quadro de referência que molda cada indivíduo enquanto indivíduo pertencente a um meio social.
2. As impressões sociais são noções criadas no contacto entre pessoas, fornecendo-nos um quadro interpretativo para julgarmos acerca de como elas são e da sua conduta. As impressões iniciais são significativas, quer em relação a nós, quer em relação às outras pessoas, pois mostram aspetos considerados estáveis e que permitem uma categorização das pessoas. A importância das impressões iniciais são avaliações pessoais no futuro e as expectativas sobre as pessoas. Na construção das impressões entram em jogo vários fatores ou índices, desde a aparência física e o comportamento observável, até às crenças e emoções expressos pelas pessoas.
3. A categorização é um processo cognitivo de organizar a informação acerca das pessoas e integrá-la em categorias, ou representações, que são significativas para nós. Há várias funções para a categorização: simplificar as informações, conservação das aprendizagens antigas, orientar a ação. Em qualquer caso, a organização categorial da vida social supõe um desejo de ordem, de estabilidade, de segurança, que obedece a critérios subjetivos e pessoais, permitindo elaborar um quadro de avaliação positivo ou negativo das outras pessoas e de instituições.
4. As expectativas são atitudes psicoafectivas que permitem a cada indivíduo projetar no futuro a ocorrência de um padrão de comportamento típico de conduta acerca de determinadas pessoas ou grupos sociais. As nossas expectativas são de ordem comportamental e envolvem crenças, valores e emoções acerca do modo como as pessoas devem relacionar-se connosco no desempenho dos seus papéis sociais. É, no fundo, aquilo que esperamos que os outros façam em relação a nós, considerando o seu estatuto social.
5. Uma atitude é uma predisposição adquirida e de certa forma estável que leva um indivíduo a reagir de modo positivo ou negativo em relação a certas situações.

6. As componentes das atitudes são três. Em primeiro temos o elemento cognitivo, ou intelectual, que expressa as crenças, crenças, cognições, mentalizações, ou seja, os juízos que emitimos, os pensamentos que fazemos acerca de alguma pessoa; em segundo temos o elemento emocional, que revela os sentimentos que experimentamos acerca das pessoas, condutas e instituições, configurando a avaliação positiva ou negativa; em terceiro temos o elemento comportamental, que é uma síntese das duas componentes anteriores e consiste numa predisposição para agir.
7. De acordo com o psicólogo Festinger, a noção de dissonância cognitiva implica a existência simultânea de cognições contraditórias ou inconsistentes, pelo que não se ajustam entre si na estrutura da personalidade de um sujeito. Por exemplo, a pessoa que sabe que o tabaco provoca doenças potencialmente cancerígenas, prejudica a sua saúde e continua com o hábito de fumar, o que denota uma situação de dissonância cognitiva. Esta situação de incoerência, entre as crenças e o comportamento, gera uma instabilidade psíquica, um desconforto psicológico. Existem estratégias que as pessoas em estado de dissonância cognitiva tendem a recorrer: procuram atenuar os malefícios do tabaco, modificando as suas crenças, procurando desculpas para o prazer que o tabaco proporciona, de modo a sentirem-se psicologicamente “descansados”. Para diminuir a tensão, a ansiedade, ou desconforto psicológico, as pessoas fumadoras tendem a alterar a realidade dos factos, distorcendo-a por meio de argumentos que só são úteis para a sua auto-persuasão. Por exemplo, há quem fume e morra de velho, e há pessoas que não fumam e acabam por morrer novas sem tirar qualquer prazer da vida, sendo um destes prazeres fumar tabaco.
8. O conceito de normalização refere-se ao estabelecimento de uma norma social com base na influência recíproca dos membros de um grupo de indivíduos, hesitantes quanto aos modos convenientes de pensar e de agir.
9. O conformismo resulta da tendência de indivíduos que se aproximem as suas atitudes e comportamentos às atitudes e comportamentos das outras pessoas ou dos outros membros de um grupo social. De acordo com o conformismo o indivíduo tende a reproduzir, ou imitar, os modos de conduta característicos de “protótipos sociais”.
10. O psicólogo Asch provou a tendência para o conformismo através de uma experiência em que um sujeito tinha que seleccionar, entre três linhas de comprimento diferente, traçadas num cartão, a que era do comprimento de uma outra linha, observada outro cartão. As provas em si não se revestiam de grande dificuldade, a não ser a presença de sujeitos coniventes com o experimentador, a partir da segunda prova, começam todos a dar a mesma resposta errada. Embora reconhecendo inicialmente que as respostas certas não podiam ser as que eram dadas pelos participantes, a partir de determinada altura, o sujeito ingénuo começou a duvidar de si próprio, acabando por

se deixar arrastar pela opinião dos participantes coniventes, dando a mesma resposta falsa que eles davam. A pressão do grupo, a sua percepção coletiva da realidade e a opinião unânime veiculada, mostram como cada indivíduo se conforma com o clima de opinião em vigor no interior de um grupo. O efeito de conformismo é, pois, o resultado da percepção das representações dominantes num grupo que são seguidas por um indivíduo, mesmo que essas representações sejam vistas como erradas ou distorcidas. Para não discordar, para não ficar mal visto, para evitar a rejeição ou olhares críticos, ou a expulsão do grupo, uma pessoa tende a conformar-se, aceitando de modo passivo reproduzir certas opiniões ou comportamentos.

11. Os principais fatores que explicam o conformismo, segundo Asch, são fundamentalmente dois: autoconfiança e unanimidade. De acordo com o primeiro fator, quanto mais autónoma é uma pessoa, quanto maior for a sua autoestima, menor será a sua tendência para o conformismo. Se uma pessoa tem certeza sobre as suas convicções e opiniões, tenderá a recusar seguir opiniões de outras pessoas, mesmo que estas sejam as opiniões da maioria, e evitará sobretudo seguir opiniões erradas ou inconsistentes, não hesitando em declará-las publicamente como tal, ou seja, é uma pessoa bastante segura das suas opiniões. Quanto ao segundo fator, deriva do primeiro: o que interessa não é a pressão da maioria, mas sim o acordo. Podemos seguir uma dada opinião, cumprir uma ordem, desempenhar um comportamento, desde que haja um consenso entre as pessoas de um grupo e se compreenda o seu significado. Unanimidade significa aqui uma decisão conjunta, compreensiva e feita com um fim justificável.
12. O conceito de obediência expressa, em contexto psicológico, a tendência das pessoas para se submeterem e cumprirem normas e instruções definidas e ditadas por outrem (um líder, uma autoridade, um grupo social, outras pessoas significativas reconhecidas com poder superior hierárquico). A obediência é um fenómeno de persuasão e adesão social que envolve a mudança de comportamento devido à pressão psicológica exercida por outras pessoas. O facto de se reconhecer outras pessoas como superiores, em termos de exercício de poder de decisão, implica atitudes de submissão e obediência, sobretudo se o poder do líder representa uma capacidade real para compensar ou punir.
13. Stanley Milgram elaborou um estudo psicológico sistemático sobre a obediência. Este num cenário artificial habilmente montado realizou estudos experimentais sobre o modo como as pessoas seguiam e aplicavam ordens. Assim, Milgram desempenhava o papel de professor e recebia ordens para carregar num botão de uma máquina que provocaria um choque elétrico, sempre que outro sujeito, colocado noutra sala, o aluno, cometia um erro. Os choques aumentavam 15 volts, de erro para erro, atingindo até 450 volts, voltagem mais que suficiente para provocar graves danos ou mesmo até matar o aluno, se a quantidade de erros permitisse chegar a esse ponto. Obviamente, o aluno colaborava com o investigador, e que dava erros propositados,

gritando com fingidas dores alucinantes, sempre que o professor carregava no botão. Das muitas experiências feitas, Milgram concluiu que aproximadamente 65% das pessoas lhe obedeciam, aplicando choques que aumentavam progressivamente 15 volts até atingir os 450 volts, isto é, a maior parte das pessoas concordavam em realizar um comportamento que conduziria à morte de pessoas anónimas inocentes. A experiência de Milgram representa um caso concreto de observação cega – é o próprio observador, o sujeito experimentador, que está a ser investigado, desconhecendo que é o seu comportamento que está a ser objeto de registo experimental.

14. Os principais fatores de obediência que foram identificados por Milgram foram quatro. A autoconfiança, pois quanto mais confiantes são as pessoas em si próprias, menor será o seu grau de obediência; dito de outro modo, uma pessoa com uma baixa autoestima e que tenha níveis baixos de confiança sobre as suas capacidades, tenderá a ser mais obediente; O desejo de ser aceite, ou seja, a tendência para a integração e conservação de uma rede de interações pessoais. No pressuposto de que a obediência é premiada e a desobediência punida, as pessoas submetem-se às ordens das pessoas consideradas influentes do grupo, com o propósito de nele serem admitidas ou de conseguir ascender na hierarquia social; O desejo de agradar é a tendência para obedecer às pessoas que exercem um forte poder de atração, obedece-se para agradar a quem tem poder de decisão; A autoridade é um fator que aumenta a tendência para a obediência, sobretudo se quem decide e exerce poder é visto como muito competente na sua área e é admirado.
15. Há aspetos positivos no inconformismo e na desobediência, nomeadamente as atitudes inconformistas e críticas que incentivam com frequência as descobertas científicas, a produção de sistemas filosóficos originais e as inovações no campo artístico. Mas também, a autonomia do pensamento e a liberdade de ação não são compatíveis com o princípio da autoridade, sobretudo quando as autoridades são entendidas como um bloqueio à liberdade de expressão e de pensamento. Por último, o inconformismo e a desobediência são atitudes de reconhecido mérito para a renovação dos costumes, das normas e valores tradicionalmente instituídos: a crítica das normas e dos comportamentos gera mudanças sociais e de mentalidade. Em situações de regimes políticos ditatoriais, ou perante ordens arbitrárias e sem sentido algum, a desobediência é uma forma legítima de combate, recusando a atitude de obediência cega e acrítica. Em suma podemos afirmar que o inconformismo pode ser importante para lutar e destruir o efeito negativo de preconceitos sociais.
16. A atração interpessoal refere-se ao poder psicológico que as pessoas têm para conseguir estabelecer relações positivas com outras pessoas, transmitindo um sentimento de atração forte, construtivo e afetivo sobre os outros. A intensidade da atração, força de cariz afetivo, vai desde a simples empatia, passando pela amizade, e

culminando na atração sexual e no amor. A atração é uma componente afetiva das relações sociais e existem vários fatores que a possibilitam. A proximidade física, pois sem esta não é possível o contacto social, condição necessária para que alguém atraia ou seja atraído por alguém. A afiliação, que é uma motivação humana básica, a tendência para a vida social, a predisposição para desenvolvermos um comportamento gregário, isto é, o desejo de seguir os outros e de conviver, traduzindo-se no estabelecimento de relações positivas de afeto e no prazer de se sentir amado e aceite. As similaridades (ou semelhanças) interpessoais é outro fator que explica a atração interpessoal, pois tendemos a sentir-nos atraídos pelas pessoas com as quais temos afinidades de interesses, atitudes semelhantes, valores, gostos, preferências, crenças, ideais e pontos de vista que vão ao encontro do nosso perfil pessoal.

17. Agressão é um ato ou comportamento violento, todas as condutas orientadas por objetivos destrutivos, dirigidos a um alvo considerado como obstáculo ao indivíduo.
18. Enquanto conceito psicológico o amor é uma emoção caracterizada por uma imensa concentração no “objeto” amado e ao qual se associa uma forte excitação fisiológica e um desejo constante da sua presença.
19. O psicólogo Robert Sternberg concebeu uma teoria triangular do amor segundo a qual os fenómenos amorosos podem ser categorizados por meio de três componentes. Os vértices do triângulo amoroso são a intimidade, a paixão e a decisão/compromisso. A intimidade é um componente essencialmente emocional e é o desejo de proximidade, de se vincular ao outro. A paixão é um componente motivacional e caracteriza-se pela atração física e pelo desejo de um relacionamento sexual. A decisão/compromisso é um componente cognitivo que se caracteriza pela consciência de que amamos alguém e de tencionarmos dar continuidade futura a esse sentimento. A combinação destes componentes permitiu a este psicólogo organizar uma taxonomia de diferentes formas de amor, distinguíveis pela presença ou ausência de cada um dos elementos referidos, as quais vão desde a inexistência de amor, a amizade, o amor à primeira vista, o amor vazio, o amor romântico, o amor conjugal, o amor irrefletido, até ao amor consumado.
20. Os estereótipos sociais são crenças ou representações rígidas e simplificadas acerca de pessoas, grupos sociais ou organizações, as quais resultam de uma generalização excessiva. Esta dimensão da representação social é fundamentalmente cognitiva. Por sua vez, os preconceitos referem-se a atitudes geralmente negativas em relação a membros de um dado grupo social, os quais resultam de um juízo desfavorável que foi prévia e infundadamente constituído – pertencem sobretudo a uma dimensão afetiva. A diferença entre os estereótipos e os preconceitos é a seguinte: os estereótipos são representações positivas ou negativas sobre os mais variados aspetos

da vida social, ao passo que os preconceitos são derivados dos estereótipos, acentuando aspetos negativos e de “fratura” social. Ao contrário dos preconceitos, os estereótipos visam a integração social, reforçam a coesão social, são formas convencionais de ver e agir em sociedade que constituem referenciais válidos a adotar pelos membros de uma comunidade. Os estereótipos são a causa dos preconceitos, e estes são o seu efeito, geralmente negativo e a denotar atitudes de discriminação. Alguns exemplos de estereótipos: pensar que os gordos são gulosos, que os adolescentes são rebeldes, que as mulheres são más condutoras de veículos automóveis. Os preconceitos, cuja base de avaliação parte fundamentalmente de sentimentos, podem ser exemplificados através de comportamentos de evitação, ódio e desprezo, ou de violência, em relação a homossexuais, polícias, arrumadores de carros, prostitutas ou, grupos étnicos, como os ciganos e os romenos, políticos, entre outros.