

① Afirmar a dimensão social do conhecimento significa compreender que as nossas cognições refletem a sociedade em que nos inserimos. Quer dizer, vemos e interpretamos a realidade não apenas com a ajuda das capacidades cognitivas pessoais, mas também com os "olhos dos outros" que nos dão um quadro interpretativo, colectivamente partilhado e que se constitui como referencial orientador e condicionador das cognições de cada um.

Contr! (10)

② Impressões sociais são noções criadas no contacto com as pessoas; fornecedoras de um quadro interpretativo para as julgarmos no que elas são e nas suas condutas.

③ Categorizar é, de uma maneira geral, incluir indivíduos em grupos ou classes. Allport desenvolve o conceito de Categorização social, fazendo dela: 1- Uma inclusão de pessoas, coisas e acontecimentos singulares em conjuntos familiares, previamente organizados. 2- Uma integração de um máximo de informação num

conjunto. 3 - Uma identificação rápida de objectos e acontecimentos portadores de marcas ou sinais próprios das categorias ou grupos em questão.

4 - Uma atribuição de um conjunto de ideias e emoções aos objectos categorizados que, assim, passam a fazer parte de cada um deles.

Cont! (10)

4. Expectativas são atitudes psico-afectivas que, face a certos indícios e em dadas circunstâncias, permitem aos indivíduos efectuar antecipações, esperando o desencadear de determinadas ocorrências.

(10)

5. Atitudes são predisposições adquiridas e relativamente estáveis que levam os indivíduos a reagir de forma positiva ou negativa em relação a objectos de índole social.

(10)

6. As atitudes são compostas por três elementos: o elemento intelectual (crença que pode ser expressa por um juízo e corresponde ao que sabemos sobre o objecto da atitude), o elemento emocional (sentimentos que nutrimos acerca das coisas e que determinam uma avaliação positiva ou negativa a seu

respeito) e o elemento comportamental (resultado da combinação dos dois — constituintes anteriores, consiste numa predisposição para vir a actuar de determinada forma. (10)

7. Dissonância cognitiva é, segundo Festinger, a existência simultânea de cognições contraditórias, pelo que não se ajustam entresi. Por exemplo, a pessoa que sabe que o tabaco prejudica a saúde e continua com o hábito de fumar vive em estado de dissonância cognitiva, o que não a deixa muito bem em termos psicológicos. Daí que, tendo optado pelo prazer do cigarro, tente atenuar a contradição em que vive, alterando a sua convicção acerca dos malefícios do tabaco. Distorce, então, a realidade dos factos com argumentos que só o convencerão a si próprio: há quem fume e morra de velho e há quem não fume e morra novo. (10)

8) Designa-se por normatização, o estabelecimento de uma 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) Conformismo é a tendência das pessoas para aproximarem as suas atitudes e comportamentos das atitudes e comportamentos dos outros elementos do grupo.

10) Solomon Asch provou a tendência para o conformismo com uma experiência em que um sujeito tinha de seleccionar, entre três linhas de comprimento desigual, traçadas num cartão, a que era do comprimento de uma outra linha, observada noutro cartão. As provas não tinham dificuldades de maior, a não ser a presença de sujeitos coniventes com o experimentador, instruídos para, a partir da segunda prova, começarem a dar todos a mesma resposta errada. Embora reconhecendo inicialmente que as respostas certas não podiam ser as que eram dadas pelos sujeitos participantes, a partir

de determinada altura, o sujeito ingênuo começou a duvidar de si próprio, acabando por se deixar arrastar pela opinião dos participantes coniventes, dando a mesma resposta falsa que eles davam. (10)

(11) Os factores que Asch considerou responsáveis pelo conformismo são fundamentalmente dois: 1- Autoconfiança. Quanto maior for o sentido de autonomia e de auto-estima de uma pessoa, menor será a sua tendência para o conformismo. 2- Unanimidade. O número de pessoas concordantes não influi no conformismo, mas sim o acordo unânime. Outros investigadores detectaram um terceiro elemento, que é o contacto visual, também incrementador do conformismo. (10)

12. Obediência é a tendência das pessoas para se submeterem e cumprirem normas e instruções definidas e ditadas por outrem. (10)

13. Num cenário artificial habilmente montado, Milgram realizou estudos experimentais sobre a obediência sobre o falso pretexto de estudar o efeito das punições sobre a aprendizagem.

de pares de palavras, o sujeito ingénuo desempenha o papel de professor e recebe ordens para carregar num botão de um painel que supostamente provocaria um choque eléctrico sempre que outro sujeito colocado na outra sala, o aluno, cometesse um erro. Os choques aumentavam 15 volts, de erro para erro, podendo atingir os 450 volts, mais que suficientes para manter o "aluno", se a quantidade de erros permitisse chegar a esse ponto. Evidentemente, o "aluno" era um sujeito conivente a colaborar com o investigador, e que dava erros propositados e gritava com fingidas dores aborrecidas, sempre que o "professor" carregava no botão.

Das muitas experiências feitas, Milgram concluiu que 65% das pessoas lhe obedeciam, aplicando choques que aumentavam progressivamente 15 volts até atingir 450 volts, isto é, aceitavam realizar um comportamento mortal.

14. Milgram enumerou quatro fatores da obediência: 1- Autoconfiança. Quanto mais autoconfiantes, menos obedientes se apresentam as pessoas. 2- desejo de ser aceite. No pressuposto que a obediência é premiada e a desobediência punida, as pessoas submetem-se às ordens das pessoas

influentes do grupo com o propósito de
não serem admitidas. 3- desejo de agradar.
As pessoas obedecem, tentando "cair nas
boas graças" das pessoas que sobre elas
exercem forte poder de atração. 4- Autori-
dade. A autoridade dos que julgamos -
competentes ou que por outro motivo -
admiramos é fator que incrementa a -
tendência para nos obedecermos. (10)

16 Entre os fatores de atração pessoal con-
tam-se: 1- proximidade física - sem ela não
é possível o contato social, condição necessária
para que alguém atraia ou seja atraído
por alguém. 2- afiliação - trata-se de uma
motivação que nos leva a desejar seguir
os outros, que se traduz no estabelecimento
de relações positivas de afeto com eles
e no prazer de se sentir a parte e cuidado.
3- Beleza física - a boa aparência exterior
é o primeiro aspecto desencadeador da
atração. 4- Similaridades interpessoais -
a atração entre pessoas é facilitada pelas
semelhanças a nível de atitudes, preferências,
valores, pontos de vista, etc. 5- Avaliações
positivas - julgar os outros e ser por eles
julgados em termos positivos facilita a

atração, dado que temos tendência a gostar de quem gosta de nós. (10)

(17) Designa-se por agressão, os comportamentos hostis e violentos, com objetivos destrutivos, dirigidos a um alvo considerado como obstáculo às pretensões do indivíduo. (10)

(18) Amor é uma emoção caracterizada por uma intensa concentração no objeto amado a que se associa forte excitação fisiológica e um desejo constante da sua presença. (10)

(19) Sternberg preocupou-se com a intimidade, apresentando uma teoria triangular em cujas vértices se situam a intimidade, a paixão e a decisão, três componentes básicos do amor.

A intimidade é um componente essencialmente emocional e caracteriza-se pelo 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 tentarmos dar continuidade futura a esse sentimento.

A combinação destes componentes permitiu a Sternberg organizar uma taxonomia de diferentes formas de amor, distinguíveis pela presença ou ausência de cada um daqueles elementos, as quais vão do amor vazio ao amor consumado. (10)

(15) Há casos em que o inconformismo e a desobediência são mais meritórios que as atitudes contrárias: 1- São as atitudes inconformistas que muitas vezes incentivam as descobertas científicas, sistemas filosóficos originais e inovações no campo da arte. A autonomia do pensar e do agir nunca se compatibiliza com o princípio da autoridade. 2- O inconformismo e desobediência são salutares quanto à alteração de normas e costumes sociais que se impõem meramente por rotina, perdendo vigência social. 3- Em casos de regimes ditatoriais e de ordens arbitrárias, a desobediência pode ser uma saída preferível à obediência. 4- O inconformismo pode ser importante para lutar e desfazer preconceitos sociais. (10)

Centar!

(20) Estereótipos Sociais são crenças ou representações rígidas e simplificadas acerca de pessoas, grupos e instituições que resultam de uma generalização excessiva. Preconceito é uma atitude geralmente negativa em relação a membros de um grupo, resultante de um juízo desfavorável que foi prévia e infundadamente constituído. Um exemplo de estereótipo é, por exemplo, dizer que "os japoneses são educados e reservados" ou "os mais velhos são conservadores". Um exemplo de preconceito é um grupo ~~étnico~~ étnico discriminado e até mesmo ser agressivo com um grupo étnico diferente. Por exemplo, nas escolas dos EUA até à década de 60 e ao regime de apartheid na África do Sul existia a segregação racial. Existem ainda os preconceitos profissionais que é quando afirmam que a mulher ou o homem é mais indicado para um tipo de profissão; e ainda os preconceitos religiosos que existem quando se afirma que a religião que se possui é melhor que outra.

(10)

Trabalho realizado por:

- Adriana Catarino ✓
- Ana Filipa Pereira ✓
- Sara Lopes ✓
- Maria João Silva ✓

129A

