

Coacção ou Influência Social?

Sofia Meireles Cruz*

Introdução

O objectivo deste trabalho é estudar porque é que procuramos os outros ou o que procuramos nos outros e até que ponto os nossos comportamentos são influenciados pelos desses outros.

Uma vez que a cultura tem influência grande nestas condições, o trabalho reporta-se a sociedades ocidentais.

O desenvolvimento moral

Desde cedo que se começa a aprender aquilo que se pode fazer e o que não se pode fazer, o que é certo e o que é errado. Aprende-se o bem e o mal, mas mais importante que tudo, apreendemos e interiorizamos valores e conceitos morais que, apesar de se instalarem desde tenra idade, permanecem imutáveis por um longo período de tempo. E como é que o pensamento e o comportamento morais se desenvolvem?

Julgamento moral e conduta: a teoria de Kohlberg

O autor que aparece como o *agitador* do estudo sobre o pensamento moral é Kohlberg, alegando que um comportamento pode ser moral ou imoral, dependendo directamente da intenção de raciocínio que poderá estar na sua origem. Um bom exemplo disto é a relação estreita entre o respeito pela lei e o

* Aluna do 2º ano do Curso de Licenciatura em Psicologia, da Universidade Autónoma de Lisboa

receio de apanhar uma multa, ou seja, sabemos distinguir o que podemos fazer daquilo que devemos fazer, independentemente de ser certo ou errado (Davidoff, 2001).

É ao nível do pré-moral que as crianças pequenas operam, comportando-se da maneira mais adequada à situação, de modo a obterem um tipo de recompensa, evitando assim, possíveis punições (Davidoff, 2001). O nível convencional está destinado a crianças maiores e adultos, os quais se comportam de forma socialmente aceite, de modo a se tornarem parte da sociedade em que vivem, através da maneira como agradam aos outros que os rodeiam, ou, no mínimo, a cumprirem as obrigações morais e legais, exigidas pela sua própria cultura. Um terceiro nível, o dos princípios, pode ser aqui explicado, como sendo apenas atingido por um em cada quatro adultos. Este último nível tem em consideração os princípios éticos universais ou padrões de consciência (id).

O terceiro nível de Kohlberg implica a interiorização daquilo que é ao certo moral. As pessoas que atingem este nível comportam-se moralmente na maior parte do tempo, com as suas implicações óbvias; eles conhecem o peso das suas próprias punições e recompensas, independentemente do que ganham ou perdem com isso (id).

Nível pré-moral
Estágio 1: Orientação para a obediência e punição
Estágio 2: Finalidade instrumental e troca
Nível convencional
Estágio 3: Concordância interpessoal e conformidade
Estágio 4: Concordância social e manutenção do sistema
Nível de princípios
Estágio 5: Contrato social, utilidade e direitos individuais
Estágio 6: Princípios éticos universais

Tabela I – Estágios de desenvolvimento moral, segundo Lawrence Kohlberg¹

¹ Fonte: Davidoff, Linda. (2001). *Introdução à psicologia*. 3ª ed. São Paulo: Makron Books.

O livro *Teoria Psicológica e Desenvolvimento da Mulher* é sem dúvida alguma, um relato vivo do que é o desenvolvimento psicológico da mulher. Ao longo do livro, Carol luta contra tudo e todos para assumir o papel desta na sociedade. Enquanto colaboradora de Kohlberg, Carol esforçou-se por introduzir a mulher como parte importante para as experiências feitas em laboratório, em vista a estudar o comportamento humano (Gilligan, 1997), visto que apesar desta associação entre ambos, para Kohlberg as respostas aos dilemas morais propostos eram na sua grande maioria de participantes do sexo masculino. Kohlberg entendia que para as meninas os julgamentos sobre moralidade dependiam apenas de questões de responsabilidades e cuidados, como por exemplo, o de não magoar o próximo (id). Ou seja, as meninas que participaram nas experiências não poderiam servir para o estudo, pois não conseguiriam pensar e/ou agir perante um problema moral que envolvesse outra pessoa e que pudesse magoá-la de alguma forma.

Gilligan traçou um curso alternativo para o desenvolvimento moral feminino. No primeiro estágio, o sexo feminino parece cuidar da própria sobrevivência. Este estágio é considerado egoísta. A responsabilidade pelos outros e o cuidado para não magoá-los são preocupações centrais no segundo estágio. No terceiro, as mulheres juntam os dois temas, considerando a si próprias e os outros merecedores de atenção, ou seja, *“desfaz a tensão entre egoísmo e responsabilidade através de uma nova compreensão de interconexão do eu com o outro. A preocupação com os outros torna-se o princípio auto-escolhido”* (id).

Através de um estudo sobre problemas morais, Gilligan pôde constatar que os valores associados ao sexo eram cumpridos nas respostas. Ambos, homens e mulheres, usavam a perspectiva de um e de outro para justificar as suas respostas. Independentemente da consciência que ambos os sexos têm para as escolhas morais que o outro teria, no sexo masculino predominava a escolha que mais se assemelhava a algo que significasse uma resposta justa e legal e, no sexo feminino predominava a escolha para os cuidados com o próximo (id).

Criação de filhos e moralidade

Existem três práticas parentais que estão intimamente associadas à moralidade, tanto no pensamento como no comportamento (Davidoff, 2001):

“1 – Pais carinhosos e empenhados na educação dos filhos: quando os pais são carinhosos e empenhados, os filhos comportam-se moralmente, tendendo a raciocinar baseando-se em princípios, quando a idade já lho permite. A rigidez parental é associada à imaturidade moral das crianças.

2 – Modelo parental de comportamento prestativo e moral: estudos experimentais confirmam a ideia de que os modelos parentais de solidariedade aumentam a probabilidade de comportamento prestativo em crianças.

3 – Treino de empatia: embora as diferenças nos graus de empatia possam ter base genética, a empatia (capacidade de experimentar os pensamentos e sentimentos dos outros) pode, sem dúvida alguma, ser estimulada. Táticas disciplinares que comunicam as razões pelas quais as crianças deveriam mudar o comportamento parecem fazer desenvolver a empatia. Especialmente eficazes são os apelos à preocupação da criança para com os outros, fornecendo-lhe informações sobre como os seus actos podem prejudicar o próximo, as chamadas estratégias de explicações causais ou de indução. Crianças expostas a esses métodos tendem a demonstrar níveis altos de maturidade moral, solidariedade e sentimento de culpa por mau comportamento.”

Ao que parece quando os pais recorrem frequentemente ao uso da força e de ameaças, os filhos tendem a desenvolver moralidades extremas, as quais advêm do medo da punição. Estes não interiorizam totalmente o comportamento moralmente correcto, especialmente quando ninguém está por perto para os fazer cumprir a regra.

A adolescência

Influência de ambos os pais

Para os adolescentes ambos os pais desempenham papéis importantes nesta fase conturbada da sua vida. Tendem a reconhecer a sua família como sendo harmoniosa e os relacionamentos com os seus pais como bons. Apesar de tanto o pai como a mãe serem igualmente admirados, estes vão ter um significado específico, de acordo com os papéis sexuais que representam, não

só na sociedade, como também em casa. A mãe precede o pai como importante fonte de compreensão.

Eles procuram em ambos os pais um exemplo a seguir. Admiram-nos apesar de se afirmarem como seres individuais, seja através de modas ou de ideais retirados do grupo de rock, seja através do seu grupo de pares. A procura pela construção do EU torna-se individualista e extremamente angustiante.

A auto-estima do adolescente vai depender da opinião que ambos os pais têm dele, da confiança que nele depositam. Irá depender também dos padrões decisórios, de comunicação e de disciplina da família. Jovens cuja auto-estima é elevada provêm por norma de lares felizes, nos quais ambos os pais transmitem confiança e interesse, fundamentam os seus pedidos com razões, envolvem os filhos no processo decisório e em outros assuntos familiares, e estimulam a independência gradativa, detendo a responsabilidade final (Davidoff, 2001).

Como já foi referido em cima, pais que sejam demasiado autoritários e que insistam na total obediência, *ensinando* por via da violência e autoritarismo, apenas conseguem que os seus filhos jovens se sintam menos seguros de si próprios. Claro que o extremo oposto, quando os pais dão pouca orientação e permitem liberdade ilimitada, também gera problemas, que, como Diana Baumrind demonstrou, são idênticos.

Influência dos pares (id)

Na adolescência não é tanto a influência dos pais, mas sim a do seu grupo de pares que vai constituir um marco importante. É no seu grupo de amigos que os adolescentes vão passar a maior parte do seu tempo, valorizando as opiniões deles. Em geral, aderem aos padrões do grupo. Enquanto os pais, com status superiores, tendem a comunicar os seus julgamentos, os amigos tendem a interagir como iguais. Aqui existe uma cumplicidade de opiniões, onde podem ouvir e ser ouvidos, sem receio de crítica ou imposição, ao contrário do caso dos pais. Interagem hierarquicamente ao mesmo nível. Não são moralmente julgados ou repreendidos, podendo, por isso, partilhar todos os seus medos e sentimentos confusos ou perturbadores.

Da teoria de estágios há que ter em conta a noção de tarefa comum, a qual afirma que as pessoas, num ponto específico da história e num local específico, enfrentam desafios semelhantes (Davidoff, 2001). Para além disso, a maturação do corpo humano contribui para outros pontos em comum. “Um dos pilares do modelo contínuo também é sólido: os detalhes precisos (o quê e quando) das mudanças decorrentes do desenvolvimento variam muito e dependem das circunstâncias da vida (cultura, subcultura, geração, história pessoal, herança genética)” (id) e por isso o aproveitamos também, estabelecendo-se assim um modelo integrado de desenvolvimento adulto.

O comportamento social

Durante toda a sua vida, o ser humano vai depender dos outros. Por isto é seguro afirmar que ele é um animal social. Seja qual for a parte do mundo em que se encontra, a sociedade vai fazê-lo agir em função dela. As normas são tão comumente aceites, que parece natural segui-las.

Motivação social

Necessidades de estimulação

O ser humano precisa de ser estimulado para agir e é em algumas actividades de socialização (compartilhar, alimentar e até mesmo lutar) que tal vai ter lugar, seja de forma positiva, seja negativamente.

Segundo várias pesquisas de laboratório os seres humanos frequentemente querem estar na companhia dos outros, quando se sentem ameaçados. A companhia dos outros parece reduzir a ansiedade, quando estes se sentem ameaçados fisicamente, diminuindo assim a estimulação desagradável (id).

Schachter concluiu que as pessoas em estado de ansiedade preferem estar em conjunto a ficarem sozinhas, tendo encontrado cinco razões para isto (Vala, 2002):

- Possibilidade de escape – já que estando com outras pessoas podiam discutir a situação tentando encontrar meio de lhe escapar.

- Clareza cognitiva – uma vez que, estando com outros, recolhem mais informação sobre a situação o que permite conhecê-la melhor e, eventualmente, reduzir a ansiedade.
- Redução directa da ansiedade – conseguida pelo apoio directo dos outros.
- Redução indirecta da ansiedade – visto que estando com outras pessoas têm maior probabilidade de, por causa da interacção, deixarem de pensar naquilo que gera a ansiedade, pelo que ela se reduz.
- Auto-avaliação – que se traduz pela necessidade de se comparar com os outros, fazendo uma avaliação da sua maneira de estar quanto à situação em causa.

Necessidades de comparação social

A necessidade de comparação social é inteiramente de origem cultural. Fruto da civilização humana, este tipo de procedimento ajuda os homens e mulheres a reunirem, desde cedo, informações para saber se os outros concordam ou não com as suas avaliações, percepções, crenças e emoções. Se as outras pessoas concordam e reagem como nós ou se nos saímos bem, então sentimo-nos confiantes. Este procedimento mantém-se ao longo da vida e constitui um regulador social do comportamento, como afirma Leon Festinger na sua teoria da comparação social.

Percepção e apresentação social

É através da observação do comportamento dos outros que vamos avaliar os nossos próprios comportamentos, tentando com isso entender as razões da conduta humana.

O processo de atribuição

Tendemos a fazer julgamentos sobre outras pessoas, embora não se tenha consciência disso. Por exemplo, um estigma é algo imediatamente reconhecível ou não imediatamente perceptível. Uma pessoa que não tenha uma perna, independentemente do motivo, tem um estigma imediatamente reconhecível, em contrapartida, uma pessoa que seja mentirosa, mas cuja “qualidade” só nos

é dada a conhecer depois de formarmos a nossa opinião, é um estigma não imediatamente perceptível (Goffman, 1986).

Os estereótipos são conhecimentos previamente apreendidos através dos agentes de socialização e, determinam os nossos julgamentos face a um grupo de seres humanos e aos seus elementos. São geralmente distinguidos pela sua raça, aparência física, língua, hábitos sociais e culturais, origem geográfica, identidade religiosa, sexo (Vala, 1999). Enfim, são distinguidos pela sua identidade cultural.

O processo de atribuição

Por norma fazemos considerações sobre o modo de agir dos outros que nos rodeiam, sejam estas acções intensas, importantes ou inesperadas, especialmente se dependemos das pessoas em questão ou esperamos algo mais delas. Poderá haver múltiplas razões para um determinado comportamento. Muito poucos têm uma postura objectiva e consideram alternativas que contrariem as próprias crenças e percepções do momento (Davidoff, 2001).

Ao processo pelo qual categorizamos o comportamento dos outros chama-se *atribuição social*. De forma errada ou não este processo de atribuição é contínuo, dinâmico, evolutivo. Durante a nossa vida as nossas justificações mudam constantemente, tornando-se mais efectivas à medida que observamos em continuidade.

O comportamento do observador

Ao longo da vida, as pessoas adquirem redes de conhecimento (expectativas, esquemas ou estereótipos) que influenciam as suas atribuições, bem como as próprias percepções, memórias e pensamentos. As pessoas guardam ideias gerais sobre quase tudo que determina os seus julgamentos sociais. Por exemplo, se uma pessoa acha que Ana é preguiçosa, está propensa a ver as dificuldades escolares dela como decorrentes da sua preguiça, mesmo que haja causas mais plausíveis.

“Na nossa cultura os observadores costumam dirigir a atenção para as qualidades pessoais do agente da acção e não para a situação ou para outras

pessoas, como se essas qualidades fossem a principal causa das acções” (Davidoff, 2001). Por exemplo, se encontramos alguém que conhecemos e essa pessoa não nos cumprimenta, poderemos facilmente considerar que ela o fez por razões intrínsecas, do tipo snobismo, quando na realidade, a pessoa nossa conhecida, simplesmente não nos viu, por acaso. Essa tendência para enfatizar disposições e fazer atribuições disposicionais, em detrimento das situacionais, é tão esperada que é chamada *erro fundamental de atribuição* ou *viés de atribuição*.

Quando a atribuição é feita no sentido de se considerar que foram as circunstâncias do momento que levaram a um dado comportamento, chama-se atribuição situacional.

O comportamento do observado

As atribuições sociais também dependem da conduta do observado:

- 1 – *Informações públicas vs. Privadas*. Quando tentamos descobrir porque é que os outros agem de determinada maneira, levamos sempre em conta, ora informações privadas (relatos sobre pensamentos e sentimentos), ora públicas (observações do comportamento). No entanto, dependemos bastante de fontes privadas para que possamos julgar os outros e a nós próprios. Normalmente quando as pessoas usam informações de que dispõem acerca das qualidades de alguém, essas impressões são também partilhadas pelos seus amigos acerca dessa pessoa ou pessoas.
- 2 – *Causas distintas*. Enquanto fazemos atribuições, temos em muita atenção as acções que tenham aparentemente causas distintas e que, por isso, sobressaem do todo, o que pode evitar cairmos no erro fundamental de atribuição.
- 3 – *Consistência*. Quando a maneira de proceder das pessoas é congruente ao longo do tempo e em situações diferentes, parte-se do princípio que a causa dessa congruência são as qualidades pessoais.

- 4 – *Consenso*. Se temos uma ideia de alguém e sabemos que se vai comportar de determinada forma, quando isso acontece, chega-se a um consenso acerca dessa pessoa, visto que se comportou da maneira como esperávamos.

O altruísmo e o egoísmo

A contribuição daquele que presta o socorro (Davidoff, 2001)

Quando nos surge uma situação na qual temos de ajudar alguém, a forma como nos sentimos e como pensamos vai influenciar o nosso modo de agir.

Segundo diversos estudos feitos por psicólogos chegou-se à conclusão que a alegria e a boa disposição estão associados com a ajuda. Parece que quando estamos bem-dispostos estamos mais propensos a ajudar. Apenas não se sabe quais as razões químicas e biológicas que contribuem para tal facto. O bom humor é responsável pelo desencadeamento de pensamentos positivos e, para que tal se mantenha, as pessoas tendem a ajudar, pois ficam ainda mais bem dispostas, por saberem que ajudar nunca é demais.

Quando nos sentimos infelizes a situação torna-se mais complexa. Estando envolvidas nos seus próprios problemas, as pessoas tristes poderão não ser muito prestáveis. Porém quando ajudam outras o seu humor melhora consideravelmente. Sentem-se úteis.

O efeito *boas notícias—más notícias* é uma ilustração especialmente interessante da contribuição dos sentimentos e pensamentos para a ajuda. Se se viver rodeado de pessoas cruéis, tende-se a adoptar os mesmos tipos de comportamento ou de disposição. O mesmo acontece quando relatos sobre a crueldade se tornam parte da nossa vida, afectando as nossas ligações sociais e alienando as pessoas umas das outras, inclinando-as ao egoísmo, à desconfiança e ao comportamento anti-social (id).

A contribuição das condições sociais (id)

A percepção que os outros têm de uma determinada emergência poderá afectar a nossa disposição para ajudar. Ou seja, quando outros estão presentes,

o altruísmo pode tardar em chegar. E isto porquê? Uma pessoa que esteja verdadeiramente predisposta a ajudar numa situação que lhe é desconhecida, receia que esta seja mal avaliada, mal percepcionada. Se estiver em grupo e ajudar alguém que não precisa de ajuda, pode ser bastante humilhante. O que se põe aqui em causa não é o facto de as pessoas não quererem ajudar, mas sim o de avaliar de forma errada uma situação de ajuda, quando ela não é necessária.

O *efeito de difusão da responsabilidade* acontece quando uma pessoa que esteja em grupo não ajuda alguém que precisa. Estando em grupo poderá alegar que qualquer uma das outras pessoas presentes poderia ter agido. Contrariamente a esta situação, caso se encontre sozinha e não ajude, terá de suportar a culpa sozinha. Como exemplo temos os casos de atropelamento e fuga, que estão previstos na lei com elevada sanção. Assim, caso não queiramos ajudar é vantajoso estar em grupo, pois a culpa é dividida, tornando-se mais fácil conviver com ela.

A clareza e a ambiguidade de uma situação também influenciam a ajuda.

O *bom samaritano* que se dispõe a ajudar numa situação perigosa é um tipo distinto de pessoa. Este tipo de indivíduo que dá provas tão elevadas de altruísmo, frequentemente fica irritado com frustrações, defende fortemente a lei e a ordem, costuma assumir riscos e está habituado com a violência.

A identidade da vítima

A identidade da vítima é outra influência para o altruísmo (Davidoff, 2001). Neste campo o sexo feminino é mais propício a receber ajuda do que sexo masculino. As pessoas por quem aqueles que se predispõem a ajudar sentem algum carinho ou têm laços afectivos, têm maior probabilidade de receber ajuda. A necessidade de ajuda tem de ser legítima e fugir ao controlo da vítima e o pedido tem de ser considerado por aquele que ajuda. Por exemplo, temos maior tendência para ajudar uma pessoa doente, do que alguém que bebeu em excesso.

Como explicar o altruísmo

Existem duas ideias que tentam explicar o altruísmo:

- A *visão empática* (Davidoff, 2001) pressupõe que seja produzido um aviso fisiológico o qual alerta o altruísta a ajudar, colocando-se na posição da pessoa que necessita de ajuda. Quando nos deparamos com casos de extrema urgência, a empatia provavelmente é o factor principal, para que as pessoas se apressem a ajudar intuitivamente e a fazerem tudo o que lhes está ao alcance, de modo a solucionar o problema.
- A *visão da solução do problema* (id): podemos afirmar que este tipo de conceito está vestido de racionalidade. Os prós e os contras são aqui pesados em favor de uma solução vantajosa ora para o que ajuda, através de recompensas, ora para o que é ajudado. O que a sociedade nos diz é que devemos ajudar, mas numa situação altamente perigosa para o que ajuda, o caso pode-se tornar bastante angustiante. Nesta situação o custo pode ser elevado, podendo significar a perda da própria vida. Há que saber avaliar muito bem uma situação para que todos beneficiem da mesma.

A conformidade

Podemos definir conformidade como sendo uma mudança nos comportamentos resultantes da pressão do grupo, seja esta real ou imaginária. “Os psicólogos distinguem entre comportamento conformista (concordância) e crenças conformistas (aceitação)”. Numa qualquer situação isolada, um dos quatro modelos surgirá: *concordância e aceitação, concordância sem aceitação, aceitação sem concordância, ausência de aceitação e de concordância*. Supondo que Daniel se sente compelido a beber todas as noites de sexta-feira porque todos os seus amigos também o fazem. Ele tem quatro opções (Davidoff, 2001):

- 1ª Pode aderir alegremente ao grupo (concordância, aceitação).
- 2ª Pode ceder, embora ache que, ao beber, está a ser covarde (concordância, não aceitação).

- 3ª Pode decidir não beber, enquanto no íntimo deseja fazê-lo, talvez para agradar à namorada (não concordância, aceitação).
- 4ª Finalmente pode concluir que se beber está a prejudicar o cérebro e a destruir o fígado e, por isso, permanecer sozinho e não beber (não concordância, não aceitação).

Não podemos desenhar uma linha tendo do lado direito os que são conformistas e do lado esquerdo os não conformistas. As pessoas têm poder de análise suficiente para poderem analisar quais as circunstâncias em que se devem conformar e quando não o devem fazer.

Três tipos de conformistas

Segundo uma experiência de Asch sobre a influência social às claras, três tipos de conformistas foram identificados:

1. *Conformistas a nível perceptivo*: este tipo de grupo é constituído por indivíduos que não reconhecem quando algo de estranho acontece. Ignoram a verdade e não admitem que tiveram o comportamento errado.
2. *Conformistas a nível de julgamento*: este tipo de grupo é constituído por sujeitos que respondem de determinado modo, apenas porque todos os outros deram a mesma resposta, admitindo até que viram algo que não existia.
3. *Conformistas a nível comportamental*: este tipo de sujeitos sabia que estava certo na sua apreciação, mas dava outro tipo de resposta, para não sobressair no grupo.

Obediência

A obediência existe para que consigamos todos viver em sociedade. É através dela que as pessoas tendem a abandonar os seus próprios julgamentos pessoais e a cooperar com as autoridades. Como acontece com a conformidade, tem de haver submissão diante de pressões externas. As pessoas obedecem para ganhar recompensas, tais como aprovação, prestígio, promoções ou

dinheiro, ou para evitar punições, como desaprovação, multas, agressões físicas ou prisão.

De pequenino se torce o pepino, isto é verdadeiro em relação à cultura da obediência, que começa bem cedo, como valor fundamental em certas sociedades, pois as pessoas tendem a interiorizar que não se questiona a autoridade.

A obediência cega pode ser um hábito perigoso.

Razões para a obediência

Milgram dedicou-se ao estudo da *obediência* que é o cumprimento de uma ordem dada. As pessoas supõem que as autoridades legítimas têm de ser obedecidas, simplesmente devido à educação que tiveram na infância.

As pessoas gostam de ser educadas e fazem por cumprir aquilo que prometeram. Adoram ajudar os outros e não gostam de fazer “cenas” (Davidoff, 2001). Ou seja, fazem exactamente aquilo que a sociedade lhes ensinou, de modo a cumprirem o seu dever e para não frustrarem a expectativa que se tem delas. Conseguem justificar-se através do cumprimento de grandes valores, tais como: lealdade, disciplina e auto-sacrifício mesmo quando isto não está em causa (Hitler falava em *purificação da raça*) e, no entanto, tudo aquilo que parece correcto a uns, por outros pode ser entendido como falso ou errado.

Influências na obediência (id)

Como a conformidade, a obediência depende de certas condições:

1. *Proximidade com a autoridade.* Quando as pessoas estão mais próximas da autoridade, tendem a se sentir mais intimidadas e a obedecer mais.
2. *Proximidade com a vítima.* Quanto mais próximas estão da vítima, as pessoas tendem a sentir empatia, o que as leva a obedecer menos.

3. *Difusão da responsabilidade.* Quando a responsabilidade pode ser facilmente atribuída a uma outra pessoa, as pessoas tendem a obedecer fielmente até ao fim.
4. *Um modelo desobediente.* Quando as ordens são desafiadas por alguém, apenas uma pequena percentagem persiste a obedecer.
5. *Atitudes autoritárias.* É provável que as pessoas que obedecem totalmente mostrem inúmeras atitudes autoritárias, como ilustra a Tabela III.

Componente do autoritarismo	Atitude ilustrativa
Adesão rígida a valores da classe média	“Todo o ser humano decente deveria sentir amor, gratidão e admiração pelos pais.”
Necessidade exagerada de se submeter aos outros.	“A obediência e o respeito pelos pais, professores, polícia, etc., são os valores mais importantes que os pais podem ensinar.”
Compromisso com punição severa em virtude de valores convencionais.	“O uso da pena de morte é altamente benéfico à sociedade.”

Tabela III – Atitudes autoritárias ³

Atitudes

Definir o conceito parece ser o mais importante. O que é uma atitude. Como podemos definir as atitudes? Parece bastante simples e até é, mas estas são vulgarmente confundidas com o conceito de comportamento. Uma atitude não é um comportamento nem uma conduta, mas sim uma ideia, uma opinião.

³ Fonte: Davidoff, Linda. (2001). *Introdução à psicologia*. (3ª ed). São Paulo: Makron Books.

Existem vários aspectos que definem as atitudes:

1. As atitudes são aprendidas através de experiências subjectivas.
2. Apesar de as atitudes serem ideias, elas referem-se sempre a um objecto, pelo que é sempre necessário indicar ao que elas se referem, como por exemplo: “Gosto de saber que ainda há pessoas honestas no mundo”. O objecto ao qual a atitude se refere, neste exemplo, é a honestidade.
3. As atitudes são sempre avaliativas. Tomando o exemplo acima: “Gosto de saber...” é um sentimento ligado a uma avaliação. Neste caso é um sentimento pró, mas também poderia ser contra. As atitudes predispõem a um determinado comportamento, ou seja, se esperamos que ainda haja pessoas honestas no mundo, quer dizer que também nós nos comportaremos honestamente.

Atitudes, crenças e valores

Estes três conceitos são facilmente confundidos, porém são bastante diferentes:

- Uma crença é sustentada por um conhecimento não provado sobre algo em que se acredita fortemente, sem o pôr em causa, como por exemplo, a superstição.
- Um valor é uma concepção geral do que seria desejável a nível individual e/ou social.

O que distingue uma atitude de um valor é que este último é mais geral, enquanto que a atitude é específica a um objecto.

Formação das atitudes

Sabendo que as atitudes se formam a partir de experiências subjectivas, é seguro afirmar que nem sempre as pessoas possam estar conscientes de que estão a aprender alguma coisa. Através da *aprendizagem por observação ou aprendizagem social* somos influenciados a agir de determinado modo e, consequentemente a imitar. Não queremos dizer com isto que somos uma imagem espelhada de todas as pessoas com quem lidamos. A individualidade de cada um de nós torna-nos diferentes à nossa maneira, embora mais ou menos parecidos com os outros.

As recompensas e punições (condicionamento operante⁴) provavelmente têm um papel importante na aprovação e apoio dos pais e outras figuras importantes que são autoridades significativas para que se adotem as atitudes deles. A crítica e a rejeição, entretanto, poderão enfraquecer as atitudes (Davidoff, 2001). Independentemente das consequências de uma questão, a aprovação ou desaprovação de pessoas totalmente estranhas pode também influenciar as atitudes.

Deparamo-nos com o princípio da *exposição* quando falamos sobre a atracção e o gostar. As pesquisas de Robert Zajonc e de outros, mostraram que, quanto mais contacto as pessoas têm com algum objecto ou pessoa, mais se sentem afeiçoadas a esse objecto ou pessoa (id). A simples exposição é uma influência muito potente nas atitudes, quando faltam informações. Por exemplo, quando passamos muito tempo com uma pessoa, que é uma autoridade para nós, tendemos a criar laços muito fortes ou até mesmo a apaixonarmo-nos por ela. Um bom exemplo é a relação professor particular com o seu aluno. Não tem necessariamente de acontecer, mas pode.

Dinâmica das atitudes

Uma vez formadas, as atitudes exercem efeitos poderosos. Apesar de sermos livres de escolha e de podermos pensar livremente, uma atitude pode ser contida através do nosso próprio comportamento, como por exemplo: um piloto de fórmula 1 não deve andar a 300km/h na cidade, só porque tem um espírito aventureiro e gosta de velocidades extremas. O poder das atitudes apenas é contido pelas leis que vigoram na sociedade em que vivemos. Somos livres de pensar livremente e de ter as nossas opiniões, mas apenas podemos expressá-las de acordo com aquilo que é legalmente correcto.

Mudança de atitude

Existem três componentes das atitudes: afectiva/avaliativa, cognitiva e comportamental. As atitudes não são imutáveis, estão sujeitas a mudanças, como tudo. Nada na natureza permanece estável, nem mesmo as rochas, por isso, com as atitudes passa-se o mesmo. Elas podem existir durante muito tempo

⁴ No condicionamento operante a recompensa depende da resposta (Gleitman, 1999).

sujeitas a evoluções. A informação e a experiência de vida são as principais causas para a mudança das atitudes que pode acontecer em qualquer das componentes:

1. Mudança da componente cognitiva: quando mudamos o conhecimento que temos de determinado objecto, muda também a afectividade que tínhamos em relação a ele. O comportamento também pode ser alterado, mas não necessariamente.
2. Mudança da componente afectiva: quando o sentido pró ou contra da atitude em relação ao objecto se altera, as nossas cognições são também alteradas, de modo a que correspondam à nossa afectividade.
3. Mudança da componente comportamental: a alteração do comportamento em relação ao objecto, poderá levar a alterar a afectividade e a cognição em relação a ele.

A principal influência na mudança de atitudes é a comunicação:

- a) **A fonte da mensagem** – A fonte da mensagem desempenha um papel importante na mudança de atitude, principalmente se for credível e competente. A experiência ou a semelhança com a audiência é também essencial. Deverá ser atraente e agradável e acima de qualquer suspeita. Apesar da fonte da mensagem ter de ser fidedigna, uma autoridade na matéria, com o passar do tempo, pode perder a sua força inicial, pois as pessoas passam a concentrar-se mais na mensagem. Os psicólogos chamam ao aumento gradativo da força da mensagem persuasiva – *efeito adormecido* (Davidoff, 2001).
- b) **A mensagem** – A mensagem, para que cumpra o seu objectivo, tem de ser tão convincente como a própria fonte. Os argumentos têm de ser bem formulados para que sejam persuasivos. Para mudar a atitude de uma audiência altamente envolvida, a mensagem tem de ser transparente e segura. Há que saber também aplicar muito

bem formas de comunicação de acordo com o tipo de audiência. Convém guardar os *trunfos* para o fim, no caso de uma audiência *desconfiada*. Mas no caso de uma audiência interessada e emotiva, os argumentos mais relevantes terão de passar para o início, de modo a conseguir o envolvimento da mesma.

- c) **A audiência** – A personalidade da audiência é fundamental para a comunicação persuasiva de que vai ser alvo. A mudança de atitude torna-se mais provável quando o envolvimento da população-alvo é maior. Várias tácticas são utilizadas pela fonte da mensagem, sendo a mais comum a de ligar um compromisso a um grupo de referência para a audiência. Também poderá ser pedido às pessoas que apoiem publicamente uma nova atitude. A *técnica foot-in-the-door*⁵ é bastante persuasiva. Consiste em avançar de um pequeno pedido para outro maior. Pessoas que concordam com pequenos pedidos, possivelmente serão mais receptivas a pedidos maiores (Davidoff, 2001).

Segundo a teoria da dissonância cognitiva quando as pessoas entram em conflito parecem mais predispostas a mudar de atitude, de modo a minimizar a discrepância que sentem (id). Se as acções entram em conflito com as ideias, as pessoas sentem-se mal e, como tal, mudam a atitude para que se instale a confiança.

Conclusão

Nascemos, somos ensinados, aprendemos, observamos, experimentamos, vivemos, morremos. Todos estes verbos implicam uma ou mais acções, todas elas com um *modus operandi* específico, que nos leva a agir. Embora a exerçamos de diferentes maneiras, todos temos a liberdade de optar por aquilo que achamos ser o mais correcto no momento da escolha, o livre arbítrio de que Sartre falava. Mas até que ponto saberemos o que é ao certo a liberdade? Conseguiremos descobri-la sem a dissociar do seu segredo mais bem escondido, a influência social?

⁵ *Foot-in-the-door* (glria) em português "pé na porta".

É na aprendizagem pelos pais, escola e pares que institucionalizamos os nossos princípios morais, os quais irão afectar as nossas condutas e nos ajudarão a formar atitudes que, embora sejam institucionalizadas, estão sujeitas a alteração, pois é através das experiências passadas e presentes que nos vamos formando, herdando a responsabilidade de nos formarmos como seres morais, cumpridores das regras e adequadamente inseridos na sociedade a que pertencemos, dentro do pensamento da época em que vivemos.

Como seres que apreendem tudo o que os rodeia, temos que ter a noção de que quando somos ensinados podemos tomar uma decisão consciente, seja ela moral ou imoral, dependendo aqui, do tipo de aprendizagem que tivemos ou que estamos a ter no presente. Tomamos decisões conscientes através daquilo que aprendemos dos outros e daquilo que observamos nos outros, mas elas podem ser limitadas através dos demais que assistem. Ter uma plateia aquando de um acto de altruísmo pode ser bastante compensador para o nosso ego, caso tudo nos corra bem, porque caso contrário, isso poderia afectar profundamente a nossa maneira de agir no futuro, face a um acto altruísta.

Até onde pode ou deve ir a influência social? São conhecidos casos extremos de obediência, como por exemplo, o nazismo, que pode ser considerado uma situação de conformismo extremo, que originou a obediência cega. Mas a influência social surge-nos muito mais dissimulada do que isso. Ela está em tudo o que fazemos, em tudo o que pensamos, em tudo o que vivemos. É facto que não nos conseguimos dissociar dela, pois sem ela, não seríamos ninguém ou então, viveríamos num buraco negro sem qualquer tipo de estímulos que pudessem ser captados e apreendidos. Teríamos que *viver na solidão, sem a saber sentir, no escuro, sem o saber ver, no nada, sem o saber preencher. E aí nós próprios seríamos, nada*. Não escapamos portanto, à influência social, mas devemos ter o discernimento de avaliar as consequências dos nossos actos face a ela.

A coacção surge como uma medida social, imposta por aqueles que nos ensinam e que nos ajudam a manter uma conduta normativa na sociedade. Esta medida preventiva e punitiva consiste num reforço à aprendizagem social do indivíduo, quando toda a outra falha ou ainda se encontra incompleta. Por

exemplo, quando não cumprimos o código da estrada (e somos apanhados) é-nos imposta uma medida de coacção, a multa. Com isto somos alertados para o perigo da nossa infracção e, como tal, para a compreensão da punição, como sendo uma solução para apressar a criação ou alteração das atitudes face ao acto cometido. A coacção é um “instrumento” que a sociedade encontrou para modificar os seus indivíduos e para os conter dentro de um quadro ético-jurídico que salvguarde os direitos de todos os seus membros.

Coacção ou influência social? Ambas.

Referências Bibliográficas

- DAVIDOFF, Linda. (2001) *Introdução à psicologia*. (3ª ed). São Paulo: Makron Books.
- GILLIGAN, Carol. (1997) *Teoria Psicológica e Desenvolvimento da Mulher*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- GLEITMAN, Henry. (1999) *Psicologia*. 4ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- GOFFMAN, Erving. (1988) *Estigma – Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A.
- VALA, Jorge. (1999) *Novos Racismos – Perspectivas Comparativas*. Oeiras: Celta.
- VALA, Jorge; MONTEIRO, Maria Benedicta. (2002) *Psicologia Social*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Bibliografia

- HIRIGOYEN, Marie-France. (1999) *Assédio, coacção e violência no quotidiano*. Lisboa: Pergaminho.