

PUC
RIO

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA
DO RIO DE JANEIRO



MARIA STELLA DO VALLE BEZERRA WINGE

O PAPEL DO APOIO E DA IMUNIZAÇÃO NO PROCESSO DE

MUDANÇA DE ATITUDE

MESTRE EM PSICOLOGIA

TEÓRICO EXPERIMENTAL

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Rio de Janeiro, GB, dezembro de 1972

CTCH

Centro de Teologia e de Ciências Humanas

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO DE JANEIRO

O PAPEL DO APOIO E DA IMUNIZAÇÃO NO

PROCESSO DE MUDANÇA DE ATITUDE

por

MARIA STELLA DO VALLE BEZERRA WINGE

Tese submetida como requisito parcial para a

obtenção do grau de

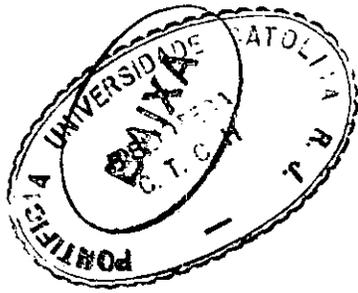
MESTRE EM PSICOLOGIA

TEÓRICO EXPERIMENTAL



Assinatura do Orientador da Tese

Rio de Janeiro, GB, dezembro de 1972



BC 31737

150
W769
7F-SF CC
CC 19698-1

RCC

A Manfredo, companheiro
de todas as horas

AGRADECIMENTOS

Ao professor Aroldo Rodrigues, orientador da presente tese, agradeço as valiosas críticas e sugestões que me foram dadas.

A realização deste trabalho foi possível graças ao Departamento de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e à Coordenação do Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Expresso os meus sinceros agradecimentos a todos que me prestaram inestimável colaboração e apoio, para a elaboração deste trabalho.

SUMÁRIO

O trabalho analisa o processo de influência social na mudança da atitude e na persistência da atitude inicial.

Tem como ponto de referência a teoria da imunização por inoculação de McGuire que possibilita a apresentação das seguintes hipóteses:

- a defesa de uma crença torna-se mais efetiva quando o indivíduo foi "imunizado" por pre-exposição a fatos contra argumentos do que quando foi tratado pela apresentação prévia de argumentos apoiando a mesma;

- a defesa da crença num "truismo cultural" é menos efetiva na medida em que requer maior participação do indivíduo na mesma;

- o efeito da interação entre os dois tipos de defesa prévia e de participação do indivíduo resulta em maior diminuição da efetividade da defesa quanto esta requer participação ativa e prévia exposição a contra-argumentos do que com pre-exposição a argumentos de apoio.

As pesquisas empíricas nesta área encontraram resultados inteiramente de acordo com esta teoria, mas todas se referem à crenças inequívocas para os indivíduos que eram submetidos aos experimentos, pois todas elas trataram com temas não controvertidos no meio ambiente desses indivíduos.

A investigação aqui apresentada tratou com temas bastante discutidos no ambiente cultural das pessoas que dela participaram, e os seus achados revelaram diferenças significativas entre a defesa de apoio e refutacional, confir

mando a primeira hipótese acima citada, mas não mostraram o mesmo para os diferentes tipos de participação e para o efeito de interações.

O estudo está dividido em três partes. Na primeira é apresentada uma revisão sistematizada das principais investigações e conclusões a que chegaram os psicólogos sociais sobre as variáveis determinantes das atitudes e, conseqüentemente, daquelas que levam a mudança.

A segunda aborda três diferentes enfoques do problema da resistência à influência social, tendo como foco principal a teoria da imunização;

Finalmente é apresentada uma prova experimental sobre alguns fatores que levam à resistência à mudança.

As conclusões são de que mesmo em se tratando de assuntos controvertidos, a pre-exposição a fracas formas de contra-argumentos, envolvendo a menção e refutação destes argumentos, é mais efetiva para conferir resistência a fortes ataques subsequentes, do que uma prévia apresentação de argumentos apoiando a crença do indivíduo.

SUMMARY

The process of social influence in the attitude change and resistance is analysed.

The reference point of this work is the inoculation theory (McGuire) that allows the derivation of the following hypothesis:

- a belief defense becomes more effective when it has been previously immunized by a procedure of pre-exposing to counter-arguments than when it was defended by supportive arguments presentation;
- the defensive treatments lost effectiveness to the extent that they require active participation in it;
- the interaction effect between types of defense (supportive-refutational) and participation (active-passive) results in less detrimental with the supportive type of defense than with the immunization by pre-exposure to counterarguments.

The empirical researches at this area found entirely favourable results to this theory but all of them utilized cultural truisms about which little specific information was available to the subject in his environment.

The investigation here presented deals with beliefs very heard within the person's social milieu, having indication that these truisms might differ in involvement level from those used by McGuire.

The findings revealed significant differences between supportive and refutational defense, confirming the first hypothesis above mentioned, but it was not found the same results for the different types of participation and

for the interaction effect.

This paper has three parts. At the first, is presented a systematic review of main investigations on the attitudes variables and the ones conducting to attitude change.

Part two deals with three different approaches to the problem of resistance to social influence having as the main point the immunization theory.

Finally, an experimental test on the variables that could effect the resistance to social influence is presented.

The conclusions are that pre-exposure to counter-arguments, in a weakened form that stimulation the receiver's defense, are more effective for inducing resistance against subsequent strong counter-arguments than pre-exposure to arguments supporting the individual's belief.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1 - MUDANÇA DE ATITUDE	6
1.1. Processo Básico	8
1.2. Variáveis Relevantes ao Processo de Mudança de Atitudes	12
A. Variáveis Independentes	13
a) Comunicador e suas características: Credibilidade, Atratividade, Poder	13
b) Mensagem: Estilo, Estrutura, Conteúdo	26
c) Meio	33
d) Receptor: Participação Ativa, Recom- pensa Mínima para Aquiescência, Dife- renças Individuais	38
B. Variáveis Dependentes	45
a) Atenção	46
b) Compreensão	49
c) Retenção	51
d) Ação	52
CAPÍTULO 2 - RESISTÊNCIA À MUDANÇA DE ATITUDE	53
2.1. Reatância	53
2.2. Compromisso Comportamental	54
2.3. Teoria de McGuire	54
A. Tempo como fator de Persistência da Atitude Inicial	55

B. Imunização Contra Influência Social	60
a) Indução Motivacional	61
b) Treinamento da Habilidade Crítica	64
c) Aumento da Resistência pelo Comprometi mento	65
d) Resistência por Encadeamento de Crenças	67
e) Resistência por Inoculação	69
CAPÍTULO 3 - TESTE EXPERIMENTAL DA TEORIA DE MCGUIRE	75
3.1. Introdução	75
3.2. Método	77
3.2.1. Sujeitos	77
3.2.2. Procedimento	78
3.3 Resultados	83
CONCLUSÕES	88
BIBLIOGRAFIA	93
ANEXOS I e II	

INTRODUÇÃO

Não obstante ser a atitude um dos mais importantes assuntos da psicologia social contemporânea e frequentemente tratado em trabalhos experimentais e teóricos, em nosso meio o desenvolvimento desses estudos é ainda escasso permanecendo sem a atenção que de verdade merece. Entretanto, os achados das investigações efetuadas, principalmente em língua inglesa, apesar de ainda apresentarem lacunas para o conhecimento do processo de formação e mudança de atitude, já oferecem considerável base para o entendimento do caráter geral de suas contribuições para os profissionais que lidam com esse fenômeno.

Prende-se a importância do tema ao fato de as atitudes serem elementos de grande valor para a predição do comportamento ou seja, "o conhecimento das atitudes de uma pessoa em relação a determinados objetos permite que se façam inferências acerca de seu comportamento."

Além disso, as atitudes sociais desempenham funções específicas para as pessoas, pois permitem organizar e simplificar as inúmeras informações vindas do ambiente, possibilitando melhor entendimento do mundo em que vivem ao mesmo tempo que formam a base para uma série de situações sociais importantes, tais como as relações de amizade e de conflito.

O conceito de atitude foi introduzido em psicologia social por Thomas e Znaniecki em 1918, que a definiram co

mo "cada manifestação da vida consciente, simples ou complexa". A partir de então, diversos autores se preocuparam em estudá-la e defini-la, atraídos que foram pelo fascínio do problema.

Fazendo uma síntese dos componentes, contidos nas diferentes definições, essencialmente característicos desse construto, Rodrigues define atitude social como "uma organização duradoura de crenças e cognições em geral, dotada de uma carga afetiva pró ou contra um objeto social definido que predispõe a uma ação coerente com as cognições e afetos relativos a este objeto".

Ao se analisar os conceitos até agora apresentados, verifica-se que todos eles contêm elementos cognitivos (conhecimentos, idéia sobre o objeto), afetivos (emoção positiva ou negativa) e comportamentais (tendência para a ação).

No presente trabalho, considera-se atitude como um construto não diretamente observável, mas inferível da consistência nas respostas das pessoas a situações e objetos sociais, resultante de três componentes: cognitivo, afetivo e comportamental.

Objeto social compreende qualquer pessoa, produto, criação, ou fato social. Consistência nas respostas significa coerência na associação entre objetos sociais, tanto na idéia, como no sentimento e na ação. Desse modo, se uma pessoa gosta de outra, ela provavelmente coopera com esta quando

uma oportunidade se apresenta, do mesmo modo que dificilmente cooperará com aquela de quem não gosta.

Um resumo da tendência histórica da pesquisa sobre atitude mostra que, depois dos estudos de Thomas e Znaniecki, em 1925 seguiram-se os de Watson que definem psicologia social como o estudo científico de atitudes.²

De 1930 a 1950, o foco de atenção foi mudado para a dinâmica de grupo, sendo que, em 1940, o grupo de Lewin reformulou o problema do processo de grupos. Também neste pe-riodo Festinger, Thibaut, Kelley, Deutsch, Bavelas, Cartwright, Schachter e Back, desenvolveram trabalhos sobre esse assunto. Encontramos, então, pesquisas cheias de elaborações conceituais, preocupadas com a análise dos componentes e com a distin-ção entre atitudes e construtos expressados. Ao mesmo tempo, vemos que foi dada uma importância muito grande à contribuição que os trabalhos sobre atitude poderiam oferecer às questões de política social. Verifica-se ainda uma aspiração por precisão quantitativa² em detrimento das questões substantivas. Em 1949, Hovland experimentou o impacto persuasivo de filmes morais nos soldados americanos e seus trabalhos desenvolvidos com colaboradores, na Universidade de Yale³ tiveram na pesquisa sobre mudança de atitude o mesmo papel que os de Lewin em dinâmi-ca de grupo.

Atualmente, a maior preocupação centraliza-se mais nos aspectos dinâmicos da mudança de atitude do que em sua mensuração.

O nosso interesse pelo estudo de mudança de atitude nasceu como consequência de nossa longa experiência na área de saúde pública.

Ao lidar, nessa oportunidade, com programas educativos para pessoas e grupos da comunidade, sobre aspectos de saúde, verificamos que esses programas tinham duas importantes implicações: primeiro, escassez, e conseqüente necessidade de pessoal profissional tecnicamente qualificado em ciências do comportamento, mais especificamente em psicologia social, nos serviços de saúde pública; segundo, inexpressivo, para não dizer inexistente, conhecimentos teóricos e experimentais de nossa realidade psico-social, fundamentados em pesquisas.

A humanidade atualmente dispõe de um conjunto de tecnologias capazes de mudarem a situação sub-humana em que vivem milhões de pessoas, mas muitas dessas pessoas ou grupos não têm atitudes favoráveis que possam tornar realidade essa mudança. Outro aspecto igualmente importante é o desequilíbrio ecológico promovido pelo homem, que em parte, reflete a sua atitude para com seu ambiente, seus semelhantes e consigo próprio.

Consideramos que o entendimento dos determinantes das atitudes é um dos fatores básicos para uma análise obje

tiva do desenvolvimento e da solução desses problemas. Naturalmente, não pretendemos apresentar soluções para situações tão complexas. Mas como na experiência do nosso trabalho diário, sentimos que tradicionais padrões de comportamento estão relacionados com problemas de saúde, nutrição, relações de conflitos e econômicos, entendemos que as pesquisas sobre atitudes podem fornecer elementos que auxiliem aqueles que se propõem a interferir em alguma área dos inúmeros problemas que nos afligem.

Já Aristóteles discutia o processo de mudança em considerável extensão, porque provavelmente reconhecia a essencial similaridade entre o processo de educação e os de influência social. ²

O presente trabalho está desenvolvido em três partes. A primeira apresenta uma revisão sistematizada das principais investigações sobre as variáveis determinantes das atitudes e conseqüentemente aquelas que levam a mudanças.

Na segunda parte, são analisados fatores relacionados com a persistência e resistência à mudança das atitudes.

Finalmente, é apresentado um teste experimental sobre algumas variáveis que levam à resistência à mudança, baseado na teoria da "Inoculação contra Persuasão" de McGuire.

Em todas as três partes deste estudo nos limitamos aos fundamentos teóricos, mais expressivos e pertinentes ao trabalho experimental, deixando as minúcias e outras provas sobre o assunto para a leitura da bibliografia apontada.

CAPÍTULO I - MUDANÇA DE ATITUDE

Antes de iniciarmos o estudo do processo de mudança de atitude, faremos breve revisão do que diz respeito à formação das mesmas, por nos parecer indispensável à melhor compreensão do mecanismo de mudança.

Aprendemos certas formas estáveis de comportamento relativas às classes de objetos, a pessoas e instituições, e rotulamos estas, aprovando umas e desaprovando outras. Estas apreciações expressam a atitude do indivíduo em face de uma questão ou de um objeto.

A atitude de uma pessoa sobre uma questão pode ser definida por suas respostas para todas as posições alternativas das quais ele é conhecedor sobre a mesma. Entre as várias alternativas avaliadas, a pessoa tipicamente escolhe uma que lhe é mais aceitável.

As atitudes formam-se no processo de socialização, quando o indivíduo organiza suas cognições, seus afetos e disposições de respostas com relação a um objeto, vindo a tornar-se um sistema mais ou menos duradouro. À medida que as atitudes vão se diferenciando, reduzem-se as improvisações e a interação em termos humanos torna-se possível.

As atitudes são aprendidas com pessoas, com grupos e, através de experiências diretas com o objeto da ati

tude,⁴ podendo essas experiências valerem como boas ou traumáticas.

A formação de atitudes sociais para o homem tem um grande significado, porque sem elas cada situação apresentar-se-ia desconhecida, e, em termos de interação, haveria a impossibilidade de prever-se o comportamento do outro. O fato de as pessoas terem atitudes em relação a tudo de que elas têm informação, leva-nos à conclusão de que as mesmas desempenham função importante na economia psíquica do indivíduo.

Enfoques diferentes pretendem explicar o processo de formação de atitudes, mas, apesar de diversificados, parece ser possível uma aceitação das contribuições de todos eles. Assim, dentro de um ponto de vista eclético, as "atitudes se formam para exercer determinadas funções (avaliação do objeto, externalização de posições, ajustamento social), governadas por princípio geral de consistência cognitiva e (também) através de reforço".¹

Sua formação corresponde ao desenvolvimento de seus três componentes - o cognitivo, o afetivo e o comportamental - e da relação entre eles. O componente cognitivo forma-se do desenvolvimento da categorização e classificação dos objetos que se nos apresentam na vida diária, pois seria impossível ao cérebro humano usar todas as informações presentes no ambiente. A categorização permite a percepção de maior

quantidade de eventos, simplificandô-os e agrupando-os em classes, ao mesmo tempo, aumenta a possibilidade de uma visão incorreta dos acontecimentos. O componente afetivo forma-se pelo desenvolvimento de um estado de excitação fisiológica, causado pelo objeto, e pela interpretação cognitiva do mesmo, em positiva ou negativa. Não há emoção sem a presença simultânea dessa excitação (presença de adrenalina) e da cognição. 4 Na formação do componente comportamental, evidencia-se o papel das normas sociais, ou sejam as idéias assumidas por um grupo sobre a correção ou incorreção de um comportamento. Esse componente forma-se desde a infância pela interação entre a criança e seus familiares e desenvolve-se pelas relações sociais.

A relação entre esses três componentes é estreita, havendo uma interação e uma tendência para que eles se tornem tão consistentes quanto possível. Cada um deles, entretanto, desenvolve-se sob a influência predominante de variáveis diferentes; assim, a experiência com objeto é mais relevante para o desenvolvimento do componente cognitivo e do afetivo, da mesma maneira que as relações com familiares e com o grupo social o são para a ação.

1.1 - PROCESSO BÁSICO

Depois de formada a atitude, a tendência do indivíduo é mantê-la, de vez que ela favorece a sua economia

psicológica, dando significado ao seu universo, limitando-o, conservando-o e estabilizando-o. O mundo está, porém em constante mutação, e a vida diária traz informações as mais variadas e complexas. Chega-se ao ponto em que a própria função adaptativa, que promove a conservação do resultado das experiências passadas, leva o indivíduo a mudar. Torna-se, então, necessária uma reorganização interna para que se possa lidar, efetivamente, com as mudanças externas.

A mudança de atitude seria assim, o acompanhamento individual e psicológico da mudança social e do desenvolvimento de sociedade e de culturas. Essa mudança faz-se de vários modos: pelo recebimento de novas informações - seja de outras pessoas ou dos meios de comunicação - por experiência direta com o objeto da atitude, por ser a pessoa forçada a comportar-se de uma forma inconsistente com suas atitudes habituais, devido a um "fato consumado", e pela psicoterapia.

Todas essas formas de mudança implicam em interferência nos componentes da atitude: o cognitivo, o afetivo, e o comportamental. Conseqüentemente, podemos ter uma mudança de atitude, seja quando houver uma mudança no componente cognitivo, devido a uma nova informação, seja quando houver uma interferência no componente afetivo, por experiência positiva ou negativa em relação ao objeto da atitude, ou seja ainda quando se processa uma mudança no componente com-

portamental devido a imposição de regras, à apresentação de um fato consumado, forçando a pessoa a agir contra-atitudinalmente, ou devido ao desenvolvimento de sua capacidade de compreender clara e profundamente as razões que a fazem tomar certas atitudes.

Desde que haja uma mudança em um dos componentes, esta se refletirá nos outros dois, pois há uma tendência para a consistência entre os mesmos. O exame das pesquisas sobre mudança de atitude mostra que tem havido uma tentativa para explicar que parte da estrutura subjacente está sendo atacada. Isto tem sido feito através da análise dos fatores que compõem o processo de comunicação, relacionando esses fatores com o fenômeno da mudança.

Durante o processo de mudança de atitude, as várias influências que se exercem sobre o indivíduo incluem uma "fonte" da mudança de atitude, ou comunicador, que produz uma "mensagem", para um "recedor" ou receptor através de um "meio" de comunicação com um "destino" ou alvo da mensagem.² Ao determinarem-se as características desses fatores e seus efeitos sobre os componentes da atitude, poder-se-á, verificar o que possibilitou a mudança.

O efeito do comunicador e da mensagem pode fazer-se de diferentes formas, tais como, pela mudança de categorias, classificando um diferente conjunto de estímulos ou si-

tuações em alguma categoria já estabelecida, ou passando a usar uma outra nova categoria, como também a mudança de relacionamento entre as categorias. Nos dois casos temos mudanças no componente cognitivo, o qual tem a função de classificar e categorizar os objetos e acontecimentos, ajudando na percepção dos mesmos, pois o nosso meio apresenta uma quantidade de fatos diários tão grande que seria impossível ao cérebro humano utilizá-los se não fossem classificados e simplificados.

Se uma atitude tem a função de conhecimento e de ajuda ao indivíduo para que ele entenda o seu universo e possa dar-lhe uma estrutura, o indivíduo pode selecionar, somente, aquelas mensagens que aumentem o seu entendimento do universo, e pode prontamente adotar uma atitude que realize melhor essa função. Ele pode, também, mudar o afeto em relação a uma ou mais categorias, e pode ainda mudar sua intenção comportamental.

Se uma atitude tem a função de expressar valor, pode ser difícil mudá-la sem mudar os valores básicos do indivíduo.

Se a atitude tem a função de ajustamento, a pessoa pode não mudá-la, a menos que a atitude alternativa oferecida possa ser mostrada como aumento de seu ajustamento.

Se a atitude tem uma função ego-defensiva,

esta só será mudada com considerável reorganização das atitudes que a pessoa possui para si própria.

Por tudo isso, é muito importante, em relação à mudança de atitude, analisar as funções que elas desempenham através de seus diversos estágios, tais como atenção, compreensão, concordância, retenção, ação.

1.2. - VARIÁVEIS RELEVANTES AO PROCESSO DE MUDANÇA DE ATITUDE

Quase toda a análise atual de mudança de atitude, é feita através do estudo da comunicação de influência social, quer pelos trabalhos que objetivam teorias, quer por aqueles que visam à aplicação de princípios na vida prática.⁴ O processo de comunicação pode ser analisado com base numa ampla variedade de princípios, os quais produzem diferentes conjuntos de componentes.

Os primeiros estudos sobre os componentes do processo de comunicação, considerou-os em termos de "quem", "como" e "qual o efeito".⁴ A engenharia da comunicação em termos de "fonte", "mensagem", "canal", "receptor" e "destino", em que "Fonte" compreende os atributos percebidos como pertencentes ao emissor da mensagem; "Mensagem" inclui o conteúdo e a estrutura do que foi dito ou apresentado; "Canal" refere-se aos meios e à modalidade pelos quais a mensagem é apresentada; "Receptor" envolve as características de quem re

cebe a mensagem; e "destino" inclui o conjunto de variáveis relacionadas com o objetivo da mensagem.²

Outros trabalhos, descrevem os componentes do processo de comunicação em termos diferentes, entretanto não serão aqui tratados por julgarmos de pouco interesse para o nosso estudo.

Fazendo uma revisão da extensa bibliografia sobre mudança de atitude induzida por comunicação, McGuire analisa os cinco elementos acima relacionados, em termos de variáveis independentes desse processo. Estabelece uma "matriz" com esses elementos na qual temos duas classes de variáveis: antecedente, (comunicação verbal) que se constitui dos elementos descritos como variáveis independentes, e consequente (mudança de atitude), que compreende os estágios da mudança: atenção, compreensão, aquiescência, retenção e ação. A primeira pode ser analisada em seus componentes que servem de títulos das colunas, e a segunda também pode ser analisada em seus componentes, e esses serão os títulos das linhas da matriz.² Esses elementos interagem nas diferentes situações de influência social.

A - Variáveis Independentes

a - Comunicador e suas características

A principal fonte de pesquisas sobre os fatores que originam a mudança de atitude tem envolvido manipulações experimentais, havendo características atribuídas ao

comunicador. Dados relacionados aos componentes da atração ou repulsão do mesmo afetam a quantidade de mudança de atitude.

Trataremos dessa capacidade de atrair ou afastar o receptor usando o termo de Mc Guire ² "valência", positiva no primeiro caso e negativa no segundo.

O comunicador pode ser um indivíduo, um grupo ou mesmo uma classificação valenciada. Como exemplo do primeiro temos o uso de uma mensagem atribuída a Einstein ou a Hitler; do segundo, a utilização de dados demográficos, e da terceira, uma mensagem atribuída a uma política democrática.

Os elementos de valência do comunicador, são: credibilidade, atratividade e poder. O primeiro está mais relacionado ao componente cognitivo da atitude, e este é o elemento que mais contribui para a internalização da nova atitude proposta.

A atratividade relaciona-se melhor com o componente afetivo, envolve motivação do receptor a uma relação gratificante com a fonte. A validade dos argumentos tem seu papel, mas o mais importante é a relação estabelecida. O fenômeno subjacente é a identificação.

O poder implica mais em ação; o receptor reconhece que a fonte tem o poder de aplicar sanções positivas ou negativas; relaciona-se sobretudo com a aquiescência

Kelman estudou minuciosamente as caracte

rísticas do comunicador e seu impacto de influenciãõ. Verificou que qualquer um dos tres componentes pode provocar mudança de atitude, mas que eles atuam por processos psicológicos diferentes, denominados internalizaçãõ, identificaçãõ e concordância.⁵

A internalizaçãõ baseia-se na motivaçãõ do indivíduo para atingir uma posiçãõ verdadeira sobre a questãõ. O elemento essencial desse processo é a credibilidade do comunicador, sua competência, ou seja o grau com que ele é percebido como conhecedor do assunto ou da idéia a ser comunicada. Nesse caso, os argumentos são aprendidos e lembrados e suas conclusões integradas no sistema de valores e crenças da pessoa. Conseqüentemente tenderá ela a apresentar a mudança de atitude em suas manifestações verbais e comportamentais, mesmo quando já esqueceu a origem da mensagem ou quando o próprio comunicador tem uma nova posiçãõ.

Quando dizemos que a eficiência do comunicador deriva da sua credibilidade, estamos conceptualizando o recebedor como um racional, tentando ajustar seu sistema de crenças, o mais possível, à realidade externa.

- Credibilidade

A credibilidade do comunicador apresenta dois aspectos: competência e neutralidade; isto é, sua percebida habilidade de conhecedor do padrão correto sobre a ques

tão, e sua motivação para comunicar esse conhecimento sem tendenciosidade, respectivamente.²

No processo de mudança, o esforço do receptor para avaliar a competência do comunicador tem sido confundido com sua tentativa de aprender os argumentos.² Entretanto, embora maior credibilidade no comunicador produza maior mudança de atitude do que baixa credibilidade, esse efeito não se estende à aprendizagem da mensagem.⁶ Esta estaria mais relacionada com a atenção aos argumentos usados. Por isso, a neutralidade do comunicador produz quantidade intermediária de mudança em relação à alta e à baixa credibilidade do mesmo, mas resulta em maior aprendizagem. Isso acontece, porque, em se tratando das credibilidades externas, o receptor avalia as conclusões sem prestar atenção aos argumentos e quando ele não está hábil para avaliar o comunicador, analisa então os argumentos em si. Esses achados são consistentes com os de Mausner e Mausner, que segundo McGuire comparou níveis de instrução do receptor, encontrando tendência para maior aceitação e confiança na competência científica entre as pessoas mais instruídas, enquanto as menos instruídas tomam uma atitude de querer conhecer os argumentos, em nível mais concreto.²

Experimentos sobre a competência do comunicador acompanham os trabalhos sobre mudança de atitude desde

o início. Desse modo encontramos uma considerável bibliografia mostrando que a quantidade de mudança produzida por uma mensagem pode variar pela atribuição da mesma a comunicadores que diferem em conhecimento, educação, inteligência, status social, habilitação profissional, idade, e outras.

Os trabalhos sobre os aspectos da competência do comunicador influir na credibilidade, têm visado mais ao desenvolvimento de teorias, mas têm também contribuído em muito para um melhor entendimento das variáveis através da especificação de definições de "competência".²

O outro aspecto da credibilidade, a objetividade, ou neutralidade, tem sido mais profícuo no desenvolvimento de teorias. Diferentes técnicas têm sido usadas para demonstrar uma predição do senso comum de que quanto mais o receptor suspeita que o comunicador tem o propósito de persuadí-lo menos mudança se produzirá.

Os estudos sobre o assunto são resumidos, por McGuire, em manipulações da objetividade usando: (a) graus diferentes de interesse do comunicador em influenciar; (b) aviso prévio aos indivíduos do intento da influência; (c) variação da percepção do intento do comunicador; (d) uso de pré-teste de opinião; (e) variação no estilo e forma da linguagem; (f) apresentação de argumentos de oposição; (g) aparecimento de situações controvertidas num contexto de deba

te versus situações não controvertidas; (h) explicitação de conclusões; (i) uso de questões controvertidas. ⁴

Os resultados dos trabalhos sobre as questões acima referidas, foram respectivamente: (a) comunicador percebido como mais interessado na influência social, produz menos mudança e quando sua competência é percebida como desinteressada, aumenta a eficiência da persuasão; (b) aviso do intento persuasivo não tem efeito significativo sobre a quantidade de mudança; (c) o efeito da percepção do intento de influência social é ainda controvertido embora haja evidência de que, nos casos de ego-envolvimento, ocorre maior mudança quando a referida intenção não é sentida; (d) o efeito do pré-teste ainda não está suficientemente esclarecido; (e) alguns dados apoiam a influência do estilo e da forma da linguagem como fator de persuasão; (f) verifica-se maior mudança quando são usados argumentos contrários à crença do indivíduo do que quando são apresentados apenas argumentos de apoio a mesma; (g) maior mudança ocorre nas situações em que aparecem questões não controvertidas do que com os assuntos controvertidos; as variáveis (h) e (i) produzem maior mudança de opinião quando o intento persuasivo é explicitado na condição de influência social.

Até o presente, os trabalhos escritos sobre a credibilidade do comunicador podem ser resumidas dizendo-se

que percebidos aspectos da competência aumentam mais o impacto do que a confiança no mesmo. Por competência compreende-se o percebido conhecimento, status e inteligência atribuídos ao comunicador; a confiança refere-se ao seu desinteresse, objetividade e ausência de intento de influência, ou seja, sua neutralidade.

Há evidências a favor e contrárias à hipótese de que o comunicador perde em eficiência quando o seu intento de influenciar é percebido. As evidências contrárias se baseiam em que o conhecimento clarifica para o receptor o que deve ele fazer para captar a simpatia e amizade do comunicador e portanto aumenta a mudança quando o mesmo é poderoso ou atrativo.

Todavia a aparente neutralidade da apresentação da mensagem pode diminuir a mudança por falha do comunicador ao apresentar seus pontos de vista.

- Atratividade

A atratividade do comunicador caracteriza-se pela motivação do receptor para estabelecer uma relação gratificante real ou imaginária com o mesmo. O ponto crucial para o receptor na adoção da posição aconselhada pelo comunicador, é se sua auto-estima pode ser aumentada através da identificação com o comunicador. A veracidade da posição em si torna-se de somenos importância. O comunicador não necessita apresen-

tar evidência para a validade de sua posição, mas apenas fazer saliente o papel das relações. O receptor elabora suas novas atitudes adotadas sobre a questão de maneira a ajudá-lo a definir-se em termos de uma identificação com o comunicador.

Atratividade do comunicador como fator de influência social tem sido estudado sob tres aspectos interrelacionados; familiaridade, similaridade e ligação.

A similaridade entre o comunicador e o receptor tem sido constatada como um fator de influência, nos experimentos em que uma pessoa é influenciada por uma mensagem persuasiva, a medida que ela percebe a mensagem como vinda de um comunicador similar a ela própria; provavelmente ela assume que os dois estão compartilhando necessidades e objetivos comuns. Semelhança de ideais induz familiaridade e ligação interpessoal, e a consequência inversa também ocorre.⁷ Mas a maneira pela qual a similaridade atua no processo de mudança ainda não está muito bem esclarecida.

Sabe-se que a relação similaridade-ligação, entre o comunicador e receptor, se faz em duas direções: a similaridade produz ligação, e a ligação produz maior similaridade, à medida que o sujeito gosta do comunicador.² Portanto, pessoas que se gostam percebem-se como mais similares do que o são na realidade, do mesmo modo que os que não se gostam percebem-se mais dissimilares do que o são em verdade, e

neste caso a influência se processa em menor grau.

Essa similaridade pode atuar em diversas dimensões e para Hollander quando o comunicador é similar para o indivíduo em muitas dimensões, aumenta a tendência para o indivíduo desculpar-se de alguma dissimilaridade em outra direção e permite-lhe ser dissimilar em alguma dimensão.⁸ A relação reversa também ocorre; um comunicador dissimilar numa dada dimensão, pode ser mais bem tolerado pelo indivíduo à medida em que ele já difere em outras dimensões.

A teoria da comparação social de Festinger prediz que a pessoa julga o seu próprio comportamento em termos de outras similares a ela própria, mais do que em termos daquelas pessoas que lhe são dissimilares. Esta teoria também concebe que a pessoa procura outras dentro deste nível de similaridade crítica, de maneira que ela possa satisfazer suas necessidades de auto-avaliação.

A teoria da identificação com o agressor, proveniente de experiências clínicas, considera a relação inversa na qual os membros do grupo da pessoa tornam-se grupo de referência negativa para a mesma, e os agressores e suas normas adquirem uma peculiar atratividade⁹; enquanto isso, na explicação da identificação dada pela teoria hedônica, a pessoa tenta afastar-se do seu companheiro que lhe causa desprazer, por um procedimento radical, vivenciando suas normas co-

mo negativas para aumentar suas possibilidades de deixar o grupo. Mesmo quando esta "saída" é impossível, a pessoa pode reagir agressivamente a seus companheiros percebidos como punidores e fonte de frustração. ^{10, 11}

Há evidência de que o número de contatos aumenta as relações interpessoais. Esta familiaridade geralmente está intimamente relacionada com similaridade e ligação além de outros fatores, tais como recompensa. Entretanto, há resultados de investigações mostrando que o elogio de um desconhecido é mais efetivo do que o de um amigo, enquanto que o criticismo provoca maior impacto se produzido por um amigo. ⁴

Diversos autores comprovaram que, quanto maior a ligação existente entre o receptor e o comunicador, maior será a possibilidade de concordância do primeiro com a posição defendida pelo último. ¹² Entretanto, alguns achados da teoria da dissonância, predizem ao contrário, que sob certas condições, a mudança de atitude produzida pelo comunicador cresce à medida que o receptor desgoste dele. ^{8, 14} Essa discordância pode ser devida a diferença entre a situação de concordância em que no caso de Brehm e Cohen ¹⁴ e Zimbardo, ⁸ o receptor concordou voluntariamente para ouvir a comunicação e esse fato justificaria sua concordância, enquanto que na situação de submissão, a pessoa que aceita ouvir o desagradável comunicador, justifica sua audição dizendo que a mensa

gem em si não foi desagradável.

Outra inversão é o fenômeno elogio de "desconhecido" estudado por Gerwitz, Baver, Challenberger, Zigler, Stevenson, Keen e Knights, que mostra ser mais efetivo, talvez porque o elogio é menos redundante, mais imprevisto seja significativo.² Outros consideram esses achados como um caso especial da concepção de "ganho e perda de auto-estima".¹⁵ Para McGuire esta análise pode ser uma volta à noção de redução de ansiedade de Ealter e Foote se considerarmos que a ansiedade é aumentada na presença de um desconhecido.²

A teoria de "grupo-referência", também tem sido relacionada com alguns aspectos do problema da ligação com o comunicador e a quantidade de mudança. Neste caso, ser membro de um grupo, ter similaridade e ligação com os seus componentes, e ser apreciado por eles, aumentaria a valência do grupo para mudar a opinião da pessoa em direção às normas do mesmo.

Essa aderência às normas pode também estar relacionada com a hostilidade a outros grupos e à percepção destes como hostis.

A teoria da dissonância encontrou alguma evidência apoiando a noção de que a ligação da pessoa com o grupo e aderência às normas, deve-se mais a uma traumática do que a uma amena iniciação, pelo menos quando a iniciação é

feita voluntariamente. Parece que o indivíduo tende a justificar sua concordância em submeter-se ao desprazer, avaliando o grupo mais positivamente e aderindo mais às suas normas.

A influência da variável ser bem aceito pelo grupo, no grau de aderência às suas normas, foram estudadas por Dittes e Kelley, que verificaram concordar mais, tanto particular como publicamente, aqueles indivíduos que têm uma aceitação média do grupo, e não os que se sentem mais gostados.¹⁶ Este fenômeno, segundo McGuire, parece estar relacionado com a noção de crédito "idiosincrático" ou com a quesção de tenderem os líderes a se desviarem mais das normas do grupo do que os seus seguidores.⁴

- Poder

A mudança de atitude pelo poder apoia-se na possibilidade do comunicador aplicar sanções como meio de levar o receptor à aceitação de nova atitude, "envolver a concordância pública do receptor para uma nova atitude advogada pela fonte, sem compromisso particular para isto".⁴ Este processo se concretiza, portanto, através do poder do comunicador sobre os meios do receptor alcançar os objetivos que ele deseja.

Analisando os aspectos que levam o receptor a aceitar a posição advogada pelo comunicador, McGuire focaliza o processo cálculo hedônico que consiste nos seguindo

tes passos: (a) a pessoa avalia até que ponto o comunicador pode administrar sanções positivas ou negativas (controle percebido); (b) ela estima em quanto o comunicador se preocupa com a sua aquiescência (interesse percebido); (c) julga qual a possibilidade do comunicador para observar se a nova condição é aceita ou não (investigação percebida). A partir do resultado da avaliação destes três pontos, o recebedor cumpre ou não a ordem.² Entretanto, cessado o poder, a nova atitude tende a desaparecer e volta a anterior.

O poder se tem mostrado o menos eficiente dos componentes de valência do comunicador, embora em muitas condições haja internalização da nova atitude, e nesse caso, a mudança é tão eficiente quanto a causada pela credibilidade e atratividade.

As relações entre o poder do comunicador e a mudança de atitude foram estudadas por diversos autores,^{17,}
¹⁸ baseados em diferentes conceptualizações que encontraram :-
(1) poder de recompensa é mais eficiente do que poder de punição; (2) para a submissão imediata, a recompensa e a punição são igualmente efetivas; (3) mas em determinadas condições, a punição moderada leva a internalização da obediência e portanto a uma mudança de atitude mais efetiva, conforme mostram os estudos com crianças sobre a severidade da punição. Entretanto, para alguns estudiosos do assunto, a relação entre

grau de punição e internalização depende também da classe social do indivíduo ou, mais especificamente, do tipo de tratamento punitivo comumente usado pelo grupo social de que ele faz parte. ¹⁹

Em relação ao controle percebido, ou seja interesse do comunicador para que a pessoa obedeça, há evidências de que quando a tarefa do grupo exige unanimidade ou quando a recompensa é definida como compartilhável por todos, os membros exercem maior influência uns sobre os outros. ²

O terceiro aspecto do poder, aqui focalizado diz respeito à capacidade do comunicador para verificar se o receptor obedecerá ou não. As conclusões dos estudos realizados são de que a pessoa é mais influenciada quando sua concordância foi tornada pública do que quando ela permanece em nível privado, ^{16, 5} mesmo quando a consequência é negativa, mas de severidade moderada. ²⁰

b - A Mensagem

Existem diversos tipos de mensagens, que, segundo Triandis, podem ser analisadas sob três principais aspectos: estilo, estrutura e conteúdo. ⁴

- Estilo

O estilo compreende as peculiaridades formais encontradas na mensagem, que servem para distingui-la de outras.

Hovland, Lumsdaine e Sheffield, pesquisaram o impacto persuasivo do estilo dinâmico versus maçante e concluíram que entre estes não há diferença na influência social.³ Também não há evidência de que o humor e a seriedade afetem a mudança de atitude; enquanto que a elegância no estilo provoca pequena diferença nos resultados.

Para Triandis, o efeito do estilo da mensagem envolve a interação entre diversas variáveis, ainda não devidamente esclarecidas.⁴

- Estrutura

A estrutura compreende a maneira como os elementos da mensagem estão organizados. Sob tal aspecto, destacam-se os estudos sobre "primacy-recency", ou seja, investigações sobre o problema de quando dois dados de uma questão são apresentados sucessivamente, qual deles terá impacto persuasivo: se o primeiro, diz-se que houve efeito de "primacy"; se o último o efeito^{to} de "recency". Essa ordem em que as duas mensagens são apresentadas, tem merecido a atenção de vários investigadores procurando determinar qual das duas é mais efetiva na mudança de atitude; se a primeira ou a segunda. Duas orientações teóricas têm procurado explicar esta questão. Para Hovland e Mendell²¹ e Miller e Campell,²² a aprendizagem da primeira parte do argumento inibe a aprendizagem da segunda, processando-se uma "inibição proativa". Neste caso a intera-

ção com outras variáveis tais como: intervalo entre as duas comunicações; o tempo decorrido para a mensuração; e a velocidade de com que a comunicação é desmemorizada, determinará qual das mensagens (primeira ou segunda) tem efeito preponderante.

A segunda explicação, que deriva da teoria perceptual, prediz que a primeira mensagem, (efeito de "primacy") é mais efetiva, porque a segunda é alterada a fim de ajustar a percepção do sujeito, que estava formada e determinada pela primeira mensagem.

A teoria da aprendizagem também prediz que a primeira mensagem é mais eficiente devido a "inibição proativa" e à velocidade da desmemorização da primeira mensagem.

Outras conclusões sobre a ordem da estrutura da mensagem provindas de trabalhos experimentais asseguram que a forma de apresentação dos argumentos trazendo os agradáveis antes dos desagradáveis é mais eficiente, porque a primeira parte atua como reforço e a pessoa tende a prestar atenção para os itens subsequentes.²³ Em relação à apresentação dos argumentos mais fortes em primeiro ou em último lugar, as evidências não são suficientemente elucidativas. Enquanto que para a apresentação de argumentos extremos, há indicação de ser melhor começar pelo ponto menos extremo, porque a apresentação de uma comunicação que está fora do "nível de aceitação

do indivíduo, produz um "efeito de contraste" fazendo com que a mesma seja experimentada como mais diferente de sua posição do que realmente o é.⁴

A afetividade da apresentação de um ou dos dois lados de uma questão foi estudada por Lumsdaine e Janis; Hovland, Janis e Kelley; e McGinnies, e os resultados mostram que este aspecto da estrutura da mensagem se relacionam com a inteligência do receptor e com a posição do mesmo em relação à nova posição.²

Desse modo, a apresentação de ambos os lados da questão é mais eficiente quando a audiência é considerada inteligente e sua posição é contra a do comunicador; e a apresentação de apenas um lado é preferível em caso contrário.

Ainda com relação à ordem de apresentação de mensagens, pode ser visto o aspecto da refutação, se esta deve vir antes ou depois do apoio às atitudes do receptor.

Para Triandis, depende da situação de familiaridade do receptor com a questão.⁴ Quando o receptor não está familiarizado com o assunto, a apresentação do argumento defendido pelo comunicador deverá vir primeiro e em seguida a refutação; enquanto que se o receptor está familiarizado é mais eficiente para a mudança de opinião, começar pelos argumentos refutacionais às suas opiniões e em seguida a apresentar os de apoio. Desse aspecto de estrutura da mensagem

voltaremos a cuidar mas pormenorizadamente no tópico Resistência à Mudança.

O efeito da apresentação de conclusões na mensagem, ou deixá-las que sejam elaboradas pelo recebedor parece estar relacionado também com outros atributos como inteligência e conhecimento. Em revisão dos estudos sobre o assunto, McGuire, conclui que muitos recebedores têm dificuldades em entender mensagens que não mostram conclusões esboçadas, mas, se há tempo suficiente, para pensar sobre o conteúdo e as conclusões são tiradas pela própria audiência, então esta forma é a mais eficiente.²⁴ Por exemplo: nas psicoterapias, o mais comum é o cliente tirar suas próprias conclusões.

- Conteúdo

O vocabulário utilizado na mensagem influi no seu nível de abstração e conseqüentemente na sua eficiência. Os estudos da mensagem sob o ponto de vista indução-dedução, mostraram que os verbos na construção da mensagem são importantes para o processo de influência social.²⁵

Duas outras variáveis, foram estudadas por Rosenberg que as chamou de "hedônica-anti-hedônica" (que prevê ganhar ou perder) e "pessoal-geral". Verificou que tanto o aspecto "hedônico" como o "pessoal" reduz o grau de incômodo do recebedor para as inconsistências da mensagem.⁴

Outro fator estudado em relação ao conteúdo

é o aviso prévio do intento de influenciação. Papageorgis procura diferenciar aviso, de contexto persuasivo.²⁶ Para McGuire e Millman quando o aviso leva o indivíduo em direção da posição do comunicador, isto se deve a duas razões: estratégia de defesa para proteção da auto-estima e não querer parecer um ingênuo, ou para deduzir a dissonância do impacto da comunicação.²⁷ Outros autores evidenciaram que, quando os indivíduos estão ego-envolvidos e recebem o aviso do intento, tendem a resistir à influência persuasiva; mas quando não estão ego-envolvidos o aviso não interfere na mudança. O contexto nem sempre tem efeito, na mudança de atitude, mas, quando acontece, anula o impacto da comunicação.

O apelo ao medo é um outro aspecto do conteúdo, sobre o qual há uma extensa bibliografia. Tratam de saber se o medo produzido por uma mensagem tem efeitos sobre a mudança da atitude do recebedor. Há duas predições, que podem ser feitas derivadas de teorias contraditórias. Uma deriva de que o medo é um "drive", portanto tenderá a multiplicar a tendência para a conformidade (resignação) com as recomendações da mensagem. A outra considera o medo uma pista (cue) que facilita a fuga do recebedor em relação ao comunicador da mensagem.

O primeiro estudo sobre o assunto, que se tornou clássico em psicologia social, foi realizado por Janis

e Feshbach. Verificaram que quanto maior a quantidade de medo introduzido, menor a efetividade da mensagem para mudar a atitude do receptor.²⁸ Então o medo seria uma pista que provocaria fuga por parte do receptor.

Por outro lado, um extensivo programa de pesquisa levado a termo por Leventhal sobre diferentes apelos, mostra que a mudança de atitude e medo guardavam relação direta. Neste caso o assunto provocador de medo tend a aumentar a mudança de atitude.²

Mas Janis revendo o problema como um todo e McGuire, analisando esta questão, verificaram que as relações entre medo e mudança de atitude é uma curva em U invertido.²⁹ Em baixo nível de medo, o receptor não se interessa pela mensagem e a ela não atende. A medida que cresce o medo, vão aumentando a recepção da mensagem e a aquiescência até que, ao atingir certo nível de medo, a recepção decresce e, consequentemente, a aquiescência.²

A razão desta queda estaria no fato de a pessoa começar a defender-se do estímulo nocivo, diminuindo assim a recepção. Resta saber em que ponto a curva se forma, segundo Triandis o retorno da linha depende de outros parâmetros, tais como o aumento do nível de ansiedade crônica da pessoa, que aumenta o seu interesse pela questão, e o aumento da complexidade da apresentação da mensagem.⁴

Se a quantidade de medo é maior que a correspondente ao seu ponto ótimo, haverá menos mudança de atitude.

c - O Meio

Poucos estudos de psicologia social tratam das variáveis relacionadas com o meio através do qual a mensagem persuasiva é comunicada. Trabalhos de relativa importância que apresentam subsídio teórico para o conhecimento desse fator, são os de McLuhan e McLuhan e Fiore, defendem a posição de que o meio através do qual a mensagem é comunicada tem maior impacto sobre o receptor do que o conteúdo da mensagem.^{30, 31} McGuire analisando este fator considera três tipos de variáveis: a observação direta do estímulo; a modalidade da palavra (escrita versus-falada); a relação face-a-face (pessoal).²

A experiência direta com o objeto da atitude e contato direto com pessoa ou grupo, podem aumentar ou diminuir os sentimentos do receptor em relação ao comunicador. Nessa ação interferem diferentes fatores tais como: atitudes iniciais, duração do contato, atmosfera cognitiva na qual o contato ocorre.

Tem-se observado que, em relações intergrupais, o contato inicial intensifica a atitude pré-existente, ou seja uma atitude inicial hostil ou agradável torna-se, respectivamente, mais hostil ou agradável no período de tempo ime-

diato ao contato. Porque o efeito do contato a curto prazo é o de aumentar a variação da diferença individual nas atitudes do observador para com o grupo, mais do que mudar o significado das atitudes. Por outro lado, o contato a longo-prazo produz tendência para aumentar a positividade. Dai ser o tempo um fator importante na recepção e aproveitamento da mensagem.

A atmosfera cognitiva mostrou ter efeito na mudança de atitude quando estudos sobre controversia de ideias versus similaridade geográfica indicaram que predisposição negativa para com grupos externos, poderia ser dissipado se ao recebedor era assegurado que os membros do outro grupo tinham atitude similares às suas. Também foi verificado que é mais provável a diminuição de preconceitos entre pessoas de nível social semelhante.

Ainda em relação ao contato foi investigado o aspecto da generalização das mudanças. Evidenciou-se, que o contato inter pessoal em uma área de comportamento, além de tornar, os indivíduos envolvidos nesse contato, mais propensos a manterem o relacionamento nessa área, tende a aumentar e favorecer o contato em outras áreas do comportamento.

A questão da modalidade da palavra escrita e falada, tem sido mais investigada por pesquisadores da comunicação. Os primeiros trabalhos afirmam que a palavra falada tem mais impacto persuasivo do que a escrita. Essa superioridade

dade é até certo ponto contraditória desde que a compreensão é maior com a leitura do que com a audição. A explicação poderia ser dada por uma diferença existente entre compreensão e aquiescência, em que a força da aquiescência precisa ser suficientemente grande para sobrepujar a tendência oposta da compreensão.²

Apesar do interesse em se determinar a capacidade de codificação visual auditiva e sensorial, os trabalhos na área dessa modalidade da comunicação são restritos, e segundo McGuire os principais achados podem ser resumidos em: (a) as mensagens faladas são mais acreditadas do que as escritas, quando o comunicador é do sexo masculino; (b) existe diferença entre ver e ouvir a mensagem, nos dois sexos, como forma de comunicação de influência social involuntária; (c) as mensagens apresentadas oralmente mostram superioridade sobre as visuais, mas nesses trabalhos a variável modalidade tem sido frequentemente confundida com atraso no "feedback".²

Os meios de comunicação de massa contam com uma vasta bibliografia, mas não nos estenderemos sobre o assunto porque além de não apresentar maior interesse para nosso trabalho, há pouca evidência de que esses meios tenham impacto efetivo na mudança de atitude.

Os estudiosos do assunto têm feito revisões em seus trabalhos procurando explicações para manter a

hipótese de que os meios de massa são eficientes para mudar atitude e comportamento, mas suas formulações parecem ainda pouco prováveis, sendo a mais pertinente a afirmação de que esses meios afetam o público em geral, porém só indiretamente. Através dos líderes de opinião influenciam as massas pela integração social informal.

A eficiência relativa dos diversos meios não foi ainda experimentalmente investigada, embora tenham surgido modelos matemáticos, entre eles a "matriz persuasiva" de Mc Guire, em que os meios pode ser comparados, em relação à probabilidade de que a audiência executará cada um dos passos sucessivos em direção à ação ou comportamento proposto.² Nesta "matriz" os meios podem ser comparados em relação à atenção, compreensão tanto de ouvir como de escrever e outras modalidades já mencionadas. Uma questão que surge é a comparação de credibilidade em relação aos meios de comunicação que segundo este autor, está relacionada com o nível sócio-econômico dos grupos.

A comunicação face-a-face apresenta maior impacto do que os meios de comunicação de massa, no processo de mudança de atitude e para Mc Guire as razões podem ser de tipo metodológicas e substantivas.²

Em relação às primeiras a causa reside nas diferenças existentes nas condições dos estudos de campo e de laboratório, tais como o grau de ego-envolvimento; os grupos

de amostra; a percepção do intento persuasivo; e o tempo decorrente entre a mensagem e a mensuração do efeito.

No caso dos fatores substantivos, de um modo geral os meios de comunicação só permitem uma via do fluxo comunicativo, enquanto que na situação face-a-face uma importante variável, participação ativa do receptor, é introduzida pelo fato do fluxo se fazer nos dois sentidos: comunicador receptor. Neste caso o receptor fica mais comprometido externamente pelo fato de exprimir sua opinião e assim é mais levado a tomar uma decisão.

Esse tipo de comunicação oferece maior restrição social contra a expressão de desagrado; dá ao receptor a percepção do impacto da mensagem sobre seus companheiros de situação; aumenta a participação do receptor; e confere vantagem ao comunicador pela obtenção do feedback. O feedback possibilita ao comunicador usar seu tempo mais efetivamente, permite-lhe saber quais dos seus argumentos não foram compreendidos, oferece-lhe a oportunidade de dar recompensa imediata às respostas de concordância.

Seguindo Furbay, e Thomas e Ralph, considera Mc Guire que o maior impacto do meio face-a-face depende da comunhão de interesses entre o comunicador e o receptor; do fator atenção, que nessa situação tem mais possibilidade de ser alta, oferecendo assim pouca margem para fuga da comu-

nicação; e do contexto social em que é feita a comunicação.²

O contato face-a-face é considerado o mais efetivo para a difusão de inovações dentro de um grupo ou sociedade. Essa afirmação baseia-se nas investigações feitas sobre a propagação do uso de novas drogas entre médicos, que mostrou haver maior número desses profissionais prescrevendo novo medicamento quando a comunicação era feita por colegas líderes do que pelos meios usuais das firmas farmacêuticas.³² Mas estes achados estão relacionados com o nível cultural dos grupos, porque há evidências de que em nível mais baixo, os meios de comunicação e informações oficiais têm melhor êxito.

d) Recebedor

São consideradas como atributos do recebedor todas as variáveis que estão relacionadas com o estado da pessoa ou grupo que recebe a comunicação. Para efeito de estudo essas variáveis podem ser agrupadas de acordo com o nível de participação do recebedor no processo comunicativo, e com os fatores de influência individual.

- Participação Ativa

Os estudos sobre o efeito do grau de participação do recebedor foram inspirados pelos trabalhos da área de aprendizagem e de psicoterapia. Nestas áreas as predições são de que a indução persuasiva pode ser mais efetiva na medida em que ela faça o recebedor participar ativamente do pro-

cesso. Tanto a terapia rogeriana como a freudiana são consideradas mais eficientes do que tratamentos mais diretivos. Do mesmo modo, na área da aprendizagem foi observado que o rendimento aumenta com uma leitura ativa, mais do que com a leitura passiva do material a ser aprendido.

A transposição dessas predições para a área da mudança de atitude, leva à hipótese de que determinada comunicação será mais eficiente na medida em que o receptor for solicitado a participar de sua elaboração, em vez de limitar-se a ler o material comunicativo.

Entretanto, esses dados não foram confirmados e foi encontrado justamente o contrário por Hovland e Mandell²¹ e Mc Guire e Papageorgis.³³ A razão desta aparente contradição reside, segundo Mc Guire, no fato de que, na terapia, geralmente o cliente está altamente motivado para utilizar adequadamente a oportunidade de participação que lhe é oferecida, desde que a situação foi de sua escolha; ele está convencido de que há algo errado consigo que precisa ser mudado. Além disso, ele escolhe a questão que considera de seu maior interesse. O tempo de atividade é bem mais longo do que o usado em situações de pesquisa sobre mudança de atitude.² Da mesma forma, as situações de aprendizagem diferem das que são usadas nos experimentos.

Nas investigações sobre participação do re-

cebedor, levadas a termo por Mc Guire; Mc Guire e Papegeorgis tem sido utilizada a inabilidade e falta de motivação do receptor para encontrar a informação apropriada contra os argumentos apresentados, contrários às suas crenças.^{33,34} Mesmo assim, a leitura ativa alcançou simplesmente os níveis da condição passiva, não ultrapassando-a. Esta variável foi manipulada na pesquisa por nós realizada.

Outro aspecto importante das relações entre participação ativa e mudança de atitude é o efeito da atitude contrária a do receptor sem justificação suficiente. A questão prende-se à quantidade de nova crença que fica internalizada como resultante do fato da pessoa ser obrigada, a aqui escên., variando-se o grau de sanção, a defender uma posição discrepante de suas crenças iniciais.

Esta controvérsia surgiu com o trabalho de Kelman em que escolares foram levados a escrever um ensaio favorecendo um livro em detrimento de outro por eles preferido, com o objetivo de ganhar recompensa que variava em sua atratividade.² Esta controvérsia aumentou quando Festinger interpretou esses achados como a base empírica para sua teoria da dissonância, que prediz: se uma pessoa participa da defesa de atitudes contrárias às suas, surge uma discrepância entre suas crenças internas e seu comportamento externo, o que induz a um estado cognitivo desagradável que leva à mudança.²⁰ Se a

pessoa encontra uma justificativa externa para essa participação antiatitudinal (recompensa, escape de uma punição), então a discrepância desaparece, dentro deste amplo quadro cognitivo. A pessoa pode manter sua crença inicial, embora tenha defendido externamente o contrário, porque ela tem uma justificativa para isto. Porém, quando falta uma justificativa externa, ela tende a mudar sua atitude interior aproximando-se da posição defendida publicamente, a discrepância que não pode ser justificada, tende a ser englobada, mudando de posição as crenças menos apoiadas. A discrepância tem várias maneiras de resolução.

- Recompensa Mínima para Aquiescência

Como vimos, uma das maneiras da pessoa resolver a dissonância experimentada ao defender publicamente uma atitude contrária a sua posição interior, é mudar sua atitude inicial aproximando-se daquela que foi defendida publicamente, desde que a justificação é insuficiente.

Os estudos sobre esse assunto, resultaram na hipótese de que, quando uma pessoa é forçada a defender abertamente uma posição altamente discrepante de seu ponto de vista interno, a quantidade de internalização resultante aumentará no sentido inverso da quantidade de recompensa. A aquiescência por sanções negativas é explicada pela teoria da identificação com o agressor, que permite a predição de que a

internalização de aquiescência pública ocorre mesmo onde a aquiescência foi motivada por uma fuga de sanções negativas.⁹ e ³⁶ De início, a teoria da dissonância explicava a internalização apenas nas situações de aquiescência por recompensas, posteriormente essa explicação se estendeu às situações de fuga às sanções negativas, sendo que quanto menor a ameaça maior a internalização, porque se a ameaça de punição é grande, isto já é uma justificativa suficiente para a pessoa ter obedecido e a dissonância é pequena. Mas, se a ameaça é pequena, a pessoa fica sem uma justificativa para sua aquiescência, a dissonância é maior, e uma das maneiras de reduzi-la seria a desvalorização do objeto ou ação proibida, o que seria equivalente à internalização.³⁸ Estes achados não foram confirmados por Biaggio e Rodrigues, que sugerem a interferência da variável nível sócio educacional.¹⁹

- Diferenças Individuais

A relação entre traços de personalidade do receptor e influência social, podem ser entendidas, na medida em que se considera o impacto de um traço característico sobre um dos diferentes estágios da mudança de atitude (atenção, compreensão, aquiescência, retenção e ação), levando em conta seu efeito na recepção da mensagem.

Focalizaremos apenas as variáveis inteligência, idade, sexo e auto-estima porque sobre estas existe uma

boa quantidade e qualidade de pesquisas que justificam sua inclusão neste trabalho.

A inteligência, apresenta relação positiva com influência social, na medida em que a construção da mensagem é feita apresentando um ou dois lados da questão.³ Para McGuire em situação de persuasão que envolva argumentação sutil, parece existir uma relação mais complexa entre inteligência e suscetibilidade.² Muitas contradições nesta área estão à espera de trabalhos elucidativos.

A relação entre idade cronológica e influência, tem apresentado resultados não unívocos, necessitando de investigações para melhor esclarecer os resultados já existentes.

Embora haja alguma evidência da importância do sexo afetando a influência, os estudos estão bastante limitados às situações de sugestibilidade e conformidade. De acordo com esses trabalhos as mulheres são mais suscetíveis do que os homens, provavelmente como resultado do treinamento cultural de conformidade. Mas para McGuire, a grande influenciabilidade das mulheres possivelmente, deriva mais da maior capacidade das mesmas para a recepção da mensagem do que de uma maior tendência à aquiescência. Sua suposição baseia-se nas evidências de que as mulheres são em geral mais verbais, mais propícias a atender e compreender a palavra oral do que escrita.²

A variável relacionada à dinâmica da personalidade que conta com maior número de pesquisas, relacionando-se com a mudança de atitude, é a auto-estima. Entretanto, os resultados encontrados ainda apresentam muitas contradições, que segundo alguns autores poderiam ser explicadas em termos de uma relação, de U invertido, entre auto-estima e influênciação. McGuire sugere que auto-estima tem uma diferente influência sobre a atenção e a compreensão que ele chamou de "recepção". Elaborou uma análise matemática dos efeitos da auto-estima e de outras variáveis individuais, como a inteligência, na mudança de atitude. Sua teoria considera que a auto-estima promove pequena diferença na probabilidade de recepção da mensagem quando esta é muito fácil ou muito difícil de ser entendida. Quando a mensagem é de dificuldade interme-diária, aumenta a auto-estima e aumenta a probabilidade de sua recepção. Segundo este autor, a auto-estima é alta nas pessoas inteligentes, não distraídas e envolvidas com os proble-mas do mundo, abertas a novas experiências. Por outro lado, probabilidade de aquiescência tem relação negativa com auto-estima, desde que pessoas com alta auto-estima são muito auto-confiantes e se recusam concordar com os pontos de vista dos outros. Segue-se que a total mudança de atitude requer atenção, compreensão e aquiescência e esta mostra uma relação negativa com auto-estima nas situações fáceis, uma relação U

invertido nas situações de dificuldade moderada, e não apresenta relação nas situações de extrema dificuldade.²

B - Variáveis Dependentes

A mudança de atitude, que é no processo de comunicação a variável dependente, compreende os seguintes estágios ou fases: atenção, compreensão, aquiescência, retenção e ação, que são ativados por fatores ligados aos componentes da comunicação. Estes passos podem ser considerados como elementos mediadores da mudança, e no processo de comunicação, todos eles podem se fazer presentes, ou alguns podem estar ausentes.

A relação entre variável independente (comunicação) e variável dependente (mudança de atitude) pode ser mais bem entendida analisando-se o impacto dos componentes da variável independente em cada um desses passos. Em experiência típica de laboratório, a efetividade da variável comunicação é medida depois da terceira fase, pois a medida é tomada em termos de concordância verbal. Nos resultados de um processo de mudança de atitude é muito difícil distinguir-se compreensão de atenção. Do mesmo modo, há dificuldade na delimitação da influência das variáveis independentes pois os cinco fatores muitas vezes se integram uns com os outros; por exemplo: não podemos predizer o impacto da credibilidade do comunicador na variável mudança de atitude sem conhecermos em que

nível as variáveis do receptor estão colocadas. No caso das variáveis dependentes, em certos casos, os primeiros passos podem ser eliminados, como acontece com a comunicação subliminar em que se pode prescindir de atenção e compreensão, e no caso de distorção perceptual e aprendizagem seletiva, a aquisição parece preceder e determinar mais a mudança do que a atenção e compreensão.³⁹

Procuraremos sistematizar os achados de experimentos levados a termo sobre os efeitos das variáveis independentes sobre os mediadores da mudança de atitude, que consideramos neste trabalho como variáveis dependentes, para analisar em que medida ocorre a referida ativação.

a) Atenção

Como já vimos, constantemente o indivíduo recebe uma quantidade muito grande de informações, impossíveis de serem captadas pelo seu cérebro. Para aproveitá-las faz então uma seleção das mesmas, evitando certos comunicadores e mensagens. Este fato tem implicações no processo de mudança de atitude, porque é muito difícil uma pessoa ser influenciada por um comunicador ou mensagem por ela evitada. Mas para se determinar que variáveis ocasionam esta seleção, devemos lembrar que a pessoa escolhe as mensagens que aumentam o seu entendimento e ajudam-na a organizar as complexas informações

que recebe do ambiente; que não ameaçam a sua auto-estima, e não lhe revelam verdades desagradáveis; que ajuda no seu ajustamento ao ambiente, possibilitando-lhe maior probabilidade de recompensa e menor chance de punição; e que lhe dão oportunidade de expressar os seus valores.

Essa seletividade sugere que há uma preferência por informações de apoio e uma tendência a evitar as informações que não apoiam as atitudes iniciais. Dessa conclusão pode-se inferir que as mensagens transmitidas pelos meios de comunicação de massa (mass media), atuam mais como agente de reforço das atitudes e opiniões que o indivíduo já possui, dificilmente mudando a direção da atitude existente, e raramente formando atitude.²

A teoria da dissonância explica o mecanismo de seleção feito pelo indivíduo em termos de informações consistentes e fuga daqueles que são inconsistentes com suas atitudes. Acontece que a possibilidade de fuga não é ilimitada, chega a um ponto em que se torna impossível, então segundo essa teoria, o indivíduo busca mais dissonância para reorganizar sua cognição. O fenômeno da seleção se faz também em relação ao ambiente, para que o mesmo seja compatível com as atitudes do indivíduo.⁴⁰ Apesar do avanço nos estudos dessa questão, ainda não foram isoladas certas variáveis adicionais que operam e obscurecem a relação, como exemplo o grau de segurança da pessoa sobre a correção de sua opinião.²

Estudos sobre o fenômeno da seleção, manipulando a variável facilidade da refutação da mensagem, verificaram que, quando a mensagem é difícil de refutar, o indivíduo prefere informação consonante, mas quando é fácil, prefere informação dissonante, sendo que para as mensagens consonantes, prefere ele argumentos fortes e para as dissonantes, argumentos fracos.⁴ Estes achados são consistentes com os de Jones e Kohler, em que argumentos com grande dissonância do mesmo modo que os de razoável consonância são mais lembrados do que os argumentos com razoável dissonância, porque provavelmente os primeiros são mais fáceis de serem refutados enquanto que afirmação com razoável dissonância é mais difícil de refutar, e o de consonância razoável são agradáveis de recordar.⁴

Ainda em relação ao mecanismo da seletividade, encontramos investigações sobre a influência do uso antecipado da informação, de fatores da personalidade, do grau de envolvimento do receptor, da neutralidade da mensagem e outros de menor importância.

Clarcke e Jones mostraram que o uso antecipado da informação determina sua seletividade, sendo que em situações públicas há preferência pelas informações de apoio, porque nestas situações o indivíduo busca apoio nas questões em que há maior intensidade de atitude, e nas situações de privacidade não houver relação de atitude e escolha da informação.²

O grau de auto-estima exerce influência na seletividade da informação assim como o contexto em que se encontram os indivíduos, confirmando o enfoque funcional da mudança de atitude.

Nas situações em que não há ego-envolvimento, a utilidade da informação é o fator prevalecente em sua seleção, ou seja, se a informação aumenta o entendimento, aumentando as chances de ajustamento, esta informação será escolhida se ela apoia ou não uma atitude já existente. Nas questões com ego-envolvimento, e em que a informação não apoia a atitude, ela será evitada, suprimida, mal interpretada e rapidamente esquecida porque ameaça a auto-estima do indivíduo. ⁴ Como vemos, nas questões com ego-envolvimento, a teoria funcional é consistente com as predições da teoria da dissonância.

Os assuntos objetivos tendem a despertar mais atenção para a credibilidade do comunicador e maximizam seu poder de influenciação, principalmente quando a mesma tem alto "status". A atenção para a mensagem, parece, depender de uma série de outros fatores ainda não suficientemente identificados pelas pesquisas. O desvio e defesa do receptor contra o comunicador e mensagem sem dúvida reduz a atenção e conseqüentemente diminui a possibilidade de mudança de atitude.

b) Compreensão

No estudo deste fator faz-se necessário a distinção entre aquiescência, identificação e internalização.

Para Kelman a "aquiescência ocorre quando o indivíduo aceita a influência porque espera alcançar uma reação favorável de outra pessoa ou grupo." ⁵ A aquiescência se dá porque ele espera ganhar uma recompensa ou evitar uma punição e não porque ele acredite no seu conteúdo. Na identificação, o sujeito aceita a influência desejando estabelecer ou manter uma relação satisfatória com outra pessoa ou grupo. Seu objetivo é a satisfação em si e não uma recompensa ou por escape de uma punição. Na internalização a influência é aceita devido ao seu conteúdo ser intrinsecamente recompensador; a nova atitude é congruente com o sistema de valor do indivíduo e o seu conteúdo é fonte de satisfação para ele.

Os atributos básicos ligados ao comunicador que causam a concordância do receptor podem ser resumidos em: (1) poder do comunicador - este é percebido como capaz de conceder recompensa ou punição ao receptor pela sua aquiescência; (2) a atratividade; e (3) o ajustamento da influência aos valores e cognições do receptor. Esses três fatores têm influência mais pronunciada sobre as variáveis: aquiescência, identificação e internalização, respectivamente. ⁵

Em relação à influência da mensagem, a clareza da relação entre mudança de atitude e reforço positivo ou negativo, aumenta a probabilidade da aquiescência, e a mensagem que mostra consistência de pontos de vista com os valores do sujeito, maximiza a internalização.

Há evidência de que a comunicação face-a-face é o meio de transmissão mais eficiente para a compreensão, embora existam os achados de McGuire e Turnaje que contradizem esta evidência.²

Fatores ligados à personalidade do receptor têm papel importante na compreensão da nova atitude advogada. Apresentaremos aqui aqueles que julgamos mais elucidativos para nosso trabalho.

O grau de envolvimento do receptor na questão apresentada. As pessoas autoritárias são mais propensas a serem influenciadas pelo componente poder, enquanto as necessitadas de afiliação são mais suscetíveis à atratividade. Os trabalhos que lidam com nível de abstração do receptor mostram que as pessoas que são cognitivamente mais abstratas e têm alta coerência lógica nas estruturas cognitivas são mais influenciadas pela natureza dos argumentos e a relação destes com seus valores. Estas relações ainda não foram suficientemente pesquisadas de modo a permitirem afirmações conclusivas, mas os estudos realizados mostram essa tendência.

c) Retenção

Entendida a mensagem e tendo o receptor concordado com ela, resta saber por quanto tempo persistirão seus efeitos. As pesquisas específicas nessa área são ainda em pequeno número, deixando sentir, porém, que muitos fatores in-

terferem na retenção dos seus efeitos da mensagem.

O poder e a atratividade do comunicador; a frequência (permanência no tempo de apresentação) e a repetição da mensagem, os meios que permitem maior possibilidade de repetição e a memória do receptor, são fatores que aumentam a possibilidade deste de manter suas novas atitudes.

d) Ação

O comportamento em si, ou seja a ação, envolve também outras variáveis, tais como hábitos de reforço e normas do grupo. Seu estudo está pouco desenvolvido devido a dificuldades de controle da mesma nas situações da vida diária.⁴ Para contornar essa dificuldade tem sido estudada a relação entre o comportamento verbal e a ação propriamente dita. A sociologia tem trazido boa contribuição para essa área com os estudos sobre a adoção de novas técnicas pelos agricultores americanos. Estes estudos deixam crer que o novo comportamento é mais provável quando os componentes afetivo e cognitivo são consistentes com a nova ação. Mostram eles que, quanto maior a quantidade de conhecimento sobre a nova atitude, maior a possibilidade de sua adoção. Ainda a maneira como a inovação é percebida, o seu custo, a conveniência e os riscos, assim como a expectativa de reforço, e as normas do grupo são fatores que estão relacionados com a adoção de novas técnicas.²

CAPÍTULO 2 - RESISTÊNCIA À MUDANÇA DE ATITUDE

O problema geral da resistência à mudança de atitude, parece-nos intimamente relacionado com o da mudança e formação da mesma. Como já vimos, as atitudes desempenham funções na economia psicológica do indivíduo, e estas funções referem-se à adaptação dos mesmos a uma dada situação. Embora a atitude tenha tendência a ser estável, quando ela não mais desempenha a sua função tende a desaparecer dando lugar ao aparecimento de outra.

Desse modo, basicamente, o processo de mudança consistiria em fazer o indivíduo perceber que uma determinada nova atitude desempenhará melhor a função da atitude existente. Consequentemente, a resistência à mudança vai depender do que a nova atitude representará para o indivíduo em termos de satisfação de suas necessidades.

Fazendo uma revisão do problema em geral, verifica-se que há diferentes enfoques para a questão da resistência a uma nova atitude. Este trabalho apresentará uma breve informação sobre a teoria da reatância, do compromisso comportamental e se estenderá mais sobre o enfoque dado por McGuire.

2.1 - REATÂNCIA

A teoria da reatância poderia explicar essa

resistência pela motivação sentida pelo indivíduo ao perceber o intento persuasivo como um ato ameaçador à sua liberdade. Esta teoria, desenvolvida por Brehm, prediz que, ao ser limitado em sua liberdade de escolha, o indivíduo experimenta o desejo de recuperar a liberdade ameaçada ou perdida e, então, assume comportamento contrário ao recomendado, e passa a desvalorizá-lo.⁴² Podemos então dizer que o indivíduo passa a desvalorizar a nova atitude proposta, e persiste na existente.

2.2 - COMPROMISSO COMPORTAMENTAL

O enfoque do "compromisso comportamental", envolve induzir a pessoa a realizar alguns passos, mais ou menos irrevogáveis, que a comprometem com uma determinada atitude, tais como tomada de decisão pública ou particular; participação em alguma atividade que envolve a atitude proposta; ou comprometer-se diante de outros.⁴ Esta área tem sido, mais recentemente, estudada com intensidade por Kiesler e seus colaboradores. Voltaremos a falar sobre esse enfoque no capítulo dedicado à resistência a mudança de atitude.

2.3 - TEORIA DE MCGUIRE

O enfoque de McGuire, de maior relevância para nosso trabalho, considera a resistência à persuasão como uma variável do "fator destino" da comunicação persuasiva, de que trataremos a seguir.

A permanência do efeito da comunicação persuasiva apresenta interesse especial para o conhecimento do mecanismo de resistência à mudança, ou seja, a uma nova persuasão. Tratando desse fator, McGuire interessa-se pelas va-

riáveis que causam impacto persuasivo, mas possíveis de mensuração, e divide-as em dois principais tipos: (a) temporais, que incluem o efeito da comunicação a longo prazo versus curto prazo, apresentando efeito de ação retardada; (b) imunizantes, que incluem o impacto persuasivo direto versus efeitos de refutação no desenvolvimento de resistência contra subsequentes contra-argumentos. ²

A - Tempo como fator de persistência da atitude inicial

O tempo na pós-comunicação persuasiva oferece uma gama de aspectos a serem estudados. Seguindo o raciocínio de McGuire, consideraremos, aqui, (a) o declínio da nova opinião induzida, em relação ao tempo; (b) a relação entre o declínio da mudança induzida e o esquecimento do conteúdo da mensagem que induziu a mudança; e (c) situações especiais em que o declínio não ocorre, mas onde resultam várias condições contrárias à comunicação, tendo um impacto de ação retardada na mudança de atitude.

Verifica-se que as situações de influência social quase sempre usam material verbal ou escrito e sua persistência se assemelha às curvas clássicas de aprendizagem e retenção. Os períodos de tempo de persistência da mudança quase completa, ou uma parte da mesma, variam de uma semana até dez meses como mostra McGuire na revisão feita dos estudos sobre o tema. O tempo de declínio está relacionado com os ou-

tros fatores da comunicação anteriormente apresentados. Vejamos algumas dessas interações.

A hipótese, do grupo de Yale, tratando do efeito da ação de retardamento, é a insinuação descontínua - ("discounting-cue"), também chamado de "sleeper effect", descrito por Hovland e Weiss, mostrando que o impacto de uma dada mensagem declina mais rapidamente quando ela é atribuída a um comunicador positivo do que a um negativo.⁴³ A análise "tricomponencial" de Kelman prediz que o declínio é mais rápido quando a indução à mudança foi derivada da credibilidade, afeição e necessidade de controle, respectivamente.⁵

A interação tempo mensagem tem seu efeito, havendo diminuição do declínio da nova atitude relacionado com explicitação e clareza da mensagem.⁴⁴ Também o efeito de "primacy" e "recency" se faz notar no declínio da mudança, aumentando-o quando a mensagem apresenta primeiro os contra argumentos.

Interpretando a hipótese da "insinuação descontínua" que recebeu o apoio de uma investigação realizada com Watts, McGuire diz que, quando o conteúdo de uma mensagem persuasiva é apresentado em conjunção com uma insinuação descontínua, seu impacto inicial poderá ser atenuado por esta insinuação, mas com o passar do tempo, a insinuação é esquecida ou dissociada da mensagem, de forma que o impacto na mudança de atitude do conteúdo persuasivo poderá gradualmente ser ma-

nifestado.³⁹

Ainda outro enfoque sobre a questão da ação retardada é o efeito de "Bartlett", que considera haver mudanças qualitativas no período de tempo da retenção, implicando estas na maior evidência do conteúdo principal e obscurecimento de detalhes que serão esquecidos mais rapidamente.²

Em relação à interação do tempo com o receptor, verifica-se que, a "necessidade de cognição" do mesmo, afeta a persistência do mesmo modo que a participação ativa na elaboração dos argumentos.^{2,45}

Os efeitos sobre o recebimento da comunicação, traduzido pelo retardamento, encontra analogia no "fenômeno de reminiscência" da aprendizagem, descrito por Hovland, para explicar os breves impactos que aparecem, na curva de retenção que é declinante nos segundos imediatos à cessação da prática.⁴⁶ Este fenômeno é pouco citado na bibliografia da aprendizagem mas bastante frequente na comunicação persuasiva.² Sua explicação foi dada, de início, pela noção de "predisposição consonante" que segundo McGuire antecipa algumas noções básicas da teoria da dissonância. Estes autores também interpretaram o efeito de ação de retardamento como um artefato metodológico. Esta hipotetização ficou conhecida como "reação de consistência", mas a diferença antes-depois não foi comprovada e a interpretação foi considerada inadequada por seus investigadores.²

McGuire propõe uma formulação em termos de "inércia cognitiva" que poderia interpretar muitos dos achados dessa interação tempo-recebedor. Esta concepção considera que há uma importante inércia no sistema cognitivo, consequentemente, a comunicação persuasiva leva algum tempo para penetrar e se fixar no sistema cognitivo do receptor. Resulta desse retardamento uma filtragem, por algum tempo, em todas as sutis ramificações cognitivas da mensagem. Desse modo, se medirmos o impacto das sutilezas e complexidade da mensagem na mudança de opinião, imediatamente após sua apresentação, suas ramificações sutis ainda não ocorreram, e o retardamento da mudança de atitude impede o desaparecimento das implicações complexas da mensagem, ou seja, o tempo tomado pela comunicação para se instalar no sistema cognitivo do receptor, a tenua o declínio das mais sutis implicações da mensagem.^{34,46}

"Somente depois que o tempo tenha permitido o processamento da informação, acontece o impacto da comucação, filtrado para as implicações mais remotas."² Esta relação retardamento com processamento da informação, encontra confirmção no estudo de outros autores.

Fazendo uma síntese sobre o assunto, McGuire levanta a questão de que parece ser evidente que sistemas cognitivos estão de alguma forma estruturados, de maneira que o indivíduo extrai as implicações da informação que lhe é apresentada, "mas com uma rapidez intencional".²

A possível autonomia funcional da mudança de opinião induzida, sugere que existe paralelismo entre a curva de esquecimento da mensagem e a curva de decréscimo da atitude induzida. A retenção da atitude depende de um desses elementos e a referida autonomia funcional se processa no sentido de Alport, em que algum material de influência social é absorvido para que a mudança ocorra inicialmente. Uma vez produzida, a nova atitude mantém resíduos, mesmo que os produtores do argumento tenham sido esquecidos, até que um contra-argumento faça a atitude voltar à sua direção inicial. A opinião inicial seria tipicamente uma solução interrompida entre forças concorrentes que atuam no indivíduo.⁴⁶

Assim, quando a comunicação persuasiva introduz uma nova força, a qual perturba o equilíbrio, o indivíduo se adapta à nova solução, e ao se afastar da situação comunicativa, o novo material torna-se menos apelativo e a crença anterior retorna para o ponto de equilíbrio original. O problema é saber se a nova opinião está funcionalmente autônoma ou se ela depende da presença do conteúdo que a induziu, o que implicaria em aprendizado da mensagem.

Miller e Campbell encontraram alta correlação positiva entre aprendizagem da mensagem e mudança de atitude imediata, mas esta correlação tornou-se negativa com o tempo.²² Outros estudos não conseguiram comprovar essa relação, utilizando o intervalo de uma semana. Para McGuire a no

va opinião torna-se funcionalmente autônoma apenas durante o tempo de permanência do conteúdo de mensagem induzida na memória, porque embora muitos aspectos do conteúdo da mensagem sigam a curva de esquecimento (decrecente negativamente), a queda da curva de mudança de opinião é aproximadamente retilinear, o que sugere autonomia.³⁹ Mais especificamente, quando o indivíduo, nunca ouviu a mensagem, a mudança de opinião é mais efetiva durante a primeira semana, mas após seis semanas a relação torna-se quase negativa, permanecendo uma relação positiva entre a mudança de opinião e lembrança do conteúdo da mensagem.

B - Imunização contra a influência social

Discutiremos aqui o tipo de condição do processo comunicativo, que torna o receptor menos disposto a mudar sua atitude, quando subsequentemente exposto à situação de persuasão. Fundamenta-se esse processo em que o receptor não está preparado para defender sua posição.

Trata-se de um fenômeno de resistência à mudança, em que as crenças e atitudes iniciais do indivíduo resistem a dar lugar a novas atitudes apresentadas, desde que determinadas condições sejam satisfeitas.

As pesquisas sobre esse tipo de atitude podem ser divididas, para efeito de estudo, em dois grupos: um que compreende a resistência generalizada, sem considerar ques

tões ou componentes específicos da comunicação; e outro compreendendo tratamentos imunizantes destinados a fazer a pessoa resistente a mudanças específicas, sem se preocupar com sua resistência geral.

Seguindo McGuire, consideraremos em primeiro lugar as resistências generalizadas e em seguida os comportamentos com enfoque mais específico. Os tratamentos para desenvolver resistência serão apresentados em cinco tópicos: indução motivacional, treinamento da habilidade de crítica, imunização pelo comprometimento, imunização por encadeamento, e imunização por inoculação.²

a) Indução Motivacional

Consiste em desenvolver estado de resistência, através de tratamento indutivo, em que as variáveis manipuladas pertencem às características de personalidade do receptor, tais como auto-estima, hostilidade e ansiedade.

Diversos investigadores se interessaram pelo estudo da variação da auto-estima e suas relações com os mediadores da mudança de atitude. Sintetizando os resultados, temos: o aumento da auto-estima relaciona-se positivamente com o mediador aquiescência, enquanto que com a recepção a relação é negativa. Desse modo as oportunidades de êxito em experiências, aumentam a auto-estima do indivíduo e consequentemente sua resistência à influência social, do mesmo modo

as experiências de fracasso baixam a auto-estima e aumentam as possibilidades de influência.

Pela interação desses dois mediadores pode-se prever: a influência social é aumentada, pelo êxito, em pessoas com baixa auto-estima; e qualquer que seja o nível de auto-estima da pessoa, aumentando-a, pela experiência, temos resultados diferentes dependendo do tipo de situação persuasiva. Nas situações simples de sugestibilidade e de conformidade o êxito aumenta a resistência à influência social mais do que nas situações complexas, porque nas primeiras mesmo com baixa auto-estima o receptor pode compreender a mensagem. Nas situações apenas o mediador compreensão é suficiente para o efeito desejado ao passo que para as situações complexas outros mediadores como aquiescência seriam necessários.

A hostilidade da pessoa pelo comunicador ou pela mensagem, tem também efeito maximizador de resistência, através de um tratamento importunante ou abusivo pode-se, tornar uma pessoa mais hostil e conseqüentemente, aumentar sua resistência. Mas o mecanismo seria mais complexo, o aumento da hostilidade aumenta a resistência para os aspectos positivos apresentados na comunicação, e torna-o mais suscetível para os aspectos que levam a uma conclusão desagradável. 47

Embora vários estudos sugiram que a hostilidade está relacionada positivamente à resistência a influência social, é muito

difícil que estes dados resultem de manipulação dessa variável especificamente, porque problemas metodológicos ainda dificultam seu isolamento de outras variáveis tais como agressividade, auto-estima, ansiedade e outras características da personalidade. Apesar disso alguns estudos mostram que o aumento de ansiedade diminui a recepção da mensagem e aumenta a aquiescência. A interação do efeito nos dois mediadores leva a predição de que para a influenciação de um modo geral, o medo tende a aumentar a resistência se a pessoa é alta em ansiedade crônica; e baixa a resistência se sua ansiedade é baixa. A razão seria que a ansiedade atua no mediador de recepção da mensagem e a receptividade contribui grandemente na variância da mudança de atitude.²

Em relação à ansiedade específica à determinada questão, os estudos têm se voltado mais para o uso de fuga como mecanismo de defesa. Tem sido observado que se uma questão produz ansiedade, o indivíduo procura evitá-la, agindo de maneira idêntica para com o material que trate do assunto. Mas alguns estudos sobre o apelo ao medo sugerem que a fuga pode também estar ligada à cultura de grupos.

A ansiedade também leva à distorção do significado da comunicação persuasiva e portanto é uma forma de aumentar a resistência contra a influenciação. Neste aspecto convém lembrar as experiências dos psicoterapeutas em clientes que vivem em situações tão psicóticas que, para manter sua

integridade mental e resistir à sua influência, necessitam adotar auto-isolamento de tipo esquizofrênico.²

b) Treinamento da Habilidade de Crítica

Uma segunda forma de aumentar o impacto da resistência do indivíduo à influência social, é desenvolver a sua capacidade de análise crítica, treinando-o nesta habilidade. Esse treinamento pode ter como objetivo intento persuasivo, ou a análise e refutação dos seus argumentos. Neste último aspecto destacam-se os trabalhos de McGuire sobre imunização persuasiva pelo tratamento com argumentos refutacionais que será discutido em tópico separado. Em relação ao conhecimento do intento persuasivo, já vimos que em determinadas circunstâncias, aumenta a eficiência do tratamento persuasivo, quando o mesmo é revelado pelo comunicador ao receptor. Não é difícil de se aceitar essa suposição, porque sabemos que confiança no comunicador maximiza sua força de influência.

A falta de êxito na produção de resistência generalizada, pelo treinamento em técnicas de críticas, merecem algumas considerações. Para McGuire as falhas pedagógicas podem ser responsáveis pelo insucesso, talvez devido aos métodos de ensino não serem apropriados para os objetivos.²

A descontinuidade da "deixa" ("discounting-cue" mechanism), sugere que qualquer aumento da mesma na apresentação dos argumentos críticos, pode ter um efeito de

imunização a curto prazo; entretanto corre-se o risco de com o passar do tempo, o impacto do argumento descontínuo apresentar o efeito de uma ação retardada, devido a dissociação do conteúdo persuasivo da avaliação crítica que a causou por ser inicialmente descontínua. ²

c) Aumento da Resistência pelo Comprometimento

Este enfoque parte da premissa de que o indivíduo necessita de consistência nas suas crenças e atitudes. Para isso ele tenta manter suas crenças internas, suas afirmações verbais e seu comportamento como um todo, em concordância uns com os outros. Embora o indivíduo possa falhar frequentemente neste sentido, ele mantém uma tendência nesta direção, pois esta consistência tem interesse para sua economia psíquica. Por conseguinte a crença inicial pode se tornar mais resistente se a pessoa de algum modo compromete-se com a mesma. Este prévio comprometimento pode tomar a forma de internalização de pensamentos sobre a crença; de declaração verbal da mesma, tornando-as públicas; de ação explícita que de alguma maneira torna-a irreversível.

Para alguns autores, a simples tomada de decisão interna já é capaz de manter a crença inicial quando confrontada com futuros contra argumentos. pois segundo Lewin este comportamento "freezes" a crença inicial. ²

O estudo sobre a ordem de apresentação das

mensagens não mostram significância que mereça destaque. Atenção especial merecem os achados das investigações comparando comprometimento público com privado. Apesar de algumas controvérsias sobre o efeito desses tipos de comprometimento entre o trabalho de Lewin e o de Bennett, a hipótese de que comprometimento público é mais eficiente para resistência a futuros contra-argumentos, apresenta uma boa base de apoio nos experimentos de Cohen, Brehm e Latané, Deutsch e Gerard; e Hovland.² O grau de participação no comprometimento, também já investigado por McGuire³¹, é um dos aspectos dessa variável tratada no experimento por nós levado a efeito e que está apresentado no último capítulo deste trabalho.

"Os psicodinamismos da participação ativa conferindo resistência na defesa de uma crença inicial (ou comportar-se de acordo com a mesma) são provavelmente similares no impacto persuasivo direto na situação de aquiescência forçada".² Os dados encontrados por Kiesler e Sakumura sugerem que resultados semelhantes podem ser esperados nesta área de participação-ativa, em que a pessoa ao se engajar ativamente numa defesa preliminar de suas crenças por uma pequena recompensa, mostra mais resistência para ataques subsequentes do que uma que ativamente faz a defesa por uma grande recompensa.⁴⁸

Finalmente, o comprometimento externo envolve o pronunciamento prévio ao receptor de que outras pessoas acre

ditam que ele tem uma certa crença sobre uma questão. No tratamento imunizante, a ele é apresentada uma comunicação atacando sua posição inicial. Tem sido observado que as pessoas assim tratadas, resistem mais a mudar sua posição do que aquelas que não foram feitos pronunciamentos prévios sobre suas crenças.⁴⁹ Aqui o comprometimento externo não é comunicado pelo próprio recebedor, mas por outra pessoa.

Os procedimentos de comprometimento envolvem o recebedor em algum tipo de ação baseada em sua crença de tal modo que não pode subsequentemente renunciar à crença sem fazer face a um ato de rejeição.

d) Resistência por Encadeamento de Crenças

Este enfoque como o anteriormente estudado, fundamenta-se na necessidade da pessoa para tornar suas atitudes consistentes umas com as outras. Consiste em tornar a crença resistente através de sua classificação nas cognições existentes, tanto estabelecendo novos elos, como salientando ligações pré-existentes. Este aumento da ligação com outras atitudes, faz com que, para mudar a atitude em questão, o recebedor tenha que mudar um conjunto maior, ou então terá que suportar inconsistência cognitiva, que ele é motivado a minimizar.

De acordo com o grupo de Michigan (Rosenberg, Carlson, Zajone e outros) a resistência à mudança pode

ser aumentada à medida em que o ataque evidencie a percepção de objetivos positivos da crença ou torne evidente sua utilidade para os objetivos que o receptor considera como positivos.²

Outro "approach" da imunização por encadeamento envolve a ligação de crenças sobre questões relacionadas. Neste caso assume-se que "a área de cognição de uma pessoa contém algumas conexões lógicas ou pelo menos "psico-lógicas" conexões entre as diferentes questões sobre as quais a pessoa tem crenças, e que o indivíduo tenta manter um conjunto de padrões coerentes sobre estas questões. Qualquer procedimento que aumente estas ligações, ou saliente as já existentes, com a área cognitiva da pessoa, dificultará sua mudança de opinião sobre uma dada questão, pois qualquer mudança exigiria mudança de suas crenças em outras questões."² O mecanismo que leva a este tipo de ligação foi chamada por McGuire de "efeito Socrático", segundo o qual uma pessoa pela simples solicitação a expressar suas opiniões sobre uma determinada questão, tende a colocar suas crenças em grande consistência lógica.

A teoria de grupo-referência também apresenta uma explicação para o encadeamento das crenças, pela ligação das mesmas com pessoas ou normas positivamente valenciadas para o receptor, mesmo que estas não sejam altamente categorizadas, mas desde que sejam percebidas como compartilhando das mesmas crenças.⁵⁰ Assim, aumenta-se a firmeza da crença quando o receptor percebe que outros comungam com sua crença, ou seja, aumentando a evidência de concordância do ponto de vista do indivíduo com o seu grupo de referência positiva, aumenta-se também sua resistência a mudar de opinião.

e) Resistência por Inoculação

O problema de indução à resistência à mudança conferida por inoculação de argumentos contrários às atitudes do indivíduo, foi originalmente sugerido por Janis e seus colaboradores num experimento em que os indivíduos que foram previamente doutrinados a aguardar o contrário, resistiam a mudar suas opiniões sobre a potencialidade da bomba atômica soviética, depois de sua explosão ter sido anunciada pelo Presidente Truman.² Posteriormente, esses dados foram desenvolvidos pelos estudos de McGuire e seu grupo de trabalho que conseguiu colocar, esses não muito bem articulados achados, num foco mais nítido.

A teoria de inoculação como tal, "foi primeiro proposta por McGuire, em 1961, como um modelo para explicar a resistência de uma crença à persuasão quando ela é atacada e defendida por várias comunicações persuasivas."⁵¹

O enfoque dado por esses investigadores é de que se pode fortalecer uma determinada crença e atitude de um indivíduo, procedendo-se a um tratamento imunizante por inoculação contra a influência social, assim como se protege um organismo contra doenças através da inoculação de germes. Mais especificamente, o enfoque é de que assim como é possível estimular-se o organismo para produzir defesas contra doenças pela inoculação de determinadas doses de germes, também se poderia estimular as atitudes de defesa das crenças das pessoas.

"Há uma premissa inicial no enfoque da imunização, de que a forma característica de defender uma crença é evitar a exposição dos argumentos contrários, de tal maneira que o estado ideológico da pessoa tende a ser análogo à saúde de um indivíduo criado num meio ambiente livre de germes."² Pelo que foi dito acima, "evidencia-se que embora a maneira costumaz das pessoas defenderem suas crenças seja a fuga, muitas vezes há dificuldade para a pessoa encontrar, em sua cultura, informações contrárias sobre as mesmas, apesar de estar positivamente motivada a procurá-las." ²

Todos os trabalhos sobre esse tipo de imunização contra persuasão, procuram manter coerência com as conclusões do campo das ciências biológicas, em que, como os dados de experimentos demonstram, os organismos ao entrarem em contato pela primeira vez com determinados germes, em grande número ou de alta virulência, não têm defesa e perdem a luta contra os mesmos, resultando desse fenômeno o adoecimento. Assim tanto McGuire como Tannenbaum têm investigado suas hipóteses, quase exclusivamente em assuntos "ideologicamente monolíticos", ou seja, crenças que quase certamente não foram expostas a ataques. A escolha dos temas tem recaído em "cultural truisms" da área de saúde, definidos por McGuire como "beliefs so widely shared within the person's social milieu that he would not have heard them attacked, and indeed, would doubt that an attack was possible." ³⁴

Usando o modelo da Medicina para a proteção das pessoas contra uma doença virulenta pela inoculação de germes atenuados, McGuire achou que um forte ataque a um "cultural truism", resultaria num acentuado declínio da crença no mesmo, sendo que, se o ataque foi precedido de informações de apoio à crença, haveria após a referida comunicação um aumento da força de crença, mais este provaria ser "paper tigers" sob um forte ataque, e somente pelo uso da inoculação, sob forma de defesa refutacional, haveria significativa diminuição no declínio da crença quando do forte ataque. 52

Portanto, apresentação de fracos argumentos contrários à crença em um assunto, envolvendo a menção do mesmo e em seguida sua refutação, é mais eficiente na obtenção de resistência a fortes contra-argumentos subsequentes do que prévia apresentação de apoio aos mesmos.

"A resistência é conferida não somente para as fortes versões dos argumentos refutados, mas também para fortes ataques com argumentos quase sem relação; este fato sugere que a defesa refutacional deriva sua eficácia imunizante da menção da ameaça do material de ataque mais do que da refutação reassegurada dele",² tanto assim que achados posteriores mostraram que a prévia menção do argumento do ataque é ainda mais efetivo em conferir resistência quando o mesmo não é refutado do que quando o é. Em se tratando da defesa de apoio a teoria da inoculação explica a sua ineficácia em produ

zir resistência em termos de necessidade de ameaça do que apoio para o acreditador ser motivado a assimilar o material apoiando a crença. Porém, a defesa de apoio torna-se eficaz se combinada com uma ameaça extrínseca, por exemplo, prevenindo o indivíduo do forte ataque subsequente, do mesmo modo que as diferentes defesas prévias perdem em eficiência para conferir resistência, quando são precedidas de afirmação ao recebedor de que há consenso geral de que sua posição inicial é correta.

Como vemos, as duas principais variáveis desde se tipo de desenvolvimento de defesas são a prática e a motivação, variáveis estas que estão presentes na maior parte das teorias da aprendizagem. Desse modo, os principais requisitos para um pré-tratamento imunizante contra futuro ataque ser eficiente deve ele motivar o indivíduo a praticar respostas defensivas; e propiciar ao indivíduo informações e argumentos suficientemente disponíveis, de maneira que ele possa se exercitar em construir defesa efetiva.

Sistematizando as hipóteses da teoria da inculação, temos as seguintes predições: (a) a defesa de apoio produz mais mudança de atitude imediatamente após o tratamento do que a refutacional, mas ao sofrer o ataque, a defesa refutacional produz maior resistência da crença; (b) "a efetividade da defesa refutacional reside na sua habilidade para motivar o indivíduo a desenvolver defesas", ⁵² e seu êxito pode

resultar de dois fatores: a ameaça criada pelos argumentos contra a "evidência", ou pela mera assimilação das defesas específicas existentes no material refutacional. O primeiro fator parece ser o mais provável, porque experiência levada a efeito com "defesa refutacional igual" e com "defesa refutacional diferente", mostrou não haver diferença na resistência induzida quando a defesa é construída com argumentos semelhantes ou diferentes aos do ataque; (c) o fator ameaça contribui para a eficiência da defesa de apoio, porque cria a motivação para a defesa; McGuire verificou que defesa dupla com argumentos de apoio e refutacionais foi superior à defesa construída com argumentos unicamente refutacionais;⁵³ (d) a "imunização é facilitada pela ameaça extrínseca, e inibida pela segurança dada por um truismo"⁵², McGuire e Papageorgis verificaram que o efeito de "prevenir os indivíduos" foi maior na defesa de apoio, porque o "aviso" promoveria a motivação não existente neste tipo de defesa, ao passo que na refutacional, a motivação já está contida na defesa em si, em virtude dos argumentos de ataque. Por outro lado Anderson e McGuire encontraram que a segurança extrínseca nos "truisms" atenuam os aspectos motivacionais do ataque contra os mesmos;⁵² (e) a persistência da resistência à mudança, promovida pela estimulação da motivação pela ameaça, pode se prolongar por um breve período de tempo logo após a manipulação, só depois de considerável tempo de retirada (desaparecimento) da ameaça, é que a motivação para acumular material relevante para a per

sistência, tende a cair, como acontece na curva de esquecimento, porque "o material relevante para este "truism" não controvertido é comumente escasso no ambiente ideológico;" 34

(f) a ordem dos argumentos e seus efeitos, foi estudada por McGuire, construindo defesas em que eram combinadas participação ativa-passiva e a sequência ameaça-informação versus informação-ameaça. 54

Os resultados não mostram significativas diferenças para nenhum dos dois tipos de sequências.

Os diversos estudos apresentados neste capítulo participam do interesse de conhecer os aspectos adaptativos do comportamento humano. Quase todos eles estão baseados em "generalizações" ou "analogias" com as teorias da aprendizagem.

Este tópico final apresenta os experimentos de McGuire sobre resistência à influência social, limitados a evidências culturais (cultural truisms) que são raramente atacadas no ambiente do indivíduo. Por esse motivo, afirma o autor que "o indivíduo não está hábil a mobilizar apropriadas defesas porque ele não as usou anteriormente, e porque ele pensa que essas crenças são inatacáveis e está assim imotivado a desenvolver defesas." Daí os seus experimentos manipularem com o fator ameaça ou motivação.

CAPÍTULO 3 - TESTE EXPERIMENTAL DA TEORIA DE MCGUIRE

3.1 - INTRODUÇÃO

Os estudos sobre resistência à influência social foram substancialmente enriquecidos pelas hipóteses e achados de McGuire que se centralizaram no estudo do mecanismo de imunidade assim como é possível estimular-se o organismo para produzir contra persuasão, através de inoculação de material que poderia estimular as atitudes de defesa das crenças das pessoas.

A construção dessa defesa consiste na apresentação de fracos argumentos contrários às crenças dos indivíduos, cujo processo reforça as mesmas e, conseqüentemente, essas pessoas, ao se defrontarem com argumentos fortemente contrários aos seus, tem maior possibilidade de se defenderem.

Como já vimos no capítulo anterior, essas suposições encontram analogia no campo das ciências biológicas, mais especificamente no fenômeno de proteção do organismo contra o adoecimento.

Sabe-se que essa proteção pode ser feita de duas maneiras: reforçando as defesas já existentes, através de repouso e medicamentos, ou inoculando-se substâncias produzidas a partir de germes específicos que vão provocar no organismo o surgimento de defesas contra os mesmos.

Trazendo essas idéias para o campo da infl

ência social e considerando ambas como condições de imunização de apoio, a primeira, e refutacional, a segunda, McGuire e seus alunos numa série de experimentos tem estudado que forma de inoculação seria mais eficiente.

Seus estudos são limitados a truismos culturais, muito raramente contestados, que por esse motivo o indivíduo não está hábil para defendê-los, ou seja pelo fato de nunca ter exercitado defender essas crenças e porque ele pensa que as mesmas são inatacáveis, o indivíduo não tem motivação para desenvolver defesas.

Partindo dessas premissas, McGuire e colaboradores, manipulam em seus experimentos, com os elementos ameaça e motivação.

Todos os investigadores que reaplicaram os achados de McGuire, utilizaram os mesmos "cultural truisms", com tópicos relativos à saúde, com baixo nível de envolvimento na crença. 51

Usando também crenças relativas à saúde, incluindo os temas "o tratamento da água", "o hábito de fumar", "a proteção do organismo pelas vacinas" e "o hábito higiênico de tomar banho", aplicamos anteriormente o modelo de experimento de McGuire com universitários da Faculdade Fluminense de Educação. As crenças apresentaram alto nível e homogeneidade, variando entre 13,0 e 14,14, mas a vulnerabilidade aos fortes contra-argumentos foi baixa. Os efeitos das situações de

leitura e escrita assim como o de apoio e refutação não foram significantes, mas os dados mostraram as mesmas tendências da quelas encontradas por McGuire e Papageorgis.³³

Também a partir da análise dos estudos sobre inoculação, Isaacs e Atkins desenvolveram investigação pesquisando o efeito do grau de envolvimento do indivíduo em relação aos "truismos".

Este estudo centra-se na hipótese de que (1) a pré-exposição do indivíduo a fracos argumentos ^{contrários} à sua crença em uma evidência cultural, confere maior resistência a um ataque subsequente de fortes contra-argumentos do que a apresentação de argumentos de apoio a mesma; (2) a defesa da crença em uma evidência cultural é menos efetiva na medida em que a participação do indivíduo é mais ativa; (3) o efeito da interação entre os dois tipos de defesa prévia e a participação do indivíduo, leva a uma maior diminuição da efetividade da defesa na participação quando esta envolve pré-exposição a contra-argumentos do que com a defesa de apoio.

3.2 - MÉTODO

3.2.1 - Sujeitos

Participaram das duas sessões do experimento 70 sujeitos, que frequentavam as 3 primeiras séries do Curso de Psicologia na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, numa faixa de 19 a 24 anos, de ambos os sexos.

3.2.2 - Procedimento

O experimento foi apresentado como um trabalho de pesquisa sobre as habilidades de ler e escrever dos indivíduos, para elaboração de uma tese de mestrado da PUC. Cada indivíduo participou de duas sessões com cinco dias de intervalo. O objetivo da primeira sessão foi apresentar os diferentes tipos de tratamento de imunização às crenças, com quatro tipos de defesas: apoio-ativo, apoio-passivo, refutação-ativa e refutação-passiva. O objetivo da segunda sessão (cinco dias depois) foi expor os indivíduos submetidos ao tratamento "imunizante", a mensagens com fortes argumentos atacando as crenças defendidas na sessão anterior.

Desse modo os participantes da experiência foram divididos em dois grupos: defesa de apoio e defesa refutacional. Cada grupo foi submetido aos seguintes procedimentos:

A primeira sessão: Imunização compreendeu tratamento de defesa e controle em duas crenças consideradas amplamente aceitas no seu meio. Para isso cada sujeito realizou três tarefas:

a) designação de uma crença e solicitação para que escrevesse sobre a mesma uma redação de 20 minutos, defendendo-a ou refutando, conforme o grupo ao qual pertencia (imunização de apoio-ativo e imunização refutacional ativa, respectivamente).

b) em seguida, foi dado o tratamento imunizante de apoio-passivo e refutacional-passivo, que constou de uma leitura, durante 5 minutos, de um texto de 500 palavras sobre outra crença.

c) por fim cada sujeito respondeu a um questionário de atitude (anexo) sobre quatro crenças, através do qual foi medido o efeito da imunização sobre duas crenças e a força das crenças, pelas respostas relativas àquelas que não sofreram qualquer tipo de tratamento (grupo de controle).

A segunda sessão medida da efetividade da imunização, realizada 5 dias após a primeira sessão envolveu a medida do efeito do ataque à três crenças e constou de:

1. leitura de três textos de 500 palavras (5 minutos para cada texto) contendo fortes contra-argumentos às duas questões previamente defendidas e a uma crença adicional;

2. foi solicitado a cada pessoa responder um questionário de opinião onde ela indicaria sua atual crença. Essa indicação deu a medida da efetividade das várias condições de imunização.

No final do experimento os indivíduos foram informados sobre a natureza da investigação.

- Variáveis Independentes

Quantidade de participação ativa na defesa:
o grau de atividade ou passividade na participação foi manipu

lado pelas situações ler e escrever, sendo escrever considerado como participação mais ativa do que ler.

Tipo de defesa, foram empregados dois tipos de material de defesa: para metade dos indivíduos, a defesa prévia constou de argumentos apoiando a crença cultural, e para a outra metade constou de argumentos contrários à crença seguidos de refutações aos mesmos. Nas condições de leitura os argumentos foram dados em textos de 500 palavras (Anexo II) na condição de escrita os indivíduos foram solicitados a redigir uma redação apresentando argumentos apoiando a crença no caso de defesa de apoio e, para o caso de defesa refutacional, pediu-se que mencionassem a crença e apresentassem argumentos que refutassem a mesma.

Cada sujeito cumpriu uma condição em cada uma das quatro evidências culturais sendo que a sua atuação se realizou do seguinte modo:

para duas crenças - na primeira sessão, recebeu defesa prévia apoiando ou refutando (escrita e leitura).
na segunda sessão, recebeu forte contra-argumento.

Objetivo: assegurar que todos os indivíduos recebessem igual tratamento imunizante e de apoio;

para outra crença - na primeira sessão, não foi dado nenhum tratamento;
na segunda sessão, foi dado forte contra-argumento.

Objetivo: determinar a medida do efeito do ataque com ausência de prévia defesa.

para uma última crença - na primeira sessão, não recebeu qualquer tratamento imunizante;
na segunda sessão, não recebeu forte contra-argumento.

Objetivo: determinar o índice do nível base das crenças.

Desse modo os efeitos envolvendo as condições escrever e ler constituíram a comparação intra-sujeitos, e os efeitos envolvendo as condições de apoio e refutacional constituíram a comparação entre sujeitos. O tratamento estatístico dos dados foi comparação de médias (Ver Tabela 1 e 2) e a análise da variância indicada para experimentos de multifatores tendo repetidas medidas dos mesmos elementos (Tabelas 3 e 4).

Neste experimento cada sujeito submeteu-se a quatro condições e, por esta razão, o material foi elaborado com quatro evidências culturais diferentes. Estas evidências passaram sistematicamente pelas quatro condições, de sujeito para sujeito.

Para a conceituação de evidência cultural ("cultural truism") adotamos a definição operacional "uma afirmação cujo nível da crença (how correct do you think this statement is?) tenha sido $\bar{x} \geq 11.25$ ".⁵¹ Previamente testamos, com 80 estudantes universitários, um questionário de opinião para localizar que temas e afirmações poderiam ser assim

qualificados.

Obedecendo a esse critério básico, procuramos temas que diferissem dos assuntos até então abordados pelos pesquisadores do problema da resistência induzida por inoculação, pela farta informação existente em livros, revistas e outros meios de informações, a favor e contra os mesmos. Isso nos leva a crer que haja um maior envolvimento emocional em relação a esses truismos do que naqueles pesquisados anteriormente.

As questões selecionadas foram:

1. Necessidade do Tratamento (sanitário) da água;
2. O hábito de fumar cigarros como causa de doenças do aparelho respiratório;
3. O processo de automação como instrumento de melhores condições de trabalho para o homem;
4. A participação da mulher no mercado de trabalho.

As crenças nas quatro evidências foram medidas por um questionário contendo 12 itens (Anexo I), sendo três para cada uma. Cada item consistiu de uma afirmativa sobre uma das evidências, e era seguido por uma escala contendo 15 intervalos, que indicavam o grau de crença, indo de absolutamente falsa à absolutamente verdadeira.

Foi solicitado a cada participante ler as afirmações e assinalar com um "X", na escala desenhada, o espaço que melhor indicasse sua posição sobre a questão.

3.3. RESULTADOS

Os dados de controle da primeira sessão indicam que as crenças se apresentaram dentro do nível previsto, isto é, médias acima de 11,25, por isso tratarse de "evidências culturais". A Tabela I apresenta os resultados, em médias, da sessão de imunização.

Tabela I

Crenças Posteriores à Imunização e Anteriores à Exposição aos Fortes Contra Argumentos

(15= absoluta concordância; 1= absoluta discordância)

Crenças	Condições de Imunização				Controle (Não submetido à Imunização)
	Leitura		Escrita		
	Apoio	Refutação	Apoio	Refutação	
ÁGUA	13,83	14,29	13,81	13,29	13,93
FUMO	12,54	12,00	11,60	11,12	11,41
AUTOMAÇÃO	11,13	11,41	10,87	10,30	11,31
MULHER	13,11	12,50	11,73	12,77	12,14
MEDIA GERAL	12,58	12,57	12,03	11,81	12,22
N	35	35	35	35	140

Nesta Tabela verifica-se que as médias das condições de imunização variaram entre 10,30 e 14,29, numa escala de 15 pontos, havendo nas médias das duas condições de leitura (12,58 e 12,57), ligeiro deslocamento para o ponto

extremo maior, ou seja, essas crenças foram reforçadas, se comparadas ao grupo de controle (12,22), enquanto que na condição de escrita ocorreu o oposto, as duas médias gerais (12,03 e 11,81) são mais baixas que o controle.

Comparando-se o grupo de controle da Tabela 1 com o grupo "forte contra-argumentos" da Tabela 2, temos a vulnerabilidade das crenças expressas por suas médias. Observa-se que, quando não precedidas por qualquer tratamento imunizante, as crenças apresentam vulnerabilidade aos ataques dos fortes contra-argumentos, havendo de 12,22 para 10,65 uma redução significativa ($t=3,829$), ao nível de 0,05.

Os quatro tratamentos diferiram entre si, em relação aos efeitos de reforçamento (Tabela 1) e de imunização (Tabela 2).

Tabela 2

Crenças Posteriores à Imunização e à Exposição aos Fortes Contra Argumentos

(15 = concordância absoluta; 1 = discordância absoluta)

Crenças	Forte Contra argumento (não imun.)	Condições de Imunização				Controle
		Leitura		Escrita		
		Apoio	Refutação	Apoio	Refutação	
ÁGUA	13,02	12,50	13,59	12,96	13,41	13,55
FUMO	10,76	9,54	10,96	10,69	10,87	11,90
AUTOMAÇÃO	8,32	9,26	11,75	10,52	9,33	11,80
MULHER	10,38	10,99	11,75	9,45	12,18	11,46
MÉDIA G.	10,65	10,51	12,00	10,95	11,35	12,19
N	70	35	35	35	35	70

Eficácia Comparativa das Defesas

Em relação aos efeitos da imunização antes do ataque dos fortes argumentos, as duas condições (de apoio e refutacional) diferiram quanto ao efeito de reforçamento das crenças. Comparando-se as quatro condições de imunização com o grupo de controle, observa-se um ligeiro aumento das crenças na condição de apoio (12,31) e um declínio na de refutação (12,19).

Mas a análise da variância entre grupos, envolvendo as condições de apoio e de refutação não foi significativa, do mesmo modo que a condição entre elementos do grupo envolvendo os efeitos das situações leitura e escrita, não atingiu o nível de significância, conforme a Tabela 3.

Tabela 3

Sumário da "Análise da Variância" dos Dados de Imunização Anteriores a Exposição aos Fortes Contra-Argumentos

FONTE DE VARIAÇÃO	SS	df	MS	F
<u>Entre grupos de indivíduos</u>	239,92	69	-	
A (apoio , refutação)	0,25	1	0,25	0,07
<u>Intra grupos de indivíduos</u>	239,67	68	3,52	
<u>Intra grupos de indivíduos</u>	536,39	140	-	
B (escrita, leitura, controle)	15,01	2	7,50	1,97
AB	4,09	2	2,05	0,53
B x Intra grupos	517,29	136	3,80	

Por outro lado, em se tratando de efetividade da imunização, os efeitos das duas condições de tratamento, apoio e refutação, foi significativa ao nível de $\leq 0,05$

como mostrou a análise da variância (Tabela 4). A defesa refutacional (11,67) mostrou ser significativamente diferente, ao nível de 0,05 ($t = 2,24$), da defesa de apoio (10,74), indicando superioridade da primeira sobre a segunda.

Tabela 4

Sumário da Análise da Variância dos Dados de Imunização Posteriores à Exposição aos Fortes Contra-Argumentos

FONTE DE VARIAÇÃO	SS	df	MS	F
<u>Entre grupos de indivíduos</u>	530,12	69	-	-
A (apoio-refutação)	53,25	1	53,25	7,29
Intra grupos de indivíduos	496,87	68	7,206	-
<u>Intra grupos de indivíduos</u>	1.502,52	210	-	-
B) (leitura, escrita, forte contra-argumento e controle)	103,33	3	34,44	5,26
AB	15,41	3	5,13	0,78
B X intra grupos	1.335,33	204	6,55	

Eficácia Comparativa das Condições de Participação

Os tratamentos defensivos, antes do ataque (Tabela 1), perderam em efetividade na medida em que eles requereram participação ativa dos indivíduos. Embora a análise da variância desses dados não mostre significância (Tabela 3), a variação apresenta essa direção (leitura - 12,58 e escrita 11,92).

Em relação à defesa ao ataque (Tabela 2) as diferenças entre os dados dos grupos de participação ativa, participação passiva, de forte contra-argumentos e de controle são significantes ($p < 0,05$), como mostra a Tabela 4.

A interação entre tipos de defesa (apoio e refutacional) e as condições de participação (leitura e escrita) não atingiu nível de significância, como se pode ver nas Tabelas 3 e 4. Mas os dados da imunização anteriores ao ataque (Tabela 1), indicam tendência de superioridade da condição de leitura sobre a de escrita, tanto na situação de apoio como na refutacional, com exceção do truismo "mulher". Os dados posteriores ao ataque tendem, na defesa de apoio, a uma ligeira superioridade sobre a de leitura, apresentando a mesma exceção enquanto na condição refutacional essa tendência se apresenta na situação de leitura.

CONCLUSÕES

As hipóteses levantadas no início de nosso trabalho foram parcialmente confirmadas pelos resultados encontrados.

Os truismos usados foram diferentes daqueles utilizados por McGuire e seus seguidores no que se relaciona ao envolvimento, ou seja, sua importância para o indivíduo, e à área do tema. Apresentavam maior nível de envolvimento do que os truismos empregados nas investigações até então realizadas sobre essa teoria. Aqueles pesquisadores trabalharam sempre os truismos culturais originalmente descobertos, todos com tópicos relativos à saúde e com baixo nível de envolvimento. Entretanto, o envolvimento na crença é uma importante variável na teoria da atitude,⁵¹ e as descobertas de outros truismos com níveis de envolvimento diferentes daqueles usados por McGuire não tem despertado ou recebido a atenção dos investigadores dessa área.

Desde a proposição da teoria da inoculação, em 1961, esta tem sido subsequentemente ampliada por vários investigadores, mas somente agora na última Convenção Anual da Associação Psicológica Americana (Hawai 1972), foi apresentado, por Isaacs e Atkins um trabalho de investigação que manipulava a variável envolvimento. Os resultados mostraram que, "depois

de um ataque não defendido, uma crença com baixo envolvimento declina mais de sua posição inicial do que uma crença com alto envolvimento".⁵¹ Os nossos achados apresentam alguma indicação nesse sentido, e chamam a atenção para o possível efeito concomitante de outras variáveis, tais como o conhecimento sobre o truismo.

Comparando-se o efeito do forte contra-argumento no grupo não imunizado anteriormente, os nossos dados confirmam os achados de McGuire e Papageorgis.³³

Em relação aos efeitos dos tratamentos realizados antes da apresentação dos fortes contra-argumentos, encontramos ligeiro reforçamento das crenças apenas na condição de apoio, enquanto que, no experimento dos referidos autores, ambos os tipos de imunização tiveram efeitos reforçantes, elevando as crenças; sendo que a defesa de apoio (14,32) mostrou maior reforço (significante ao nível de 0,10) do que a defesa refutacional (13,91). Portanto parece-nos não haver contradição entre os nossos resultados e os de McGuire e Papageorgis.

Se levarmos em consideração a variável envolvimento, os nossos achados, sobre a condição de refutação são consistentes com os de Isaacs e Atkins que levantaram a hipótese da existência de um aumento significativo da resistência à influência social, no grupo refutacional com baixo envolvimento.⁵¹ Nossos truismos apresentam maior nível de envolvimento dos indivíduos, o que poderia explicar a ausência do efeito de reforçamento no grupo refutacional.

Depois da apresentação do forte contra-argumento, a crença em um truismo que recebeu defesa de apoio mostra menor resistência ao ataque do que a de um outro que foi tratado por refutação, embora antes do ataque apenas o tratamento de apoio tenha apresentado efeito de reforçamento. Este efeito no grupo de apoio é chamado pelos investigadores de "paper tiger".

Essa relação inversa entre o efeito de fortalecimento direto e imediato da crença, e a efetividade de imunização, faz surgir a questão da validade da predição sobre a efetividade do tratamento imunizante, quando esta predição é feita a partir de seu imediato efeito de fortalecimento, que é aparente. O resultado das quatro "condições de defesa indicam que a imunização é fracamente predita pelo efeito do reforçamento direto".³³

Um parâmetro que nos parece merecer outros estudos é a questão do ponto ótimo da força dos contra-argumentos durante a sessão de imunização. Esta questão tem implicação nos dois possíveis mecanismos que, segundo McGuire, podem explicar a superioridade da defesa refutacional. Em um deles teríamos que a "pré-exposição reforça a crença, estimulando o indivíduo a desenvolver argumentos, apoiando-o para manter sua crença". Neste caso, uma pré-exposição a contra-argumentos fortes seria melhor.

Alternativamente, "a prévia experiência em ver a fraqueza dos contra-argumentos pode diminuir a percebida

credibilidade e, quanto mais fracos os contra-argumentos durante a
que oposição, maior seria a imunidade conferida.³³

Os efeitos das diferentes condições de participação dos indivíduos não foram confirmados em relação à efetividade da imunização, mas o foram em relação à efetividade de defesa da crença, quando submetida a fortes contra-argumentos, confirmando os achados de McGuire e Papageorgis.

Uma possível explicação apresentada pelos referidos autores para a superioridade da participação passiva sobre a ativa estaria "baseada na suposição de que os acreditadores estão pobremente preparados para essa tarefa".³³ Os nossos dados não parecem apoiar esta interpretação, uma vez que utilizamos "evidências" bastante discutidas no meio cultural dos indivíduos submetidos ao experimento.

Uma outra alternativa poderia ser a explicação de Hovland, o qual sugere que esta manipulação pode ter afetado a percebida credibilidade do comunicador e daí o impacto persuasivo da mensagem defensiva.³³

Esta poderia ser uma explicação para nossos achados, uma vez que, "embora não tenha sido dada indicação explícita da fonte de mensagem, em qualquer das comunicações de imunização, houve provavelmente uma forte tendência para o indivíduo supor que os ensaios apresentados para leitura originavam-se de uma fonte de alto prestígio, desde que o assunto envolvia informações especializadas, estilística e literariamente era bem elaborado".³³

As interações entre os tipos de defesa e participação não coincidiram, completamente, com os resultados de McGuire e Papageorgis.

Encontramos que a situação de apoio, tanto em condições de escrita como de leitura, foi superior à situação de refutação apenas em relação ao efeito de defesa da crença, enquanto os autores referidos encontraram essa superioridade tanto para o efeito de reforçamento como para o de imunização.

Concluindo, os resultados encontrados confirmam a teoria de imunização por inoculação de McGuire, que prediz superioridade da defesa refutacional sobre a defesa de apoio contra influência social induzida.

Os dados apresentados e hipóteses levantadas neste trabalho favorecem a noção de que truismos culturais são vulneráveis a ataques a eles contrários porque a pessoa ao ver suas crenças ameaçadas fica motivada a defendê-las, mesmo quando essas crenças não provêm de um ambiente "ideologicamente asséptico" como aquelas usadas por McGuire.

A não evidência em nossos dados de perda de efetividade da crença à medida que o tratamento de defesa requer maior participação do indivíduo, parece-nos derivada da natureza dos truismos utilizados. Apesar das diferenças não serem significativas, tanto para os tipos de participação como para a interação destes com os tipos de defesas, os resultados indicam essa possibilidade.

BIBLIOGRAFIA

- 1 - RODRIGUES, A., *Psicologia Social*. Petrópolis: Ed.Vozes, 1972
- 2 - MCGUIRE, W.J., The Nature of attitudes and attitude change. In G. Lindzey and E. Aronson (Eds.) *Handbook of social psychology*. Vol.III Reading, Mass: Addison-Wesley, 1969.
- 3 - HOVLAND, C.I., LUMSDAINE, A.A., SHEFFIELD, F.D. *Experiments on mass communication*. Princeton, N.J.: Princeton University Press, 1949.
- 4 - TRIANDIS, H.C., *Attitude and attitude change*, N.Y.: Wiley, 1971.
- 5 - KELMAN, H.C., Compliance, identification and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Resoulion*, 1958, 2, 51-60.
- 6 - ANDERSON, L.R., & FISCHBEIN, M., Prediction of attitude from the number, strenght, and evaluation aspect of beliefs about attitude objects: a comparison of summation and congruity theories. *J. Pers. soc. Psychol.*, 1965, 2, 437-443.
- 7 - NEWCOMB, T.M., *The acquaintance process*. New York: Dryden, 1961.
- 8 - HOLLANDER, E.P., Conformity, status, and idiosincrazy credit. *Psychol. Rev.*, 1958, 65-117-127.
- 9 - FREUD, Anna, *El yo y los mecanismos de defensa*. Buenos Aires: Ed. Paidós, 4º ed., 1965.
- 10 - BERKOWITZ, L., *Aggression: A Social - Psychological Analysis*, N.Y., McGraw, Inc., 1962.
- 11 - DOLLARD, J., DOOB, L., MILLER, N., MOWRER, O., & SEARS, B. *Frustration and aggression*. New Haven: Yale University Press, 1939.
- 12 - HEIDER, F., *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley, 1958.
- 13 - ZIMBARDO, P.G., Involvement and communication discrepancy as determinants of opinion conformity. *J. abnorm. soc. Psychol.*, 60, 86-94. 1960.

- 14 - BREHM, J.W., COHEN, A.R., Explorations in cognitive dissonance. New York: Willey, 1962.
- 15 - ARONSON, E., & LINDER, D. Gain and loss of esteem as determinants of interpersonal attractiveness. Journal of Experimental Social Psychology, 1965, 1, 156-171.
- 16 - DITTES, J.E. KELLEY, H.H., Effects of different conditions of acceptance upon conformity to group norma. J. Abnorm. soc. Psychol., 1956, 53, 100-107.
- 17 - THIBAUT, J.W., & KELLEY, H.H. The social psychology of groups. New York: Willey, 1959.
- 18 - ARONSON, E. CARLSMITH, J.M., Effect of the severity of threat on the devolution of forbidden behavior. J. abnorm. soc. Psychol., 1963, 584-588.
- 19 - BIAGGIO, Angela & RODRIGUES, A., Behavioral Compliance and devolution of the forbidden object as a function of probability of defection and severity of threat. Developmental Psychology, 1971, 3, 320-323.
- 20 - FESTINGER, L., A Theory of cognitive dissonance. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1957.
- 21 - HOVLAND, C.I. & MANDELL, W., An experimental comparison of conclusion-drawing by the communication and by the audience. J. abnorm. soc. Psychol. 1952, 47, 581-588.
- 22 - MILLER, N. & CAMPBELL, D.T., Recency and primacy in persuasion as a function of the timing of speeches and measurement. J. abnorm. soc. Psychol., 59, 1-9. 1959.
- 23 - MCGUIRE, W.J., Order of presentation as a factor in "conditioning" persuasiveness. In C. I. Hovland et al. (Eds.), The order of presentation in persuasion. New Haven: Yale University Press. 1957, 98-114.
- 24 - MCGUIRE, W.J. Cognitive consistency and attitude change. Journal of Abnormal and Social Psychology, 1960, 60, 345-353. (a).
- 25 - KANOUSE, D.E., & ABELSON, R.P., Language variables affecting the persuasiveness of simple communications. J. Pers. soc. Psychol. 1967, 7, 158-163.

- 26 - PAPAGEORGIS, D., Warning and persuasion. Psychol. bull. - 1968, 70, 271-282.
- 27 - MCGUIRE, W.J. & MILLMAN, S., Anticipatory belief lowering following forewarning of a persuasive attack. J. pers. soc. Psychol. 1965, 2, 471-479.
- 28 - JANIS, I.L., & FESHBACH, S. Effects of fear-arousing communications. Journal of Abnormal and Social Psychology, 1953, 48, 78-92.
- 29 - JANIS, I.L., Effects of fear arousal on attitude change: recent developments in theory and experimental research. In L. Berkowitz (Ed.), Advances in experimental social psychology, Vol. III. New York: Academic Press, 1967, 166-224.
- 30 - MCLUHAN, M. Os meios de comunicação como extensão do homem, São Paulo: Ed. Cultrix, 1969.
- 31 - MCLUHAN, M. FIORE, Q. O meio são as mass-gens. Rio: Distribuidora Record de Serviços de Imprensa S.A., 1969.
- 32 - MENZEL, H. & KATZ, E., Social relations and innovations in The medical profession: The epidemiology of a new drug. Publ. Opin. Quant., 1956, 19, 337-352.
- 33 - MCGUIRE, W.J. & PAPAGEORGIS, D. The relative efficacy of various types of prior belief - defense it producing immunity against persuasion. Journal Abnorm. Soc. Psychol. 1961, 62, 327-337.
- 34 - MCGUIRE, W.J. Inducing resistance to persuasion. In Len Berkowitz (Ed.). Advances in experimental social psychology. Vol. I. New York: Academic Press, 1964, 192-229.
- 35 - KELMAN, E.L., Attitude change as a function of response restriction. Hum. Relat., 1953, 6, 185-214.
- 36 - SARNOFF, I., Identification with the aggressor: some personality correlates of anti semitism among Jews. J. Pers. 1951, 20, 199-218.
- 37 - SLOTLAND, E., KATZ, D. & PATCHEN, M. The reduction of prejudice through the arousal of self - insight. J. Pers., 1959, 27, 507-531.

- 38 - BIAGGIO, Angela. Desenvolvimento moral - Análise psicológica. Arq. bras. Psic. Apl. 1972, 24, 7-40.
- 39 - MCGUIRE, W.J. & WATTS, W.A. Persistence of induced opinion change and retention of the inducing message contents. J. abnorm. soc. Psychol., 1964, 68, 233-241.
- 40 - NEWCOMB, T.M. Persistence and change: Bennington College and its students after 25 years. New York, 1967.
- 41 - JONES, E.E., & KOHLER, R. The effects of plausibility on the learning of controversial statements. Journal of Abnormal and Social Psychology, 1958, 57, 315-320.
- 42 - BREHM, J. W. A Theory of psychological reactance. New York: Academic Press, 1966.
- 43 - HOVLAND, C.I. & WEISS, W. The influence of source credibility on communications effectiveness. Publ. Opin. Quart., 1951, 15, 635-650.
- 44 - MCGUIRE, W.J. Direct and indirect persuasive effects of dissonance-producing messages. Journal of Abnormal and Social Psychology, 1960, 60, 354-358. (b).
- 45 - WATTS, W.A. Relative persistence of opinion change induced by active compared to passive participation. Journal of Personal and Psychology, 1967, 5, 4-15
- 46 - MCGUIRE, W.J. A syllogistic analysis of cognitive relationships. In M. J. Rosenberg & C.I. Hovland (Eds.), Attitude organization and change. New Haven, Conn.: Yale University Press, 1960, 65-111. (c).
- 47 - WEISS, W., & FINE, B.J., The effect of induced aggressiveness on opinion change. J. abnorm. soc. Psychol., 1956, 52, 109-114.
- 48 - KIESLER, C.A. SAKUMURA, J. A test of a model for commitment. J. Pers. Soc. Psychol., 1966, 3, 458-467.
- 49 - ROSENBAUN, M.E., e FRANC, D.E., Opinion change as a function of external commitment and amount of discrepancy from the opinion of another. J. abnorm. soc. Psychol., 1960, 61, 15-20.
- 50 - BENNET, Edith. Discussion, decision, commitment and consensus to group decisions. Hum.Relat. 1955, 8, 251-274.

- 51 - ISAACS, M. & ATKINS, A., Effect of using truisms of different involvement levels on results predicted from inoculation theory - Reprinted from the Proceedings, 88 th Annual Convention, American Psychological Association, Hawai, 1972.
- 52 - KIESLER, C.A., COLLIS, B. & MILLER, N., Attitude change. New York, Ed. John Willey, 1969.
- 53 - MCGUIRE, W.J., Resistance to persuasion confirmed by action and passive prior refutation of the same and alternative counterarguments. J. abnorm. soc. Psychol. , 1961 b, 63, 326-332.
- 54 - MCGUIRE, W.J., Persistence of the resistance to persuasion induced by various types of prior belief defenses - Journal of Abnormal and Social Psychology, 1962, 64, 241-248.

7 - A automação trouxe certas facilidades para a vida do homem

Absolutamente	Provavelmente	DUVIDOSO	Provavelmente	Absolutamente					
FALSO	FALSO		VERDADEIRO	VERDADEIRO					

8 - A automação representa um avanço do homem no sentido de melhores condições de trabalho.

Absolutamente	Provavelmente	DUVIDOSO	Provavelmente	Absolutamente					
FALSO	FALSO		VERDADEIRO	VERDADEIRO					

9 - A automação proporciona melhores condições de trabalho para o homem.

Absolutamente	Provavelmente	DUVIDOSO	Provavelmente	Absolutamente					
FALSO	FALSO		VERDADEIRO	VERDADEIRO					

10 - A mulher que permanece em casa cuidando apenas dos afazeres domésticos limita o desenvolvimento de suas potencialidades.

Absolutamente	Provavelmente	DUVIDOSO	Provavelmente	Absolutamente					
FALSO	FALSO		VERDADEIRO	VERDADEIRO					

11 - Sempre que possível deve a mulher ter um emprego.

Absolutamente	Provavelmente	DUVIDOSO	Provavelmente	Absolutamente					
FALSO	FALSO		VERDADEIRO	VERDADEIRO					

12 - Para sentir-se realizada a mulher necessita, além de um bom relacionamento afetivo e de maternidade, de um trabalho fora de casa.

Absolutamente	Provavelmente	DUVIDOSO	Provavelmente	Absolutamente					
FALSO	FALSO		VERDADEIRO	VERDADEIRO					

A água elemento indispensável ao organismo, em determinadas condições, ou seja quando contaminada, pode ser agente causador de doenças. Daí a necessidade do seu tratamento sanitário para evitar as doenças como disenteria/ e tifo.

A água é necessária para beber, cozinhar e muitos outros usos. Nas cidades como nas vilas, as fontes de abastecimento geralmente não são suficientes para satisfazer a população e, além disso, os poços e as reservatórios sofrem a contaminação causada pelos despejos. Mais cedo ou mais tarde, toda a cidade sente a necessidade de possuir um sistema de abastecimento d'água, com rede de distribuição. Desde que praticamente toda a cidade faz uso de água, resultariam surtos epidêmicos se esta chegasse ao consumidor carregada de germes patogênicos.

São inúmeras as doenças que podem ser transmitidas pela água se não forem tomados certos cuidados sanitários. Por isso, a fonte de abastecimento deve ser investigada cuidadosamente, para se determinar a contaminação à qual ela poderá estar sujeita. Mesmo a água com ótimo aspecto, ou seja, límpida e clara, dos reservatórios naturais geralmente, contém micróbios que são levados, dos terrenos contaminados por dejetos e lixo, pelas chuvas para dentro dos riachos ou dos poços sem tampas.

Graves epidemias de febre tifóide e disenterias tem sido transmitidas pela água poluída. Ainda, na água, em muitos lugares, vivem certos caramujos que servem para produzir uma doença grave chamada esquistossomose.

Quando oriunda de nascentes, é necessário que ela seja bem captada, submetida a tratamento por métodos físicos (decantação filtração) e agentes químicos (uso do cloro), canalizada e distribuída. As águas dos rios ou dos córregos, quando usadas sem tratamento, devem ser consideradas como suspeitas de contaminação e possíveis causadores de doenças.

Os meios de purificação da água consistem numa série de cuidados de higiene entre outros a decantação, filtração e desinfecção pelo cloro, que são capazes de excluir as impurezas, germes, parasitos, matéria orgânica em suspensão, substâncias tóxicas e tudo mais que possa determinar a sua contaminação.

Tanto as disenterias como as doenças do grupo colitífico e paratífico (disenteria e tifo) podem ser evitados, pelo método moderno de tratamento que tornam uma água contaminada em água de boa qualidade e adequada para o consumo. Os prejuízos que as doenças disentéricas e febre tifóide podem causar a uma população são consideráveis, daí a necessidade dos sistemas de tratamento e distribuição de água.

Nas zonas urbanas é comum o aparecimento, em determinadas épocas do ano, de surtos de doenças causadas por germes transmitidos pela água. Geralmente isto ocorre no verão quando é maior o consumo da mesma. Para evitar essas ocorrências, têm sido aplicados diversos recursos, e entre eles a construção de sistema de "tratamento" da água.

Este sistema consiste em submeter a água a métodos físicos e químicos de desinfecção. Mas até agora, teve-se que apelar também para outros recursos, como vacinações, esclarecimento da população, etc., porque nenhum processo de purificação provou ser absolutamente eficiente na remoção das bactérias existentes na água.

O agente desinfetante, o cloro e sais de alumínio, tem a possibilidade de destruir certos germes, porém é nocivo para algumas pessoas e dá a água, muitas vezes, um sabor desagradável. Além disso, o cloro, considerado a melhor garantia da qualidade da água, necessita de muitos cuidados na sua aplicação, pois trata-se de um elemento químico que em sua forma pura se apresenta sob forma de gás verde-amarelo, de cheiro irritante e sufocante, que ataca as vias aéreas provocando sintomas de pneumonia. Por isso em toda a estação de "tratamento" de água existe um aparelho regulador do seu escoamento.

Defeito no referido aparelho, deixando escapar maior quantidade de cloro, pode resultar em problemas gástricos e intestinais para a população. Por outro lado, se o escoamento for para menos, as consequências serão epidemias de doenças hidro-veiculadas, apesar da água passar por uma estação de "tratamento".

Outro fator ^{que} deve ser levado em consideração é a necessidade do organismo de desenvolver sua imunidade natural, ou seja, o processo segundo o qual ele se torna retratário a certas doenças infecciosas. Essa imunidade se desenvolve através do contato natural do organismo com os germes, porque esse contato provoca o aumento progressivo da capacidade dos fagócitos micrófagos (célula que absorve e engloba germes e substâncias estranhas) de destruir os germes.

A ausência de contato com os germes, faz com que o organismo não desenvolva resistência própria para se defender quando exposto à ação dos mesmos (germes). Portanto, periódicos contatos com os germes é necessário porque desperta defesas contra eles e ingerir durante toda a vida água absolutamente estéril, privaria o organismo de uma fonte de defesas e o levaria à debilidade.

Outra desvantagem do tratamento da água é que a população terá que pagar taxas para sua utilização, pois o custo de uma estação de tratamento de água é altíssimo, o resultado desses serviços não têm atendido as necessidades dos seus usuários, pois como sabemos ao sair da estação de tratamento, a água passa por encanamentos subterrâneos que ao longo de seu percurso estão sempre apresentando defeitos e contaminações difícilíssimas de serem localizadas porque são subterrâneos.

Nenhum processo de purificação poderá ser considerado como eficiente na remoção das bactérias existentes na água. Ademais, resta sempre a possibilidade de água vir a ser contaminada ao passar através dos encanamentos, antes de chegar ao consumidor. Por isso, o tratamento d'água é uma atividade de saúde pública que não tem a eficiência que se pensa, como medida de proteção da população contra as doenças provocadas pelos germes causadores das disenterias e tifo.

O agente desinfetante apesar de ter a possibilidade de destruir germes, é nocivo e dá à água um sabor desagradável. Além disso, a aplicação do cloro, considerado como garantia decisiva de qualidade da água, se não houver o cuidado de aplicá-lo em quantidade suficiente, a sua falta resultará no fornecimento de água contaminada, mais o acréscimo do alto custo de seu emprego para a população. Em outras palavras, defeito do aparelho regulador do escoamento do cloro, que é bastante comum, ou esgotamento dessa substância, tem tido como consequências, epidemias com moléstias hidro-veiculadas, apesar da população contar com uma estação de tratamento d'água.

Também deve ser levado em consideração que a falta de cuidado na manipulação do aparelho regulador da mistura de cloro na água pode deixar escoar maior quantidade do que aquela exigida para o tratamento, e a água excessivamente clorada, quando ingerida provoca entre outras perturbações a diarreia. O contato natural do organismo com os germes, desenvolve suas possibilidades de defesa contra as doenças, através do aumento progressivo da capacidade dos fagócitos micrófagos de destruir os germes.

A ausência desse contato, faz com que o organismo dos indivíduos não desenvolva resistência próprias, ficando assim indefesos quando / expostos a ação dos mesmos (germes). Portanto, periódicos contatos do organismo com determinados germes é necessário porque desperta nele defesas / contra os mesmos. Ingerir durante toda a vida água absolutamente estéril, privaria o organismo do indivíduo de uma fonte de defesas e o levaria à debilidade.

Outra desvantagem do tratamento da água é que a população terá que pagar taxas de abastecimento de água, pois o custo de uma estação de tratamento de água é altíssimo. Além do alto custo em si, o resultado desses serviços não atendem as necessidades da população que os utilizam, / pois como sabemos ao sair da estação de tratamento, a água passa por encanamentos subterrâneos que ao longo de seu percurso estão sempre apresentando defeitos e contaminações, difficilimas de serem localizadas porque são subterrâneos.

As pessoas que começam a fumar cedo em sua juventude tem probabilidade de morrer muito antes que os não fumantes. Calcula-se que um fumante que consome 20 cigarros por dia, tem sua vida diminuída diariamente em 7 horas. Em 30 anos ele terá perdido 7 anos. Quanto mais jovem uma pessoa começa a fumar, maior será o risco de que ela possa adoecer mais precocemente. Os estudos mostram que o fumante que começa a fumar antes dos 15 ou 20 anos, geralmente fuma cigarros durante mais anos e inala mais fumaça, e o fumante que tem maiores probabilidades de adoecer ou morrer como resultado do cigarro é o que fuma mais cigarros mais anos e inala mais fumaça / (nicotina).

Durante anos, os cientistas tem estado submetendo a provas o cigarro e estudando-o para encontrar o efeito que ele tem sobre o organismo. Eles chegaram a conclusão que o fumo é muito nocivo à saúde, porque sua fumaça é uma mistura muito complicada de gases e elementos químicos; contém pequena quantidade de alcatrões e nicotina.

Alcatrões são misturas que se formam a medida que o fumo se queima; cobrem os pulmões do fumante e fazem mais lenta sua função normal. Nicotina é a substância que pode criar o hábito. Seu efeito faz com que o coração bata com maior rapidez e acelera a respiração ocasionando graves prejuízos em todo tipo de desportos. A nicotina é um veneno em sua forma pura que pode matar instantaneamente.

Quando a fumaça é inalada e chega aos pulmões, permanece nelas partículas desse veneno e dificultam o trabalho do organismo. Fumar pode destruir o sistema de limpeza dos pulmões porque o fumo faz com que a ação dos pequenos cílios vibráteis, se faça / mais lenta e pode destruí-los de maneira que seus pulmões perdem / uma primeira medida de defesa contra as enfermidades.

O cigarro contém também substâncias irritantes para o aparelho ocular e para o nervo ótico. Com o uso prolongado e constante do cigarro, o paladar e a audição ficam alterados, o que equivale dizer que não se ouve bem e não se percebe o gosto e sabor dos alimentos tão bem como os não fumantes. A elasticidade da pele é também afetada.

Além dessas considerações o uso do cigarro pode deixar / manchados os dentes e os dedos, pode tirar o apetite da pessoa e fazer com que a roupa do fumante cheire mal.

As estatísticas têm mostrado que a incidência do câncer / do pulmão é bem maior nos fumantes do que nos não fumantes, numa / proporção geral de 5 para 1. Portanto, evitando fumar a pessoa está protegendo sua saúde.

O FUMO - 2

O hábito de fumar é cada dia mais difundido entre os jovens. Eles consideram o uso do fumo um mecanismo para relaxar a tensão emocional, mas sabe-se que esse hábito não reduz a tensão porque esta só desaparece com a solução do problema que a causou.

Existem trabalhos que mostram os efeitos medicinais do fumo como estimulante da musculatura lisa, mas outros estudos demonstram seus efeitos nocivos para o aparelho circulatório, como agente constritor dos vasos sanguíneos, estimulante dos batimentos cardíacos e hipertensor (aumenta a tensão arterial).

Algumas pessoas sentem no hábito de fumar um fator de equilíbrio emocional, por isso, sempre que estão em situação que lhes deixar inseguras passam a fumar com mais frequência. Mas se observarmos atentamente, essas pessoas estão sempre em estado de instabilidade emocional, e o cigarro não lhes dá a segurança desejada. A necessidade de concentração de certos trabalhos leva algumas pessoas a fumarem, pois a nicotina age sobre os centros nervosos facilitando essa concentração, mas ela age também sobre a memória, comprometendo-a.

Para as pessoas que tem problemas com o controle de peso, que têm uma acentuada tendência para a obesidade, o hábito de fumar facilita o controle do apetite, mas como a obesidade é controlada por fatores endócrinos e/ou psicológicos, a ação do fumo como agente inibidor do apetite é passageira. Assim, em certos casos o hábito de fumar pode até agravar o problema do gordo provocando perturbações no aparelho circulatório, pois a nicotina é um vaso constritor periférico (que contrai os vasos sanguíneos periféricos).

Há pouco tempo apareceu nos jornais a notícia de que um pesquisador encontrou no fumo efeitos estimulantes da musculatura do útero por ocasião do parto, mas essa vantagem logo desaparece diante dos seus efeitos sobre o sistema circulatório e respiratório que resultam na diminuição da resistência física da parturiente.

As mulheres usam o cigarro como um acessório para fazê-las mais atraentes e sofisticadas. Entretanto o cigarro deixa as roupas e o hálito com cheiro desagradável além de manchar os dedos.

Cômmumente se ouve muitos argumentos contra o uso do fumo. Entretanto esses argumentos, são geralmente encomendados por empresas que têm interesses particulares em provar que o fumo é nocivo. O motivo é que certas / empresas vêm seus interesses financeiros prejudicados devido a força e estabilidade das companhias de cigarro, por isso procuram fazer propaganda que se apresentam utilizando distorcidamente experimentos científicos.

O fumo é uma erva da família das solanáceas; quimicamente se compõe de nicotina, piridina, furfurool. A nicotina é um alcalóide, nome comum / de numerosas bases orgânicas nitrogenadas, que têm propriedades de grande importância medicinal, como a cafeína e a pilocarpina. Como todas essas substâncias, se usadas em sua forma pura e em grande quantidade são nocivas. Em pequenas doses, são medicinais. Seus efeitos farmacológicos vão de estimuladores da musculatura lisa e vaso constritores periféricos a agentes inibidores de tensão emocional. Por isso para as pessoas que vivem em estado de ansiedade, o fumo relaxa a tensão e as ajuda a concentrarem-se em suas tarefas. Essas pessoas afirmam que fumar lhes acalma os nervos evitando que tenham de apelar para o uso das drogas.

Em pesquisa realizada sobre os efeitos psicológicos do hábito de fumar, foram encontradas, entre outras, as seguintes respostas: para as mulheres, esse hábito aumenta a sua segurança e possibilita melhor relacionamento social; os homens dizem que é um meio de relaxar a tensão nervosa que sentem, fumar lhes alivia a opressão da disciplina do trabalho. Há ainda os que usam o cigarro pela grata emoção que este proporciona. As pretendidas evidências contra o fumo, desejam mostrar que os efeitos do cigarro são sempre indesejáveis, mas na verdade esses efeitos só aparecem em alguns indivíduos que fumam mais de 30 cigarros por dia e nos casos em que eles inalam / muito profundamente a fumaça.

O hábito de fumar é ainda indicado para as pessoas que não desejam engordar, porque o fumo atua como regulador do apetite sem apresentar as desvantagens dos medicamentos usados para o emagrecimento, que são altamente estimulantes do sistema nervoso e provocam grande tensão e insônia.

Estudos de médicos obstetras mostraram que o fumo possui substâncias capazes de ativar a musculatura uterina ajudando o trabalho de parto do mesmo modo que age como estimulante da musculatura lisa do intestino aumentando o peristaltismo (movimentos do intestino).

A grande acusação sobre o cigarro é que ele provoca câncer, algumas propagandas usam dados de pesquisas médicas sobre o assunto. Mas esses / experimentos foram feitos com cobaias, animais muito sensíveis a qualquer / doença do homem e além disso, esses animais foram submetidos a doses maciças e prolongadas de nicotina, condições que não são as mesmas pelas quais pas-

AUTOMAÇÃO 1

As máquinas têm sido sempre importantes para o homem, principalmente pelo seu papel como agente social / de mudança. Usamos o termo revolução industrial não somente por causa das máquinas revolucionárias, mas sobretudo / porque elas criaram um ambiente inteiramente novo para a humanidade.

A essência da revolução industrial consistiu na substituição de músculos de homens e animais por máquinas. Esta mecanização esta, agora, sendo seguida por um processo de automação, aperfeiçoamento que promete libertar a % humanidade de muito esforço mental, particularmente daquele de natureza rotineira.

As máquinas de hoje são agentes muito mais poderosos para mudança social do que aquelas da primeira revolução industrial, pois, resultam de uma nova habilidade / de construir sistemas que processam e comunicam informações.

Estamos hoje em dia cercados por um grande número de mecanismos automáticos, que vão desde os simples utensílios domésticos até equipamentos industriais de espantosa complexidade, a maior parte dos quais já consideramos como coisa comum. Computadores eletrônicos podem efetivar em questão de minutos, cálculos altamente complexos que um hábil matemático levaria meses para completar.

Com o aparecimento da automação o homem pode desenvolver a produção de grande quantidade de bens, e desse modo torna-se possível a utilização dos bens produzidos / por um maior número de pessoas.

Portanto a automação representa um passo pelo / qual o homem conquista a natureza e se serve dela para iluminar as tarefas mesquinhas da vida cotidiana, obtendo / assim uma melhor vida para si e sua família. A eliminação dessas tarefas resulta em um aumento do tempo de lazer, / daí em países altamente industrializados já se começa a pensar na semana de quatro dias de trabalho.

As máquinas tem sido consideradas por alguns como co-correntes para o homem, pois em certas situações, elas tem sub-stituídos trabalhadores. Mas uma análise menos superficial mostra que elas criam novo mercado de trabalho, para construí-las e o-pera-las; as máquinas apenas executam aquilo que o homem progra-ma para elas.

A produção pela maquinização tem sido acusada de cau-sar problemas e desempregos, mas esse processo de produção só / tem sido usado nas áreas de atividades em que há necessidade de grande velocidade na produção e para tornar possível o uso de novos meios de realizar uma tarefa.

A automação trouxe a emergência do ambiente maquiniza-doe para alguns, com êle o sentimento de impotência e frustação mas sem dúvida promove a substituição de pesados trabalhos de homens e animais pela máquina.

Com o aparecimento das primeiras máquinas começou o declínio do artezão e do aprendiz, estes não puderam mais fabri-car inteiramente os objetos, perdendo assim a satisfação de ver o produto de seu trabalho final. Entretanto surgiu a produção / em largas escalas que permitem a utilização dos bens produzidos por um maior número de pessoas.

Existe a alegação de que a automação torna o trabalho motivo de insatisfação devido a super-divisão das tarefas e superespecialização, mas foi a mecanização que possibilitou ao ho-mem a ampliação de sua força muscular pela utilização da força / mecânica, alargando em muito seu campo de ação e tornou-se um instrumento dos mais úteis para a realização do gigantesco trabalho da produção de maior quantidade de bens.

Um possível efeito negativo dessa inovação tecnolôgi-ca que são as máquinas automáticas, inclui o surgimento de den-sas aglomerações urbanas com diminuição da tranquilidade do in-divíduo, mas sem dúvida a tecnologia representa um passo pelo / qual o homem conquista o meio e se serve dela para eliminar as tarefas mesquinhas da vida cotidiana, obtendo assim uma vida me-lhor para si e sua família.

As palavras automático, autômato e mesmo automatismo, há muito constam do nosso idioma, porém a palavra automação só a pouco penetrou em nossos dicionários. Na literatura especializada encontramos que automatizar é introduzir numa máquina um método ou sistema que lhe permite controlar-se, comandar-se, sem intervenção do homem. Numa definição mais ampla, dada por um sociólogo, temos que "automação é a substituição do homem pela máquina".

Durante muito tempo admitiu-se que a automação seria simplesmente uma projeção da mecanização e que esta viria sedimentar a grande revolução que aquela iniciou. Hoje este conceito está superado e a realidade é que a mecanização tornava os trabalhadores mais eficientes, a automação/ os coloca num plano superfluo, gerando por conseguinte o desemprego em massa.

Na Conferencia Internacional sobre Soluções dos Problemas do Emprego da Automação, realizada em 1969, da qual participaram peritos em informática, sociólogos, economistas e psicólogos, foi proposto o estudo de um sistema de advertencia prévia, que denunciase a aproximação da automação e que atenuasse a pobreza humana que virá com o desemprego tecnológico. Verificou-se que há uma ironia no fato de que essa força irresistível que traz a promessa de uma vida mais abundante e satisfatória, colateralmente traz a pobreza permanente para uma maior parcela da sociedade, a mesma a quem por um tempo já longo demais se negou o quinhão a que tem direito. Pois serão os que tem menos instrução e os não especializados que sofrerão as maiores necessidades em uma economia que utilizará cada vez menos o trabalhador de especialização limitada.

Nos Estados Unidos o exército de desempregados pelo ataque da automação, é tão grande quanto o total da população de Chicago e Los Angeles. No Canadá, o total do desemprego é maior do que o total da população de Vancouver. A média de empregos eliminados, devido aos efeitos da automação, está calculado em 40.000 por semana.

A automação traz consigo grandes mudanças na estrutura ocupacional e em toda a estrutura social. A ela devemos a "produção de massa", o fim do trabalho à domicílio e do artesanato em geral, assim como a migração em massa de camponeses para as cidades em busca de emprego nas indústrias.

A automação trouxe grande desenvolvimento para determinadas áreas da ciência física, na verdade a tecnologia tem respondido mal as exigências profundas do homem, embora os tecnocratas intoxicados por uma tecnologia robotizante queiram fazer acreditar que a automação é a salvação do homem. A medida que aumenta o seu emprego, prolifera e domina a tecnologia, surge a supremacia e onipotencia da rotina.

Na defesa do automatismo, pretende-se que a sociedade automatizada conhecerá o conforto e a prosperidade, mas o que tem acontecido nessas sociedades é o impacto destrutivo nas relações humanas, pois a automação induz a um conjunto de situações em que o homem enfrenta uma perda de liberdade, de segurança, e de status, frente à servidão diante da máquina. Um exemplo dessas situações é a rotinização e a superdivisão de tarefas que levam à monotonia da atividade, ao desinteresse e frustração, assim como a baixa produtividade e alienação em relação ao seu trabalho.

MULHER NO MERCADO DE TRABALHO I

A participação da mulher no mercado de trabalho torna-se cada dia mais importante. Mesmo nos países ainda não desenvolvidos, a mulher tem tomado consciência de que o trabalho lhe dá consideração social e responsabilidade no desenvolvimento da sociedade.

A mulher não deve permanecer ligada apenas ao trabalho de casa, ela deve trabalhar fora do lar, principalmente se não tiver filhos. Assim ela se descoisifica, faz a sua promoção humana e social e realiza em plêntude / suas potencialidades psíquicas e intelectuais.

A mulher para encontrar sua realização como pessoa necessita além/ da maternidade e dos serviços caseiros um trabalho que interrompa a rotina do m^êstica. As tarefas de dona de casas hoje em dia tomam menos tempo da mulher, logo ela tem mais tempo para atividades produtivas. Assim muitas mulheres conseguem exercer uma profissão e conciliar o trabalho com a educação dos filhos.

As mulheres que não tem atividades além das tarefas domésticas, / estão situadas numa espécie de terra de ninguém: nem inválidas, nem realmente ativas. Do ponto de vista da economia, as pessoas se realizam apenas serviços domésticos não estão participando da força de trabalho.

O trabalho oferece à mulher possibilidades de desenvolver sua criatividade, exercer influência e contribuir para o desenvolvimento social.

Mesmo para as mulheres que tem filhos, o trabalho fora de casa é vantajoso, amplia sua visão, proporciona autonomia e lhe permite ficar mais / bem informada de como cuidar dos filhos.

Comumente a mulher permanece em casa, para justificar diante dos outros a sua utilidade, passa a reclamar do marido filhos uma atitude de reconhecimento e gratidão permanente, o que faz com que a casa não seja um ambiente de harmonia e tranquilidade.

Para a mulher que tem filhos crescidos, o trabalho é uma forma de evitar que o t^êdio destrua a sua satisfação por já ter cumprido com uma série de deveres de dona de casa, pois existem horas, no seu dia, em que se sente / como se mais nada tivesse a fazer a não ser esperar que os filhos voltem do colégio e o marido do trabalho.

O movimento feminista tem explorado a falsa idéia de que é degradante a posição da mulher que não trabalha fora do lar. No entanto, o que mais comumente se encontra entre as mulheres que trabalham é a reclamação de que não tem tempo para si e sua família.

A pretensa idéia de que através do trabalho que a mulher faz a sua promoção humana e social tem provocado confusão numa série de mulheres, mas na verdade é o milagre do nascimento, prerrogativa da mulher madura, a maior / fonte de realização.

Querer que a mulher passe a competir com o homem no mercado de trabalho é desconhecer a biologia feminina, pois pouquíssimas mulheres teriam condições para fazerem o trabalho de estiva, ou mesmo de construção. Mesmo assim, não devemos esquecer que para determinadas áreas como o setor de serviços, sobre tudo em escolas e hospitais a mulher apresenta melhores aptidões que os homens.

Pensar que para estar plenamente realizada a mulher necessita de / um trabalho fora de casa é uma ilusão, pois muitas realizam trabalhos extraordinários sem precisarem se afastar do lar. Os fatos mostram que mesmo em plena era da tecnologia, o artesanato está no auge e até nos países que realmente atingiram a fase tecnológica (o que ainda não é o caso nosso), extensas comunidades vivem do trabalho artesanal, criativo e rendoso. Entretanto permanecer / à margem do ocorre lá fora, sem o confronto direto com a realidade, recebendo os reflexos do mundo só através de terceiros ou dos meios de comunicação, leva à desatualização dos conhecimentos, à diminuição do potencial intelectual e à perda da capacidade de manejar situações e fazer face a imprevistos.

A divisão do trabalho e de responsabilidades numa sociedade obedece a certas regras e leis. Assim em uma sociedade em que o homem é o maior responsável pelo sustento da família, é de se esperar e desejar que o maior número de empregos e os maiores salários sejam dados a estes, pois seria impossível eles assumirem estas responsabilidades se as mulheres ocupassem a maior / parte dos empregos existentes no mercado de trabalho ou se ganhassem os melhores ordenados. Entretanto, não é justo que se coloquem barreiras para impedir / os acessos das mulheres a profissões e funções importantes, pois a mulher tem direito a mesma responsabilidade e consideração social que o homem.

O movimento de emancipação feminina tem explorado a idéia de que é degradante a posição da mulher que não trabalha fora do lar. Analisando a linguagem das participantes desse movimento, encontra-se uma atitude de não aceitação de sua feminilidade, ou seja, em linguagem psicanalítica, de um fenômeno de "protesto viril".

A emancipação da mulher está ligada a sua maturidade mais do que a sua participação no mercado de trabalho. A ciência já provou que a inteligência da mulher é igual a do homem, mas que a sua capacidade nos setores em que exige força muscular é inferior. Por isso querer que a mulher passe a competir com o homem nas áreas de trabalho é desconhecer a biologia feminina, pois pouquíssimas mulheres teriam condições para fazerem certos tipos de trabalho.

Assim a mulher que assume com responsabilidade as atividades decorrentes de sua situação de mãe e esposa, está desse modo participando da divisão de trabalho necessária em qualquer sociedade.

Cada vez mais o ser humano necessita ter um bom desenvolvimento psicológico para ser capaz de aproveitar os benefícios materiais que o próprio homem tem conseguido com o progresso da tecnologia. Assim, um importante aspecto a ser considerado na questão de se a mulher deve trabalhar fora ou não, é o problema do cuidado com os filhos. No decorrer da maior parte do crescimento a criança é inteiramente dependente da sua relação com a mãe. O afastamento desta é profundamente ameinhador para a criança. Este temor não se esgota magicamente mas exige a presença da mãe sempre que a criança sente alguma dificuldade no domínio do ambiente. A ausência da figura materna traz insegurança inicial, em seguida vem a angústia e o medo do abandono.

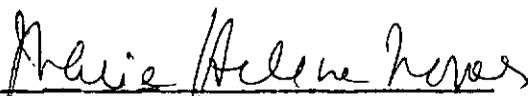
A divisão do trabalho e de responsabilidade numa sociedade, não se faz arbitrariamente mas obedece a certas regras e leis. Por outro lado em quanto o homem for considerado pelas leis civis e aceito pela cultura chefe da sociedade conjugal e responsável pelo sustento da família, caberá a mulher a importante tarefa de assumir os encargos necessários ao conforto e harmonia da mesma.

Para participar plenamente do destino humano será absolutamente indispensável a mulher trabalhar fora de casa? Atender as necessidades físicas e emocionais dos filhos e marido não será mais gratificante e realizador do que ser uma peça a mais na engrenagem de uma repartição pública ou empresa?

Assim como acontece com muitos pais, a mulher que trabalha fora ao retornar a casa, além do cansaço físico e mental, traz na maioria das vezes o nervosismo acarretado pelos problemas do serviço não resolvidos. É comum nas famílias em que a mãe trabalha fora, os filhos sentem-se sozinhos, pois esta tem pouco tempo para lhes dar atenção e apoio. Por isso nas sociedades altamente desenvolvidas (como Dinamarca e Suécia), as mulheres das quais depende o sustento ou equilíbrio do lar conseguem o direito de 2 anos de salário, para permanecerem em casa quando nasce cada filho.

Os estudiosos do recurso humano têm-se preocupado em encontrar a melhor forma da mulher participar do mercado de trabalho, sem entretanto causar problema para o mercado de mão-de-obra, pois nos países em que há desemprego, cada emprego assumido por mulher, implica em um trabalho a menos para um pai de família.

Tese apresentada aos Srs.:



Prof.^a Maria Helena Novaes



Prof. Ataliba Crespo



Prof. Aroldo Rodrigues

Aprovada e permitida impressão

Rio de Janeiro, 11/72



Coordenador dos Programas de Pós-
Graduação e Pesquisa do Centro de
Teologia e Ciências Humanas