

Mudança ou Estabilidade de Atitudes e Crenças?: A Interdependência do Comportamento Grupal e Individual (*)

TERESA GARCIA-MARQUES (**)

If you bet on a horse, that's gambling. If you bet you can make three spades, that's entertainment. If you bet cotton will go up, that's business. [se apostar num melhor meio ambiente, isso é uma atitude!] See the difference?

Blackie Sherrod

Não há muito tempo atrás podíamos aperceber-nos da existência de uma atitude negativa dos americanos face ao povo Soviético. Ser americano estava estreitamente associado com ser-se anti-soviético. Não esqueçamos que, ainda na década de oitenta, Ronald Reagan, no estatuto de presidente dos E.U.A., referia a União Soviética como «Império do Mal». Sabemos, hoje em dia, que essa atitude mudou, e que isso aconteceu mesmo antes do desmonoramento da União Soviética. Não estranhámos quando um americano dizia admirar Gorbachov, e não estranhámos que agora se refira a um russo como amigo... Querirá isto dizer que o

povo americano era e é unânime nas suas crenças e atitudes face ao povo soviético? Em termos probabilísticos a melhor resposta a esta questão será um «sim»: existe um grande acordo, consenso e coordenação entre todos os americanos. O sentimento de pertença a um todo, o povo americano, e o facto da atitude ser dirigida a um outro todo (grupo dos soviéticos) contribuirão grandemente para este consenso.

A interdependência verificada entre a atitude individual e a atitude partilhada por um grupo de pertença é bastante complexa. Procuraremos, neste artigo, fazer uso da teoria de jogos para a analisar, visto esta abordagem nos simplificar as suas características e aperceber-nos, por exemplo, do porquê de uma frequente congruência entre a atitude do sujeito e a do seu grupo de pertença (para além de qualquer outra explicação por uma abordagem de processamento de informação ou individual do fenómeno). Procuraremos, ainda, analisar o fenómeno de mudança de atitudes quer ao nível individual quer ao nível grupal neste quadro de interdependência. Mas se a teoria dos jogos nos fornece o modo de estruturar a realidade permitindo a sua análise formal, ela não nos fornece os conteúdos e relações específicas a incluir nessa análise. Pelo que, necessitamos de um modo de definir critérios de estruturação das preferências por uma ou outra acção (manter ou mudar uma atitude) relativamente às suas consequên-

(*) Agradeço a Charles McClintock os comentários realizados a uma versão preliminar deste artigo, e a Leonel Garcia-Marques os comentários à versão actual. A Miguel Pina e Cunha agradeço o incentivo e a cuidadosa revisão do texto.

(**) Assistente-Estagiária, ISPA.

cias. Procuraremos esses critérios na perspectiva funcionalista das atitudes, que define ser uma atitude seleccionada de entre um conjunto de possíveis atitudes através de um critério utilitário. Aquela atitude é, para o sujeito e de algum modo, mais vantajosa do que qualquer uma das alternativas.

Na diversa literatura desenvolvida em torno do tema das atitudes e crenças, os dois conceitos encontram-se de algum modo associados. Numa breve referência ao tipo de associações referidas encontramos, por exemplo, os trabalhos de E.E. Jones e H.B. Gerard (1967). Procurando clarificar as relações entre cognição e motivação estes autores abordaram o tema, referenciando o conceito de crença ao estabelecimento de uma relação entre duas categorias cognitivas não antes (nem de um outro modo) relacionadas. O conceito de atitude, nasceria do adicionar de um valor (vertente emocional — gostar ou não gostar de) a essas crenças. Fishbein e Ajzen (1975) assumem igualmente uma forte associação dos dois conceitos: as atitudes são função de crenças, embora apenas as crenças salientes para o indivíduo tenham um impacto causal. Abordagens que assumem uma relação menos estreita entre os dois conceitos referem simplesmente uma consistência entre a crença e a atitude individual. A literatura tem, assim, sido persistente no postular de uma estreita relação entre crenças e atitudes o que levou, numa abordagem funcionalista, à extensão das características funcionais de uma crença a uma atitude e vice-versa (ver por exemplo Abelson & Prentice, 1989). Este artigo inserindo-se na mesma linha de pensamento, não fará qualquer distinção entre atitudes e crenças no que diz respeito à sua funcionalidade individual.

1. AS TEORIAS FUNCIONALISTAS DAS ATITUDES E A TEORIA DA IDENTIDADE SOCIAL

As teorias funcionalistas das atitudes são essencialmente teorias motivacionais, visto assumirem uma classificação das atitudes em concordância com as necessidades psicológicas que estas servem (Shavitt, 1989). Apesar da diversidade de funções, atribuídas na literatura, às atitudes, Abelson e Prentice (1989) referem

haver acordo teórico em pelo menos duas funções globais: a função experiencial ou instrumental e a função simbólica ou expressiva. Cada atitude pode servir simultaneamente uma variedade de funções. Quanto mais funções servir, mais central será a atitude para o sujeito: maior a probabilidade de ser tornada pública e de guiar o seu comportamento.

1.1. *Função experiencial ou instrumental*

Esta função é designada por Katz (1960) por «função utilitária», por Smith, Brunner e White (1956) de «object-appraisal», e por Snyder e DeBono (1989) de «função de conhecimento». Ela traduz-se, essencialmente, pelas atitudes poderem ser vistas como um instrumento de categorização dos objectos, permitindo uma estruturação do meio de forma a tornar acessíveis respostas (a esse meio), que maximizem as recompensas ou ganhos e minimizem as punições ou perdas para o indivíduo.

1.2. *Função simbólica ou expressiva*

As atitudes em relação a objectos diversos são um veículo de expressão da nossa identidade individual e social. A distinção entre identidade individual e social levou Abelson e Prentice (1989) a sugerir uma subdivisão da função simbólica: (i) função de expressão de valores pessoais e (ii) função de ajustamento social. Através das atitudes expressamos os nossos valores mais centrais e o nosso auto-conceito, comunicamos a nossa identidade individual aos outros. A nossa identidade social, por sua vez, parece ser estabelecida através da identificação com diversos grupos de referência, pelo que a definição das nossas atitudes pode ser feita com base no quão bem elas nos ajudam a comportar-nos de acordo com os grupos que definem a nossa rede social.

Como compreender esta estreita relação entre as atitudes e/ou crenças de um sujeito e o seu grupo de pertença? As atitudes e crenças podem ser vistas como variando num contínuo, pelo que, numa perspectiva Tajfeliana (Tajfel, 1981), como servindo de base para a definição da própria existência desses grupos: (1) adoptando uma atitude, um indivíduo pode ser categorizado como pertencendo a um determinado grupo;

(2) pertencendo a um determinado grupo que contribui para uma identidade social positiva do indivíduo, este pode ser motivado, por isso, a ter certas atitudes e crenças com vista não só a uma aprovação social mas também a uma preservação da pertença grupal. A função de identidade social, referida pela abordagem funcionalista das atitudes, não diferencia estas duas situações bem distintas. Para melhor compreendermos esta distinção, vejamos um exemplo: A atitude política é usualmente dicotomizada em esquerda e direita. O adoptar de uma atitude política define automaticamente, como o postulado em (1) o nosso grupo de referência. Note-se, no entanto, que estas duas categorias (grupos de esquerda e grupos de direita) se definem em dimensões contínuas distintas, e não em pólos opostos da mesma dimensão. Os «de esquerda» colocam-se em defesa dos mais desfavorecidos argumentando a intervenção do Estado como necessária ao estabelecimento de igualdades (uma posição «contra» o estabelecimento de um sistema de economia privada). Os «de direita» defendem a iniciativa privada argumentando-a em defesa do mérito e liberdade individual. Ambos estes contínuos (defesa dos desfavorecidos e defesa de mérito e liberdade individual) têm valor ou relevância emocional para os sujeitos (contribuindo para a acentuação de diferença entre posições — Tajfel, 1981). A cada dimensão é justaposta a categorização esquerda e direita assumindo-se que as mudanças numa dimensão estão intrinsecamente relacionadas com mudanças noutra dimensão (a [fv] [clv] série referida por Tajfel 1981). Numa palavra Tajfeliana temos que duas categorias distintas são percebidas pelas posições «a favor» (direita) e «contra» (esquerda) um sistema de economia privada (Clv) às quais se associa um valor emocional. Paralelamente definem-se dois contínuos: as atitudes face aos mais desfavorecidos (fv) e face ao valor e mérito pessoais (fv). As variações nas duas categorias, esquerda e direita, são vistas como concomitantes com variações nos extremos destes dois contínuos. Assim, uma atitude favorável, por exemplo, à privatização dos serviços de saúde ser percebida, por uns, como sinónimo de uma atitude contra os mais desfavorecidos e a atitude contra essa privatização ser percebida, por outros, como uma coação à liberdade (na medida em que todos são obri-

gados a pagar impostos referentes à saúde, mesmo que não utilizem os seus serviços), como uma atitude desfavorável à iniciativa e mérito pessoais. Esta análise torna possível a segunda situação hipotética acima considerada (2). Assim, imagine-se alguém cuja forte crença no «mérito pessoal» é central para a sua auto-imagem e identidade pessoal. As expectativas sociais relativamente a este indivíduo são de uma atitude favorável ao sistema de privatizações. Assim, com vista a obter aprovação social dos seus grupos de referência e a manter a sua pertença grupal é provável que este sujeito hipotético «adopte» uma posição de direita. Neste caso não será a atitude que guiará a pertença ao grupo, mas sim, a pertença a um grupo que definirá a atitude do sujeito.

A teoria da Identidade Social de Tajfel (1981) é para além de uma teoria cognitiva, uma teoria motivacional da categorização social: a pertença a um grupo tem um valor funcional para os seus membros por lhes permitir comparações favoráveis com outros grupos. Daí a motivação para a criação de diferenças que favoreçam o grupo de pertença. Estas diferenças podem ser feitas na base das diferentes dimensões de categorização, e, como verificamos pelos exemplos previamente fornecidos, as atitudes e crenças podem servir esse propósito. A dimensão utilizada por um grupo para servir de base à diferenciação será a que, de algum modo, o coloque em situação favorável. No exemplo fornecido em relação à posição política, é de se esperar que cada grupo utilize a dimensão cuja categorização lhe dá acesso a uma identidade social mais positiva (Mummendey & Scheiber, 1984). Isto é, a criação mútua de diferenças intergrupo é feita de modo a favorecer o grupo de pertença. Deste modo o grupo «de direita» pode argumentar que um indivíduo «de esquerda» se opõe ao livre arbítrio e que não valoriza o mérito individual, enquanto este segundo referirá ser o primeiro um opositor a uma sociedade que tenha em consideração os pobres e mais desfavorecidos. Cada grupo nunca aceitará a categorização que lhe é imposta pelo outro.

1.3. *Custos e Ganhos de Ter uma Atitude ou Crença*

R. Abelson e D. Prentice (1989), numa pers-

pectiva funcionalista, definem atitudes e crenças como «objectos de posse». O argumento básico para esta analogia é o de que as pessoas tendem a comportar-se face às atitudes e crenças como em relação aos seus bens. A análise que oferecem não se enquadra na de uma economia de mercado com um sistema de procura e oferta (visto serem as atitudes e crenças um bem «free for taking»), mas sim a uma economia de rendimentos pessoais com ganhos e perdas para o próprio indivíduo. Os autores defendem que, uma qualquer transação (física ou mental) envolve o nosso «eu próprio» (*self*). Expressamos a nossa identidade, com ganhos e perdas, através das transações que realizamos. A necessidade de manutenção da identidade social é vista como o mecanismo produtor desses custos e ganhos. O que, nos termos da «Prospect Theory» de Kahneman e Tversky (1979), levaria a referir o estado actual da nossa identidade como o ponto de referência neutral em relação ao qual os resultados de qualquer «transação» seriam avaliados. Uma mudança de identidade afectaria a interpretação do resultado como positivo (ganho) ou negativo (perda). Segundo a teoria de Tversky e Kahneman (1979) os sujeitos numa situação de ganho são aversivos ao risco («mais vale um pássaro na mão do que dois a voar») enquanto a estratégia a seguir numa situação de perda é a de arriscar («perdido por cem perdido por mil»). Visto ser de aceitação global o facto da auto-percepção ter valência positiva (com excepção de casos depressivos ou de outros tipos de patologia mental) e sabendo que, numa situação de ganho, o sujeito é aversivo ao risco, é de esperar que ele adopte uma estratégia de manutenção da sua identidade social (positiva).

Os custos e ganhos associados a atitudes e crenças estão directamente relacionados com as suas funções. Existem custos e ganhos associados tanto à expressão como à mudança de uma atitude ou crença. E qualquer situação de perda de um ganho pode ser concebida como um custo tal como é um ganho a redução ou prevenção de um custo.

1.3.1. Examinando os custos

Abelson e Prentice (1989) analisam os custos de expressão e mudança de uma atitude ou crença, independentemente das suas funções.

Os custos associados com a expressão de uma atitude particular são referenciados aos danos em termos de aceitação social que esta pode causar. Uma crença é potencialmente danificadora nos extremos de duas dimensões: se for totalmente inaceitável pela sociedade (pode promover sentimentos de vergonha e mal estar no sujeito) e se for radical (visto poder suscitar atribuições de ingenuidade, extremismo, irrealismo ou outro tipo de traços negativos).

A mudança de uma atitude ou crença envolve dois actos, sendo cada um fonte de distintos conjuntos de custos. Isto é, o processo de mudança envolve o abandono da crença ou atitude anterior e a adopção de uma nova crença ou atitude. O abandono implica a «perda» de algo que (até ao momento) definiu a identidade do indivíduo, pelo que existe um sentimento de «perda de identidade» geradora de ansiedade. Um custo adicional advém da própria acção do desfazer, que está correlacionada com o total de esforço previamente dispendido na manutenção e preservação da atitude ou crença. A perda de uma atitude tem igualmente um «shank cost» (Abelson e Prentice, 1989), i.e., o custo que advém ou da perda de todas as crenças associadas àquela, ou da penosa inconsistência resultante de manter essas crenças (que necessita de ser «resolvida»). A adopção de uma nova crença ou atitude associa-se a um «custo de oportunidade» (Abelson e Prentice, 1989), custo esse que advém da antecipação de arrependimento e de se ter escolhido aquela de entre um conjunto de crenças ou atitudes alternativas.

1.3.2. Examinando os ganhos

Os ganhos de uma crença e atitude são analisados por Abelson e Prentice (1989) em termos das suas funções instrumental e simbólica.

1. *Função Instrumental e ganhos* — A adopção ou mudança de uma atitude podem ser avaliadas em termos das consequências directas para o sujeito. «Exactamente como um bem utilitário uma crença utilitária é aquela que garante um bem estar quando da sua aplicação» (p.363). Mas a expectativa associada à sua utilidade é o resultado de um julgamento sob incerteza com base numa distribuição de probabilidade *a priori* dos ganhos (modelizando um procedimento

Bayesiano) inferida da experiência anterior.

2. *Função simbólica e ganhos* — Os ganhos da adopção de uma crença, do ponto de vista da identificação social, têm valor máximo quando: essa crença é uma característica estável e relevante do grupo com o qual o sujeito se identifica e a pertença grupal tem um grande peso na identidade social do sujeito. Os ganhos em termos de «self-expression» (expressão dos valores pessoais) têm um valor determinado por três propriedades: (1) emocional; (2) centralidade da crença, e (3) a probabilidade de valorização do *self*. Os ganhos máximos de uma atitude ou crença nesta dimensão, relacionam-se, assim, com a sua capacidade de evocar sentimentos fortes (não necessariamente positivos), com o facto de serem centrais para o indivíduo (são crenças profundas e fundamentais), e com o quanto transmitem uma imagem positiva do *self* aos outros (associação a traços positivos como, rectidão, elegância etc.).

2. A TEORIA DOS JOGOS E A ABORDAGEM FUNCIONALISTA DAS ATITUDES E CRENÇAS: UM EXEMPLO

A Teoria dos Jogos tem sido referenciada em Psicologia Social desde a publicação de Luce e Raiffa (1957) «*Games and Decisions*». A sua utilidade encontra-se no possibilitar a modelação da realidade social como uma «estrutura formal simplificada passível de uma análise puramente lógica» (Colman, 1982). Este enquadramento tem sido produtivo, pois, não só permite uma melhor compreensão da realidade social modelizada, como promove o levantamento de novas questões, fornecendo, uma metodologia para as abordar.

Mas, que tipo de fenómenos da realidade social são passíveis de um enquadramento em termos da Teoria de Jogos? Um jogo é uma situação de tomada de decisão interdependente, onde é claro o conjunto de possíveis decisões de cada entidade, e as consequências contingenciais a elas associadas. Nenhuma situação social tem uma adaptação perfeita a tal definição de «Jogo»: nem sempre nos damos conta de todas as contingências ambientais nem avaliamos correctamente as consequências dos nossos com-

portamentos e dos comportamentos dos outros. No entanto, com essa ressalva, a Teoria de Jogos pode ser aplicada a qualquer situação social onde as consequências resultantes das decisões de entidades autónomas são dependentes umas das outras — situações de controlo parcial sobre as consequências (Colman, 1982). A maioria dos comportamentos (manifestos ou não) tem consequências que podem ser definidas como ganhos e perdas. Sendo essas definições subjectivas, os teóricos propuseram o conceito de *utilidade* ao valor atribuído a uma consequência/resultado por uma entidade (Colman, 1982). A «utilidade subjectiva» definida pela teoria de jogos na análise social, suscitou críticas por parte daqueles que não vêem a realidade social como um contexto universal estável, passível de uma análise formal. Note-se, no entanto, que o subjectivismo não invalida, de modo algum, a teoria dos jogos. Desde que o sujeito seja capaz de ordenar as suas preferências relativamente a conjunto possível de resultados/consequências, toda a estrutura criada é seguidamente sujeita a uma análise formal, como se de uma estrutura sem quaisquer raízes subjectivas, se tratasse.

Em termos psicológicos o resultado/consequência (em termos de ganho ou perda) do comportamento de uma entidade, depende do contexto onde é realizado, isto é, depende dos factores situacionais que definem esse contexto. Situações de interdependência envolvem contextos não definidos *a priori* (os factores situacionais que definem as consequências de um comportamento específico não estão pré-definidos) pelo que devem ser definidos em todos os seus resultados possíveis (estruturados pelas opções comportamentais disponíveis a cada entidade/jogador). Cada entidade define as contingências situacionais do comportamento da outra e, logo, as suas consequências. Numa situação de interacção o efeito que as pessoas têm umas sobre as outras, em termos das consequências efectivas dessa interacção, definem a interdependência (Kelley, 1979). Mas essa interacção nem sempre é óbvia, pelo que é inferida a sua existência quando se detecta uma interdependência. Vejamos, por exemplo, o simples caminhar numa rua. O caminhante não parece, à primeira vista, estar numa situação de interacção, no entanto a realidade é que ele se encontra depen-

FIGURA 1

Matriz de custos e ganhos (utilidades, definidas de acordo com a abordagem funcionalista de Abelson & Prentice, 1989) associados à decisão de mudança ou manutenção de uma atitude ou crença, na interdependência indivíduo e grupo

		Entidade Individual	
		Manutenção	Mudança
Entidade Grupal	Manutenção	4 / 4	3 / 1
	Mudança	1 / 2	2 / 3

dente de um grande número de pessoas. Se se encontra a caminhar isoladamente isso acontece porque ninguém naquele preciso momento «realiza» a mesma «jogada» — ninguém se passeia na mesma rua. Se pelo contrário um ou mais sujeitos decidirem fazer o mesmo passeio no mesmo momento, é natural que o nosso caminhante tenha de ajustar o seu comportamento à nova situação. O comportamento do novo caminhante implica que o primeiro não realize um passeio solitário, mas é causa de o segundo não se poder passear isoladamente. A definição de interdependência como *estruturação mútua do contexto onde o outro desempenha o seu comportamento*, permite-nos detectar situações de interdependência onde não se vislumbra uma interacção directa. Examinemos um indivíduo que tem a possibilidade de manter ou mudar uma das suas atitudes ou crenças. As consequências associadas à mudança de atitude diferenciar-se-ão quer a situação seja uma onde todos os membros do seu grupo de pertença estejam a mudar ou seja uma onde todos os membros estejam a manter as suas atitudes. Visto ser o comportamento do grupo que define este contexto, podemos dizer que o resultado da entidade individual está dependente da decisão grupal (ou mais precisamente da percepção de decisão grupal). Mas, sendo o indivíduo um membro desse mesmo grupo, a sua decisão afecta, de certo modo, a decisão do grupo visto este poder perder ou não um (ou mais) dos seus membros, (dependendo tal das decisões individuais). Grupo e membros são, sem dúvida, mu-

tuamente dependentes, i.e., são interdependentes.

A definição de Abelson e Prentice (1989) dos custos e ganhos de uma atitude ou crença, ajuda-nos na concepção de uma matriz de ganhos e perdas (utilitárias) associada ao processo de tomada de decisão de mudar ou não uma atitude. Qualquer outro tipo de definição de custos e ganhos, (quer mais pessoal, quer relativa a um contexto específico) poder associar-se a um outro tipo de matriz uma outra análise formal — susceptível de uma interpretação diferente da aqui apresentada. Esta matriz representa a interdependência do indivíduo/grupo na decisão de mudança ou manutenção de uma atitude (Figura 1).

Sendo a quantificação arbitrária (neste caso consideramos unidades de utilidades resultantes de uma ponderação entre custos e ganhos, entre 1 e 4), a sua ordenação não o é, pelo que passamos à análise dos critérios que presidiram às atribuições das perdas e ganhos associados a cada acção-contigente. A decisão de manutenção não envolve qualquer custo que advenha de uma mudança. Pelo que, se tanto o indivíduo como o grupo decidirem manter as suas atitudes, para o segundo não existem custos adicionais de perda de um membro (o que é um «ganho») e para o primeiro existirá um benefício em termos de manutenção da identidade social (situação de «máxima» utilidade: 4 pontos). Quando se consideram as perdas, uma questão se coloca: o que resulta numa perda maior para o indivíduo, o custo de mudança (uma mudança na identidade individual) ou o custo de perda

da sua afiliação grupal (uma mudança na identidade social)? Argumentaremos a favor da associação do custo mais elevado à perda de identidade social. Assim vejamos, qualquer das mudanças de identidade é promotora de ansiedade e acarreta custos associados ao acto de «desfazer o que tanto custou a fazer», (Abelson & Prentice, 1989): a perda de todo o investimento feito no ter aquela atitude. A mudança de similaridade entre o *self* e os outros membros do grupo acarreta um custo adicional correspondente à perda de todo o investimento pessoal nessa pertença, mais o custo de se opôr à influência normativa. Podemos ainda argumentar ser o «shank cost» (Abelson & Prentice, 1989) maior no que diz respeito à pertença grupal: o conjunto de crenças que são «perdidas» com a mudança daquela crença, é provavelmente menor que o conjunto de características relacionadas com a afiliação grupal, que podem ser perdidas quando o indivíduo se distancia das crenças partilhadas pelo grupo. Pelo que, para o indivíduo, a perda de concordância com os membros do grupo envolver custos mais elevados (resultando numa atribuição de 2 pontos) do que os que emergem da própria mudança de atitudes e crenças (que terá uma utilidade de 3 pontos). A pior situação será aquela onde o sujeito não só se envolve numa mudança atitudinal como, por isso, se desvincula da afiliação grupal (daí a atribuição de 1 ponto).

Em relação à entidade grupal: O que se associa a custos mais elevados, a mudança ou perda de um dos seus membros? Podemos argumentar que tudo depende do número de elementos do grupo (ou qualquer outro aspecto que afecte a saliência do membro em questão), mas, visto estarmos a falar de um grupo cuja pertença é relevante para a identificação social do indivíduo, pressupomos um número significativo de elementos e assim uma existência grupal relativamente independente de qualquer um dos seus membros. Assim sendo, a perda de um dos seus membros é uma situação que envolve menos esforços/custos (quantificada em 3 pontos) do que o envolvimento num processo de mudança, onde o esforço seria multiplicado (devido a um grande número de sujeitos) e ao qual se adicionaria um esforço de coordenação interindividual em todo o processo (que terá, assim, uma atribuição de 2 pontos). A estes custos ainda se

associam os custos de possíveis perdas de alguns dos seus membros, que não mudariam as suas posições. Poder-se-ia argumentar que sendo esta perda meramente probabilística deveria estar associada a um custo bem menor do que o custo associado à certeza de perda de um membro (se a opção fosse a de não mudança grupal). No entanto, o facto desta perda poder envolver um maior número de sujeitos equipara, em certa medida, estes custos.

Desta análise resulta um «jogo» cuja estratégia dominante é a «estratégia pura» de manutenção de atitudes e crenças. É assim de esperar que qualquer indivíduo «aposte» em manter a sua atitude ou crença quando desconhece a «jogada» grupal. É ainda de esperar que o grupo, se se comportar como uma entidade racional, siga a mesma estratégia. Como neste jogo os interesses de ambos as entidades coincidem, trata-se de um jogo de cooperação/coordenação (Colman, 1982).

A estrutura subjacente à relação de interdependência aqui considerada, tem uma propriedade adicional às usualmente definidas por um «jogo», permitindo-nos uma análise diferente. Na realidade, a maioria das matrizes definidas pela teoria de jogos pressupõe as entidades confrontadas, como mutuamente exclusivas — quando um indivíduo é jogador A, não é simultaneamente jogador B. Na situação aqui definida, quando analisamos a racionalidade de cada acção consideramos o indivíduo como uma entidade diferente do grupo. Mas, visto que a realidade pode ser enquadrada de diferentes modos, um indivíduo pode ser visto como simultaneamente um membro do grupo, pelo que, se a estratégia racional para o indivíduo é a de *não mudança*, podemos esperar que todos os indivíduos sigam essa estratégia pelo que se definira como estratégia grupal. Compreende-se, assim, a estabilidade das entidades grupais.

Como se pode então explicar qualquer mudança grupal, de atitude ou crença? Se atendermos à matriz definida pela Figura 1, verificamos que numa situação onde existe mudança grupal, a melhor estratégia/«jogada» individual será igualmente a da mudança (uma vantagem maior em termos de ganhos — que caracteriza qualquer jogo de coordenação). Havendo mudança de «todos» os indivíduos há uma efectiva mudança grupal. Assim, apenas quando a pro-

babilidade de mudança grupal é elevada, é que é racional a opção pela mudança individual (a procura é de coordenação). Ora esta situação é paradoxal. Como pode um indivíduo saber da mudança do grupo se a mudança só se verifica após todos (ou pelo menos a grande maioria) terem «conhecimento» (porque mudaram ou tencionam mudar) dela? A solução encontra-se no facto deste «conhecimento» não ser necessariamente o conhecimento de um acontecimento passado. Pode tratar-se do conhecimento acerca de um acontecimento futuro — por alguma razão os indivíduos vêem a mudança grupal como provável. E é na distribuição das probabilidades atribuídas aos acontecimentos de mudança e manutenção, que se encontra o verdadeiro fulcro do problema.

Regra geral considera-se pouco provável a mudança e principalmente a mudança de crenças ou atitudes grupais, pelo que é de esperar que a entidade individual mantenha as suas convicções. No entanto existem situações especiais onde se pode esperar, com elevada probabilidade uma mudança grupal. Paicheler (1977), no campo da influência social, refere-se à evolução do *Zeitgeist*, isto é a «direcção evolutiva das tendências normativas», e V. Allen (1985) interpreta uma inovação como um conformismo antecipatório a uma posição brevemente (em termos temporais) maioritária, dada pelo *Zeitgeist* (espírito do tempo). Pelo que se o *Zeitgeist* não está já implícito nas características dos grupos, podemos argumentar que isso aumentará a probabilidade de uma mudança nas convicções grupais. Assim sendo, a estratégia racional individual é a de mudança. As propriedades estratégicas de um jogo de «informação imperfeita» implicam que cada jogador tente antecipar a jogada do adversário, o que envolve a antecipação do que o outro prevê ser a minha jogada (Colman, 1982). É exactamente isto o que se passa na situação aqui em estudo. O indivíduo antecipa uma «jogada» de mudança por parte de todos os outros, e a sua estratégia é a de coordenação do seu comportamento com o todo (a coordenação fornece um resultado mais favorável para o indivíduo, do que a competição na matriz apresentada na Figura 1). O *Zeitgeist* pode ser considerado aquilo a que Schelling (citado em Colman, 1982), no campo da teoria de jogos, denominou de «ponto focal» — o re-

sultado associado a uma estratégia, que possui a qualidade de maior saliência. Schelling considera que se a comunicação não é possível entre todos os jogadores, a coordenação tácita é muitas vezes possível por existir um «ponto fulcral» como solução óbvia. Nos termos utilizados pela literatura de influência social a coordenação com o todo grupal, é denominada de *conformismo* — e é a esta coordenação antecipada que Allen (1985) chama de «conformismo antecipatório».

Pensemos mais de perto os processos de mudança de crenças e atitudes grupais, tendo em mente o fenómeno de conformismo antecipatório. Pela Figura 1 facilmente se verifica que o problema de mudança grupal é um problema de coordenação entre todos os membros do grupo. Apenas se a mudança grupal se verificar (isto é, se pelo menos a maioria dos seus membros modificar as suas convicções), a mudança será a melhor estratégia para todos os indivíduos (um resultado de 3 pontos contra um de 2 pontos). Qualquer indivíduo isolado («token») será punido (terá um resultado apenas de 1 ponto). Esta punição leva-nos a crer que será difícil para um indivíduo isolado o envolvimento num processo de mudança. Vejamos, por exemplo, o caso de uma empresa (entidade individual) que adoptou uma atitude favorável ao fabrico anti-poluente, apesar de tal decisão estar no momento associada a um menor lucro. A sua «mudança» isolada do grupo empresarial e do mercado seria, de certo, fortemente punida. No entanto, ao anteciparem uma mudança de atitudes em todas as empresas do seu ramo será provável que outras empresas rapidamente se envolvam num processo semelhante. É assim possível que muitos indivíduos isoladamente tenham antecipado uma mudança grupal que nunca se chegou a verificar, vendo-se «punidos» por agir como se a mudança se fosse verificar. No entanto, noutras ocasiões esta antecipação pode ter-se tornado uma verdadeira «profecia auto-realizadora» (*self-fulfilling prophecy*) (Merton, 1970), isto é, é a própria crença das empresas na existência de uma mudança de atitude que resulta numa mudança efectiva.

O processo subjacente a esta profecia auto-realizadora pode ser encontrado no campo da influência social, e mais precisamente no fenómeno da influência minoritária, como já

antes foi referido. Cada «token» pode ser visto como um novo (visto ser um desertor da maioria) membro de uma minoria. Kiesler e Pallak (1975) demonstram-nos que a posição minoritária é mais facilmente aceitável pelos membros da maioria se alguns deles se moverem em direcção à posição minoritária. À medida que o número de indivíduos muda as suas atitudes e crenças, maior influência terá a minoria sobre a maioria (Allen, 1975). E estes novos membros podem ainda ser considerados suportes sociais uns dos outros (Allen, 1975), pelo que esperar-se-á uma maior firmeza nas suas posições. Este facto ajuda-os a manterem-se unidos na sua nova posição, resistindo às pressões normativas da maioria. Tal como estes, outros fenómenos conhecidos como afectando os processos de influência social podem contribuir para a explicação do complexo fenómeno de mudança de atitudes e crenças em grupos (por exemplo: membros altamente competentes — líderes, consistência diacrónica e sincrónica das acções, etc.).

Sintetizando a análise, realizada em todo este artigo, temos que: O processo de mudança de uma atitude ou crença é complexo e multifactorial. Mas todo o processo está dependente de uma mudança inicial de atitude por parte de alguns indivíduos, e de um contexto favorável à proliferação dessa mudança — é aqui que o conceito de conformismo antecipatório nos é extremamente útil. O *Zeitgeist* define o contexto geral onde os membros de um grupo sustentam uma determinada crença e atitude. A actual posição grupal relativamente a um objecto de atitude serve uma função específica para os seus membros (uma função simbólica e instrumental). Desta forma o assumir dessa posição é em si mesmo uma estratégia (jogada num jogo de acaso — indivíduo «contra» a natureza) associada ao melhor resultado. Se o *Zeitgeist* mudar com o passar do tempo, as contingências situacionais onde a estratégia grupal é efectuada mudam, pelo que o seu resultado é «diferente». No nosso exemplo, é fácil ver que hoje em dia as indústrias poluentes vão sofrendo consequências resultantes de uma mudança nas tendências normativas. Podemos, assim dizer que o grupo está, de certa forma, dependente do *Zeitgeist*, por a funcionalidade de uma atitude lhe ser contingente. Os membros do grupo podem perceber que a atitude prévia já não serve efi-

cientemente o grupo, pelo que o *Zeitgeist* pode ser promotor do desenvolvimento de uma expectativa de mudança grupal. Neste caso, como temos vindo a ver, a melhor estratégia para o indivíduo é o de se envolver num processo de mudança de suas crenças e atitudes. Podemos ir até mais longe e afirmar que não só os membros do grupo terão expectativas em relação a uma mudança como a desejarão. Esta convicção e desejo pode transformá-los em persuasores, o que aumenta a probabilidade de uma «self fulfilling prophecy». Mudanças do *Zeitgeist* podem igualmente favorecer o impacto dos membros minoritários do grupo (os pioneiros nas suas mudanças de atitudes e crenças) sobre os restantes membros (Paicheler, 1977).

Voltemos, agora, ao exemplo com o qual iniciamos este artigo. Por que razão, a atitude dos americanos em relação aos russos mudou tão rapidamente? Porque cada americano isoladamente percebeu Gorbachov como sendo diferente dos anteriores dirigentes russos, não se incomodando com o facto de se estar a opôr à maioria dos seus compatriotas que continuavam a considerar o presidente da U.R.S.S. como o «diabo em pessoa»? É difícil acreditar em tal! Mais plausível parece ser o facto da maioria (ou pelo menos um número significativo de americanos) ter percebido uma mudança no *Zeitgeist* que tornava a sua atitude despropositada. Assim, alguns perceberam uma necessidade dos Estados Unidos da América e dos americanos modificarem as suas opiniões, atitudes e crenças face ao país do leste. Foi esta percepção/antevisão de mudança grupal que efectivou a verdadeira mudança. Conformaram-se antecipadamente e agiram como persuasores para que os restantes membros do seu grupo seguissem os seus passos. Uma mudança maioritária colocou os restantes membros numa situação de mudança provocada por conformismo, já não antecipatório mas sim, actual (visto já terem informação concreta sobre uma mudança grupal). A estabilidade da nova atitude dependerá da estabilidade do *Zeitgeist*. Por agora, é um facto a mudança coerente com o *Zeitgeist*.

3. CONCLUSÃO

Uma análise da interdependência indivíduo-

-grupo através da teoria de jogos permite-nos perceber não só por que são os grupos entidades tão estáveis, mas também porque razões e em que situações se podem verificar mudanças grupais de atitudes e crenças.

Aqui apenas se analisou a estrutura de interdependência indivíduo/grupo em relação à manutenção ou mudança de atitude. Um grande número de outras situações de interdependência pode ser sujeito ao mesmo tipo de análise. Um exemplo dessas situações são as situações de conflito de interesses entre indivíduo e grupo, que podem resultar num conflito entre o *self* e a identidade social. Mas para além da análise formal de um problema teórico (caso deste artigo), podemos pensar na análise concreta de um problema prático (aqui só apresentado com fins ilustrativos). Fenómenos como o «movimento yuppie», quer a nível social quer a nível empresarial, o relevo e a importância dada aos sindicatos, às medidas pró-recursos humanos, pró-ambientalistas etc., podem também ser compreendidos à luz desta metodologia de análise formal.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abelson, R.P. & Prentice, D.A. (1989). Beliefs as Possessions: A Functional Perspective. In *Attitudes Structure and Function* (A.R. Pratkanis, S.J. Breckeler, & A.G. Greenwald, Eds.). N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Allen, V.L. (1975). Social Support for Nonconformity. *Advances in Experimental Social Psychology*, 9: 1-43.
- Allen, V.L. (1985). Infra-Group, Intra-Group and Inter-Group: Construing Levels of Organization in Social Influence. In *Perspectives on Minority Influence* (Moscovici, G. Mugny, & Van Avermaet, Eds.). London: Cambridge University Press.
- Carnevale, P. & Keenan, P. (1989). *Decision Frame and Social Goals in Integrative Bargaining: The Likelihood of Agreement Versus the Quality*. Unpublished paper.
- Colman, A. (1982). Game Theory and Experimental Games. *The Study of Strategic Interaction*. N.Y.: Permagon.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). Beliefs, Attitude, Intentions and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, M.A.: Addison-Wesley.
- Jones, E.E. & Gerard, H.B. (1967). *Foundations of Social Psychology*. N.Y.: Wiley and Sons.
- Katz, D. (1960). The fundamental approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24: 163-204.
- Kahneman, D. & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An analysis of decisions under risk. *Econometrica*, 47: 263-291.
- Kelley, H.H. (1979). *Personal Relationships: Their structure and Process*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Kiesler, C.A. & Pallak, M.S. (1975). Minority Influence: The Effect of Majority Reactionaires and Defectors, and Minority and Majority Compromisers upon Majority Opinion and Attraction. *European Journal of Social Psychology*, 9: 15-20.
- Luce, R.D. & Raiffa, H. (1957). *Games and Decisions*. New York: John Wiley & Sons.
- Merton, R.K. (1968). *Social Theory & Social Structure*. N.Y.: Free Press.
- Mummendey, A. & Scheiber, H.-J. (1984). «Different» just means «better»: Some obvious and some hidden pathways to in-group favouritism. *British Journal of Social Psychology*, 23: 363-368.
- Paicheler, G. (1977). Norms and Attitudes Change II: The phenomenon of bipolarization. *European Journal of Social Psychology*, 7: 5-14.
- Shavitt, S. (1989). Operationalizing Functional Theories of Attitude. In *Attitudes Structure and Function* (A.R. Pratkanis, S.J. Breckeler, & A.G. Greenwald, Eds.). N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Smith, M.B., Bruner, J.S. & White, R.W. (1956). *Opinions and personality*. New York: John Wiley & Sons.
- Snyder, M. & DeBono, K.G. (1989). Understanding the Functions of Attitudes: Lessons from personality and Social Behavior. In *Attitudes Structure and Function* (A.R. Pratkanis, S.J. Breckeler & A.G. Greenwald, Eds.). N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Tajfel, H. (1981). *Human Groups and Social Categorization*. London: Cambridge University Press.
- Van Avermaet, E. (1988). Social Influence in Small Groups. In *Introduction to Social Psychology* (M. Hewstone, W. Stroebe, Jean-Paul Codol & G. Stephenson, Eds.). N.Y.: Basil Blackwell.
- Wyer, R. (1974). *Cognitive Organization and Change*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum.

RESUMO

A relação de interdependência entre as atitudes de um indivíduo e as do seu grupo de pertença, é, neste artigo, formalizada e simplificada pelo uso de uma abordagem da teoria de jogos. A concepção das utili-

dades associadas à tomada de decisão de mudança ou manutenção de uma atitude ou crença, por parte de um indivíduo, tem por base a perspectiva funcionalista de Abelson e Prentice (1989). Segundo estes autores atitudes e crenças são funcionalmente equivalentes a qualquer outro tipo de bem ou investimento, tendo inerentes ganhos e perdas, tanto ao nível da identidade pessoal como ao nível da identidade social de um indivíduo. A análise proposta neste artigo, apesar de conceber o grupo como uma entidade estável, permite um novo enquadramento para a compreensão do processo pelo qual se verificam mudanças grupais.

ABSTRACT

The interdependence of one's attitude or belief and that of one's own group is conceived in a game theoretical framework. This framework allows both its simplification and its pure logical analysis. Abelson and Prentice (1989) functional approach to attitudes and beliefs provided us with a criterion for ordering the decision utilities related to changing or maintaining an attitude or a belief. *The authors treat beliefs and attitudes as possessions with costs and benefits for social and self identities.* These analyses allowed us to understand not only why are groups such stable entities, but also the processes by which group change can be brought about. The concept of «anticipatory conformism» (V. Allen, 1985) is used to describe the group change process.

Instituto Superior de Psicologia Aplicada

em cooperação com

CENTRE DE RECHERCHES ET D'ETUDES FREUDIENNES

(UNIVERSIDADE DE PARIS X)



MESTRADO

EM

PSICOPATOLOGIA E PSICOLOGIA CLÍNICA

1992 – 1993

1993 – 1994

Informações: Gabinete de Mestrados e Estudos Pós-Graduados

Rua Jardim do Tabaco, 44 1100 Lisboa

Tel: 86 31 84/5/6 Fax: 86 09 54