

Qualquer um que conduza uma discussão apelando para a autoridade não está usando sua inteligência; está usando apenas sua memória.

Leonardo da Vinci

Um dos fenômenos que mais comumente ocorrem no relacionamento interpessoal é o fenômeno de influência social. Constantemente estamos tentando influenciar outras pessoas e sendo por elas influenciados. Nossas atitudes, como vimos na seção anterior, derivam muitas vezes de influências de outros significantes e são às vezes mudadas devido à persuasão de que somos alvo. A enorme soma de dinheiro gasta em propaganda demonstra a confiança na possibilidade de as pessoas serem influenciadas. E, de fato, influenciamos e somos influenciados com frequência. Às vezes influenciamos com a intenção de fazê-lo e, outras vezes, servimos de referência positiva (ou negativa) para outras pessoas e as influenciamos sem saber. Zajonc (1968) define a Psicologia Social como sendo “o estudo da dependência e a interdependência entre as pessoas”. Em outras palavras, a Psicologia Social estuda a influência recíproca entre as pessoas. Trata-se, pois, de um dos mais importantes tópicos abordados neste Manual.

Quando falamos em influência social estamos nos referindo ao fato de uma pessoa induzir outra a um determinado comportamento. Isso não é a mesma coisa que mudança de atitude, de vez que uma mudança de atitude implica numa mudança interna e não apenas comportamental.

Veremos a seguir os estudos clássicos relativos à influência social conduzidos por Sherif (1935), Asch (1946) e Milgram (1965). Em seguida, serão apresentadas várias técnicas comumente utilizadas para influenciar as pessoas. Finalmente, diferentes tipos de influência derivados da utilização de diferentes bases de poder social serão apresentados e analisados sob uma perspectiva atribucional, em coerência com os avanços contemporâneos relativos à cognição social.

A unanimidade comporta uma parcela de entusiasmo, uma de conveniência e uma de desinformação.

Carlos Drummond de Andrade

Sherif (1935) conduziu uma série de experimentos referentes ao fenômeno de suscetibilidade à influência de outros. Tais experimentos utilizaram um arranjo experimental básico que consistia em solicitar aos participantes que estimassem a distância percorrida por um ponto de luz que "se movia" num ambiente totalmente às escuras. Na realidade, o ponto luminoso era estacionário; porém, devido a uma ilusão conhecida pelo nome do efeito autocinético, ao contemplarmos um ponto luminoso num ambiente destituído de pontos de referência tal como uma sala totalmente às escuras, temos a ilusão de que o ponto luminoso se move em várias direções. O fenômeno ocorre invariavelmente com todas as pessoas, porém as estimativas da distância percorrida pelo foco luminoso varia de pessoa a pessoa. Em um de seus experimentos, Sherif obteve as estimativas dos participantes colocados a sós na sala escura e, em seguida, colocou-os na companhia de um aliado do experimentador cuja função era fazer estimativas bastante diversas das apresentadas pelo participante "naïve". Assim, se o sujeito dizia que, em sua opinião, o ponto luminoso se havia movimentado cerca de 20 centímetros, o aliado do Experimentador dizia que, para ele, o ponto se havia locomovido por uma distância de um metro, por exemplo. À medida que a situação era repetida, verificou Sherif uma tendência nítida à aproximação dos julgamentos feitos pelos participantes no sentido de torná-los mais semelhantes aos emitidos pelo aliado do experimentador. O mesmo fenômeno também ocorria quando dois sujeitos eram colocados a sós e, em seguida, em conjunto, solicitados a realizar esta mesma tarefa. Quando os julgamentos eram feitos na presença de outros, notava-se uma convergência das avaliações no sentido de atingirem uma norma aceita por ambos, que era então adotada nos julgamentos posteriores.

Os resultados destes experimentos podem parecer indicadores de um conformismo não adaptativo, cego e injustificável. Levando-se em conta, todavia, que o fenômeno autocinético é um fenômeno caracterizado pela ambigüidade da percepção, esta interpretação de tal conformismo não parece totalmente justificada. Afinal de contas, diante de estímulos ambíguos, não deixa de ser prudente confiar, até certo ponto, no depoimento de outras pessoas. Ou mesmo no comportamento: imagine-se o leitor num aeroporto de um país asiático e necessitando ir ao banheiro. Mas por uma distração dos administradores locais, as portas dos banheiros – masculino e feminino – não contém as tradicionais indicações

simbólicas do sexo a que se destinam (bolsa e luva, cartola, figura masculina ou feminina, etc.); ao invés disto, há apenas inscrições na língua nativa, que você desconhece por completo. Qual a conduta a ser adotada? A resposta é simples: basta esperar que um homem (ou uma mulher) ingresse por uma das portas e que de lá saia, momentos depois, sem maiores alterações...

De outro lado, no entanto, quando o estímulo não é ambíguo, o conformismo pode indicar um comportamento inadequado. Asch (1946) testou o comportamento dos indivíduos diante de estímulos bem estruturados e nítidos, eliminando deste modo o fator ambigüidade do experimento anterior de Sherif. Asch colocou os participantes na seguinte situação: o sujeito "naïve" era propositalmente colocado numa posição tal que, antes de ser solicitado a emitir seu julgamento, vários aliados do Experimentador já haviam emitido os seus. O julgamento a ser enunciado consistia em dizer qual entre três linhas de comprimento variado era do mesmo comprimento de uma linha-padrão colocada ao lado destas três, tal como na Fig. 5.1.

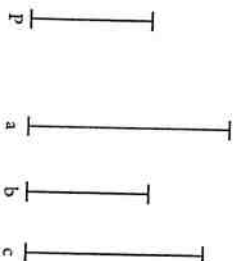


Fig. 5.1. Exemplo de um estímulo no experimento de Asch

Os aliados eram instruídos de forma a apontar uma linha nitidamente errada como sendo aquela que, em sua opinião, era do mesmo tamanho da linha colocada à esquerda como padrão. No exemplo da Fig. 5.1, eles dariam unanimemente que a linha que corresponde em comprimento à linha-padrão era, por exemplo, a linha c. Isto ocorreria em 75% dos julgamentos solicitados. Para surpresa do experimentador, cerca de 33% das respostas dadas pelos participantes eram no sentido de concordar com a maioria unânime, apesar do erro claríssimo que ela estava cometendo! Verificou Asch que o efeito de pressão do grupo desaparecia quando a unanimidade era quebrada, ainda que por apenas uma pessoa.

Através de entrevista posterior ao experimento, Asch verificou que os participantes que se conformavam com o julgamento errado da maioria faziam-no por três razões:

a) distorção da ação: percebiam que a maioria estava em erro, porém não tinham coragem de a ela se opor e, conseqüentemente, emitiam um julgamento semelhante;

b) distorção do julgamento: pensavam que havia algo de errado com sua visão ou consigo mesmos e por isso seguiam a opinião unânime;

c) distorção da percepção: realmente percebiam a linha errada como sendo a que correspondia em comprimento à linha-padrão. Apenas uma pequena minoria apresentou distorção da percepção.

Os resultados do experimento de Asch têm sido refeitos em diferentes épocas e locais e o fenômeno de conformismo se repete mais ou menos na mesma proporção verificada no experimento original. Whittaker e Mead (1967) replicaram os achados de Asch com sujeitos americanos, brasileiros, libaneses, rodesianos e chineses. Trata-se de um conformismo realmente surpreendente, tal a clareza da situação estimuladora. O experimento revela nitidamente a forte pressão exercida pelo grupo e demonstra quão suscetíveis nós somos à posição unânime de pessoas semelhantes a nós. Crutchfield (1955) repetiu o experimento de Asch utilizando um sistema eletrônico de forma a permitir que vários indivíduos fossem sujeitos da experiência simultaneamente, sem a necessidade de aliados do experimenter. Cada participante era colocado numa cabine diante de um painel que indicava as respostas dadas pelos demais participantes do experimento. O circuito era programado de tal forma que todos tinham diante de si a indicação de que todos os demais haviam feito um julgamento igual, julgamento este contrário à evidência dos sentidos. Os resultados encontrados confirmaram os obtidos por Asch.

Estudos posteriores, sempre corroborando os achados iniciais de Asch, vêm ajudando a dirimir certas dúvidas e aprofundar os conhecimentos existentes sobre a conformidade. O tamanho do grupo, por exemplo, tem sido alvo de especulações adicionais. Para Asch (1946) a conformidade aumentava sensivelmente a partir do momento em que os opositores chegavam ao número de três, sendo mínima, a partir daí, a influência dos demais, o que foi confirmado por Rosenberg (1961). Gerard e colaboradores (1968), no entanto, encontraram um aumento linear, isto é, quanto maior o grupo, maior a pressão e maior o conformismo. Para Latané (1981), estas discrepâncias se devem ao fato de não terem sido levados em consideração dados importantes no processo, além do número de pessoas: questões qualitativas ligadas à força da fonte (visibilidade, status, credibilidade e poder das pessoas que estão influenciando) e à sua proximidade (estarem perto ou não da pessoa-alvo).

Tanford e Penrod (1984) mostraram igualmente em seus estudos que, entre outros fatores, o tipo de tarefa e as diferenças individuais também contribuem para a resistência (ou não) à pressão grupal.

Um dado importante diz respeito às diferenças culturais com relação à conformidade. No Japão, por exemplo, estar de acordo com os outros constitui um sinal de tolerância, autocontrole e de maturidade (Markus & Kitayama, 1994), diferentemente do que acontece aqui, onde a própria palavra conformismo tem uma conotação pejorativa, associada à fraqueza, ausência de independência, de honestidade e de firmeza de convicções. Outras culturas, como a africana banto no Zimbábue (Whittaker & Meade, 1967), também tendem a valorizar a conformidade. Curiosamente estes autores estiveram no Brasil, onde reportaram um programa de réplicas aos experimentos de Asch – um índice de 34% de conformidade, similar ao encontrado no Líbano e em Hong-Kong. E Milgram (1961) encontrou, ainda tendo como referência os estudos de Asch, diferenças significativas entre franceses e noruegueses, com estes últimos, muito mais sensíveis à ação pró-conformidade.

E, dentro de uma mesma cultura, valores podem vir a ser avaliados de forma distinta ao longo do tempo. Há indícios, através de réplicas do experimento de Asch conduzidas quase trinta anos após os estudos originais, de um decréscimo – nos Estados Unidos e na Inglaterra – dos níveis de concordância sob pressão social (Nicholson, Cole & Rocklin, 1985). Da mesma forma, uma comparação entre os valores prestigiados pelos pais na educação de seus filhos nos anos 20 e nos anos 80 nos Estados Unidos mostrou uma queda acentuada da obediência, da conformidade, do patriotismo e do respeito pelos valores familiares e religiosos. Em contrapartida, os pais acentuaram, na educação de seus filhos, a importância da autonomia, da iniciativa, da assunção de responsabilidades e da tolerância e respeito pelas diferenças (D. Alwin, em Renley, 1988). Da mesma forma, pesquisas de levantamento realizadas anualmente de 1951 a 1983 na antiga Alemanha Ocidental identificaram um aumento do estímulo parental à auto-suficiência e uma diminuição da ênfase na obediência. Estudos levados a cabo na Itália no mesmo período mostraram tendências similares (Renley, 1988). Nota-se assim uma lenta porém firme mudança na hierarquia de valores na cultura ocidental com relação aos temas supracitados.

Talvez a série de experimentos de resultados mais impressionantes nesta linha de comportamento conformista tenha sido a realizada por Stanley Milgram (1965). A situação-padrão dos vários experimentos conduzidos por Milgram era a seguinte: o participante era colocado diante de um aparato que, segundo lhe era dito, produzia um choque numa outra pessoa quando um botão fosse apertado. Havia 30 botões e o participante era informado de que o primeiro botão, quando

acionado, descarregaria um choque de 15 volts na pessoa cujo corpo estava ligado ao aparelho por meio de eletrodos. Assim, o choque mais fraco era de 15 volts e o mais forte de 450 volts, de vez que cada botão acionado na seqüência indicada aumentava a carga de choque em 15 volts. O participante recebia instruções no sentido de acionar o primeiro botão quando a pessoa que supostamente estava participando de um experimento sobre aprendizagem fizesse o primeiro erro e era também instruído no sentido de aumentar de 15 em 15 volts a carga de choque em cada erro subsequente perpetrado pela pessoa no processo de aprendizagem. O aliado do experimentador, que desempenhava o papel de estar-se submetendo ao processo de aprendizagem (mas que, para o participante, era apenas uma pessoa que errava muito e que estava sendo duramente castigada por ele por isto), estava instruído no sentido de indicar os primeiros sinais de desconforto quando o participante acionasse o quinto botão, ou seja, o que presumivelmente descarregaria um choque de 75 volts. Ao chegar a 150 volts ele deveria solicitar insistentemente que o permitissem abandonar o experimento. Na intensidade de 180 volts ele deveria gritar e dizer que não agüentava mais a dor. Ao atingir a intensidade de 300 volts ele deveria recusar-se a responder. Nesta ocasião, o experimentador – que estava de pé, ao lado do participante – instrua-o no sentido de que deveria considerar ausência de resposta como erro e, conseqüentemente, continuar a seguir o que lhe fora determinado, ou seja, aumentar sucessivamente a intensidade dos choques até atingir o máximo de 450 volts.

A Fig. 5.2 mostra a curva esperada teoricamente e a obtida na prática. De acordo com a estimativa de 40 psiquiatras a quem Milgram solicitou que indicassem qual seria o desempenho dos participantes em situação desta natureza, apenas 1% deles chegaria a obedecer as ordens do experimentador até o fim e administrar a carga máxima de 450 volts. Surpreendentemente, porém, 62% dos participantes o fizeram!

Utilizando este mesmo paradigma experimental, Milgram variou o status do experimentador, a proximidade da “vítima” do participante que aplicava os choques, etc. Verificou que quanto mais próxima a vítima estava do participante, menor era a porcentagem dos sujeitos que obedeciam até a descarga do choque de 450 volts. O contrário se verificava à medida que o experimentador era apresentado como pessoa de status superior.

Os resultados dos experimentos de Milgram são sem dúvida surpreendentes. Trata-se de uma atitude inadequada de conformidade e obediência à autoridade, se bem que a situação experimental possa, no caso, ter atenuado para os participantes as consequências de seus atos. Isto é, pode contemplar-se a possibilidade de os participantes confiarem de tal forma no experimentador que acreditavam ser impossível que estes lhes solicitasse algo que fosse realmente málfico a outra

pessoa. Sem dúvida, o processo de atribuição de causalidade impessoal ao ato de administrar o intenso choque teve lugar. Os sujeitos devem ter atribuído ao experimentador a responsabilidade pelo que viesse a ocorrer, funcionando ali apenas como um carasco que segue ordens no sentido de executar o condenado à morte.

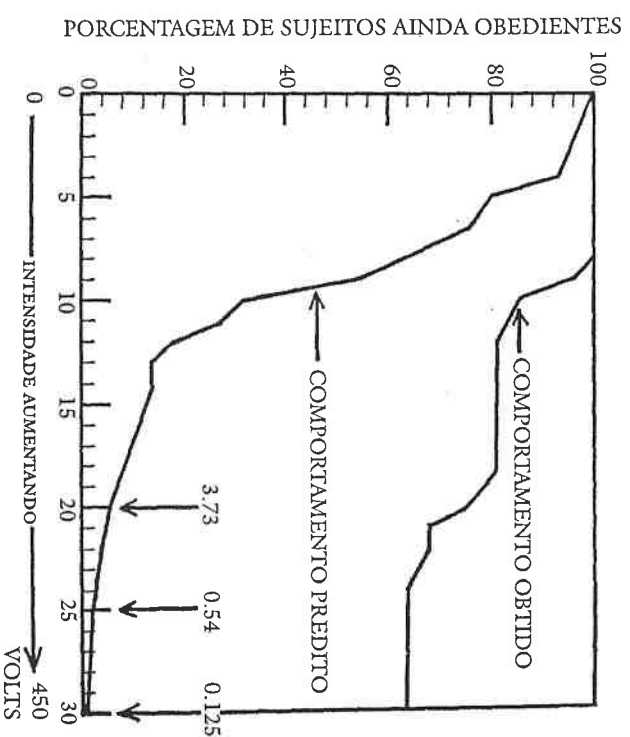


Fig. 5.2. Comportamento previsto e obtido por Milgram (1965) em um de seus experimentos (reprodução autorizada por autor e editor)

Seja como for, os estudos de Milgram merecem atenção e devem ser replicados em outras culturas, pois suas repercussões em situações da vida real são óbvias e importantes. Algumas experiências foram repetidas na Alemanha, Itália, África do Sul e Austrália, com os resultados apontando para um nível de obediência até um pouco maior do que o encontrado na investigação pioneira. Na cidade de Munique na Alemanha, por exemplo, o percentual de obediência chegara aos 85 por cento (Milgram, 1961).

Gerard (1965) apresenta uma análise muito pertinente da situação verificada no experimento de Asch (1946). A análise por ele apresentada é feita à luz da teoria da dissonância cognitiva e o conduz a uma hipótese que, quando testada, rece-

ben confirmação inequívoca. Basicamente a análise feita por Gerard gira em torno dos seguintes pontos:

a) numa situação tipo a de Asch, o participante se encontra numa situação de decisão em que ele tem que optar por acompanhar a maioria e contrariar seus sentidos, ou seguir o que seus sentimentos determinam e arcar com o desconforto de ir de encontro à maioria;

b) ambas estas situações são dissonantes;

c) se em vez de termos três linhas, uma das quais se distanciando o máximo da linha-padrão, tivermos duas linhas, uma igual e outra diferente da linha-padrão, o participante terá que tomar uma decisão: seguir a maioria ou manter seu ponto de vista. Se mantermos a situação original de Asch, o participante pode permanecer indeciso e indicar uma resposta que significa uma espécie de conciliação, apontando a linha intermediária, isto é, nem a exatamente igual à do padrão, nem a indicada pela maioria.

De fato, o experimento conduzido por Gerard comprovou sua hipótese. Quando os sujeitos têm que decidir entre duas linhas, uma idêntica e outra diferente da linha-padrão, a distribuição obtida é bimodal, ou seja, os participantes se agrupam no lado conformista ou independente, com uma variabilidade mínima dentro das respostas de um mesmo participante. Já no caso da situação original de Asch, a distribuição se aproxima mais de uma curva normal.

Os experimentos aqui passados em revista indicam, inequivocamente, que nós somos fortemente motivados a emitir comportamentos indicadores de conformismo. Obviamente, fatores de personalidade intertutam com as variáveis situacionais focalizadas nestes experimentos e têm sido objeto de investigação (Rodrigues & Cavalcanti, 1971, estudaram o papel desempenhado pela auto-estima na situação de Asch; e Gerard e cols., 1968, mostraram que moças se conformam mais). Tanford e Penrod (1984), citados há pouco, lembraram igualmente o papel exercido pelas diferenças individuais.

Uma contribuição adicional para os estudos sobre a influência social é apontada por Kelman (Aronson, 1995), que lança a idéia de distinguir dentro do termo conformidade três tipos distintos de respostas à pressão social: a conformância, a identificação e a internalização. No primeiro caso, uma pessoa cederia para evitar uma punição ou receber uma recompensa; no segundo, o indivíduo seria influenciado pelo fato de identificar-se com determinada figura de evidente ascendência sobre ele. O conceito de identificação, ligado à psicanálise, fornece pistas para o entendimento deste tipo de influência, ligado à atratividade, consciente, ou não. Finalmente, na internalização, o indivíduo reflete sobre o que lhe

é pedido e cede, se passa a considerar o pedido como justo. A internalização – de valores ou crenças – é o mais permanente, em termos temporais. Aqui o sujeito, introyectando determinadas atitudes, não depende mais de reforços imediatos ou de identificações mais ligadas à esfera afetiva. Um exemplo, fornecido pelo próprio Aronson, esclarece o papel de cada um destes conceitos: você pode dirigir um carro na estrada a 80 km por hora, por medo da fiscalização (guardas rodoviários poderão multá-lo, caso você ultrapasse o limite considerado máximo naquela rodovia, no caso, 80 km/hora). Mas também pode fazê-lo por identificar-se com seu pai, que sempre procurou respeitar os limites de velocidade legais. Ou você ainda pode rodar nesta velocidade, por acreditar que é mais seguro fazê-lo desta forma, pois assim evitaria acidentes e imprevistos incontroláveis, caso você estivesse dirigindo em velocidade excessiva. E mais, você pode andar a 80 km/hora por todos os motivos acima indicados, uma vez que os mesmos – ainda que sirvam para esclarecer o processo de obediência a normas – não são mutuamente exclusivos para ditar determinada conduta.

TÁTICAS DE INFLUÊNCIA SOCIAL

Calvin – Mãe, posso pôr fogo na cama da empregada?

Mãe – Não!

Calvin – Mãe, posso pedalar com a minha bicicleta em cima do telhado?

Mãe – Claro que não!

Calvin – Então posso comer um biscoitinho?

Mãe – Ah, isso pode!

Calvin – (em voz baixa) A velha tá na mão...

(*A Essência de Calvin e Haroldo*, Bill Watterson)

Numa excelente monografia sobre o processo de influência social, Robert Cialdini (1993) nos apresenta uma série de táticas utilizadas para influenciar as pessoas. Destacaremos aqui algumas delas.

A tática ou técnica do “um pé na porta” (*foot-in-the-door technique*) – Muito freqüentemente vendedores oferecem presentes aos consumidores a fim de que eles o aceitem e o deixem falar sobre seu produto. Uma vez com “um pé na porta”, o vendedor então inicia a tentativa de persuasão destinada a vender o produto ou o serviço que oferece. Esta tática tem a vantagem de tornar o recebedor da comunicação persuasiva predisposto a aceitar bem o vendedor (em virtude do

presente recebido) e, principalmente, a de permitir ao vendedor uma entrada no assunto de sua venda e de ser ouvido. Qualquer forma de atrair a pessoa-alvo da influência a fim de permitir que o influenciador inicie sua tentativa de influência se enquadra nesta técnica.

A tática ou técnica da “bola baixa” (*low-ball technique*) – Aqui o persuasor começa solicitando algo que leve a uma fácil adesão, passando depois para a apresentação de outras ações que se seguem à adesão inicial. Por exemplo, Cialdini e outros (1978) recrutaram sujeitos para participarem de um experimento. O experimenter descreveu o experimento de forma atraiante e, após obter o compromisso da pessoa contatada para participar como sujeito de seu experimento, disse: “muito bem, então conto com você amanhã, na sala X do prédio Y... às 7 horas da manhã”. O anúncio da hora do experimento (aspecto desagradável) foi omitido de propósito, só sendo revelado posteriormente, quando já seria mais difícil para a pessoa recusar, face ao compromisso assumido antes de saber desta característica negativa.

A tática ou técnica da “porta na cara” (*door-in-the-face technique*) – Esta técnica consiste em fazer a uma pessoa um pedido que certamente será negado (porta fechada na cara), para em seguida fazer o pedido que a pessoa realmente deseja, o qual é muito mais modesto do que o que foi rejeitado. Por exemplo: um menino, que precisa de dois reais para comprar balas, pede a sua mãe 50 reais para comprar balas. Sua mãe obviamente lhe nega. Ele então diz: “Está bem, 50 é muito mesmo; será que você pode me dar então dois reais?”. Esta técnica tem a sutileza de mostrar que a pessoa que quer influenciar a outra (no caso do exemplo, o menino) é compreensiva e flexível, portanto, aceita a negativa inicial; isto, por sua vez, pressiona a pessoa-alvo da influência (no caso em pauta, a mãe) a mostrar a mesma compreensão (e até a se sentir culpada se disser que não) e não lhe negar agora um pedido razoável. As indetectíveis “listas de natal”, elaboradas por carteiros, lixeiros e outros prestadores de serviços na época em questão, costumam ser encabeçadas por ilustres desconhecidos que sempre fazem doações de uma generosidade acima do normal; mas o mecanismo subjacente é o mesmo utilizado no exemplo anterior (menino x balas x mãe): pedir 10 X para ganhar o X inicialmente desejado. A epígrafe que inicia esta seção descreve situação análoga.

Contraste perceptivo – Estudos sobre percepção visual nos mostram que, por exemplo, a cor cinza vista contra um fundo preto é percebida como mais clara do que o mesmo cinza quando colocado contra um fundo branco. Da mesma forma, uma mesma situação pode ser percebida de forma distinta, dependendo de onde ela esteja inscrita. Se uma pessoa quebra um braço no acidente de automóvel em que os demais passageiros morreram, o braço quebrado é visto como algo insignificante; o mesmo não acontecerá se uma pessoa escorregar e quebrar um

braço enquanto passando com outras na calçada. O contraste perceptivo é utilizado como tática de influência social quando, por exemplo, um vendedor, interessado na venda de um determinado produto, mostra ao cliente vários outros muito inferiores antes de mostrar o que quer vender. Tendo como fundo os inferiores, o produto que o vendedor quer vender assume características muito mais atraentes. Cialdini (1993) cita um exemplo interessante de uma carta escrita por uma estudante universitária a seus pais. Ela inicia a carta pedindo a seus pais que se sentem, pois as notícias que ela tem são horríveis. Inicia então um desfile de tragédias que lhe teriam acontecido. Depois de enumerá-las, ela conclui a carta dizendo que tudo aquilo era mentira, mas que ela havia tirado uma nota muito baixa em História e sido reprovada em Química... Seus pais, aliviados por não ser verdade o rol de tragédias que ela listou, viram os maus resultados escolares de uma maneira muito mais branda do que se a estudante não tivesse utilizado a tática do contraste perceptivo.

Reciprocidade – Se fazemos um favor a outrem, isto nos dá, de certa forma, o direito de solicitar favor igual no futuro. Por exemplo, se eu ajudo um amigo a trocar um pneu furado, caso eu venha a ter um pneu furado e ele esteja perto eu posso dizer: “ajude-me a trocar o pneu porque eu lhe ajudei em outra ocasião”. A solicitação de reciprocidade constitui uma forma de influenciar o amigo a ajudá-lo na troca do pneu.

Tecnologia social – Vimos no primeiro capítulo em que consiste a tecnologia social proposta por Jacobo Varela. Veremos a seguir um exemplo de como funciona esta tecnologia na produção de influência social.

Varela (1977) nos relata o êxito alcançado por uma de suas alunas nos Estados Unidos. Trata-se de uma intervenção num caso de uma moça de 19 anos, bonita, de boa família, cujos pais eram muito rígidos, muito religiosos e convencionais. Pertencendo à nova geração, Rosa usava calças jeans rotas e desbotadas e frequentava uma turma de amigos que nada agradavam a seus pais. Rosa se dedicava a trabalhos artísticos, o que desagradava a seus pais que esperavam vê-la engajada em “coisas mais respeitáveis”. Durante aproximadamente cinco meses, Rosa passou a beber muito e a fumar maconha, o que coincidiu com a rejeição de sua matrícula numa escola de arte. Cinco conceitos derivados das ciências sociais foram combinados para produzir um produto tecnológico que se mostrou eficaz. Tais conceitos foram: 1) conflito aproximação-afastamento de Lewin; 2) a escala de latitude de rejeição de Hovland e Sherif; 3) escalas de tipo de Likert; 4) teoria da dissonância cognitiva de Festinger; e 5) teoria da reação psicológica de Brehm. Varela se refere à tecnologia social que conduziu a intervenção utilizando o pseudônimo de Beatriz. É a seguinte a narração que ele faz do caso: “Beatriz facilmente diagnosticou o abuso alcoólico e de drogas em que incorreu Rosa como

coincidindo com a rejeição de sua admissão à escola de arte. O choque da rejeição foi interpretado por Rosa como uma rejeição de seus valores e habilidades artísticas. Um conflito aproximação-afastamento se deveu ao forte desejo de seguir a carreira artística oposto a um medo ainda mais forte de uma outra rejeição. Se este diagnóstico for correto, as drogas e o álcool devem ser mecanismos de defesa que deverão desaparecer uma vez que ela readquiria confiança em suas capacidades. Foi então decidido que um esforço seria dirigido no sentido de fazer com que Rosa retornasse à atividade artística ao invés de dirigi-lo para a mudança dos hábitos de beber e fumar drogas. Uma escala de atitude do tipo proposto por Howland e Sherif foi construída, representando a provável situação de Rosa naquele momento. Isto foi feito através da alocação de valores tipo escala de Likert às afirmações que variavam desde a altamente aceita até a altamente rejeitada. Isto constitui então a escala de latitude de rejeição para a circunstância" (p. 916).

A escala *ad hoc* construída e os valores tipo escala de Likert atribuídos às várias afirmações são os seguintes:

Valor atribuído	Afirmação
+ 8	Eu sempre gostei de arte.
- 1	Eu agi certo ao não seguir o conselho de minha mãe quando ela se mostrou contrária a eu pintar.
- 2	Há sempre obstáculos na vida dos artistas.
- 3	Os artistas não devem necessariamente seguir os conselhos dos críticos.
- 4	Os diretores das escolas de arte não têm tempo nem são infalíveis no julgamento dos pedidos de matrícula.
- 5	A opinião negativa da escola de Arte do Leste é apenas mais uma opinião negativa que os artistas têm de enfrentar.
- 6	Eu acho que eu vou tentar a matrícula novamente no próximo período.
- 7	Eu vou mandar para eles algumas peças da minha nova atividade artística.
- 8	Vou pegar meu material. Vou começar a pintar agora.

A estratégia usada pela tecnologia social foi a de induzir Rosa a estados de dissonância através da provocação de reatância psicológica. Esta é produzida através da tentativa de impor certas atitudes ou crenças sobre as pessoas. Tentando impor o oposto do que se quer obter, canalizam-se as forças de reatância psicológica na direção desejada. Ao tentar recuperar a liberdade ameaçada através da adoção de uma posição contrária à imposta pela tecnologia, Rosa entra num estado de dissonância. Ela resolve esta dissonância mudando a sua maneira de pensar acerca da posição em questão: isto é, se ela era contra o conteúdo da asserção, uma vez que lhe é imposto e ela reage por reatância, ela passa a ser favorável a tal conteúdo. Manejando, portanto, reatância e dissonância no sentido de obter as posições desejadas, o tecnólogo social chega a seu objetivo que, no caso, era fazer com que a afirmação que Rosa mais rejeitava "Vou pegar meu material; vou começar a pintar agora" passasse a ser por ela desejada e realizada. A intervenção foi bem sucedida. Rosa voltou a pintar, iniciou sua preparação para tentar a matrícula na escola de arte e deixou de ser uma dependente de drogas e de álcool.

Além destes casos, reproduzidos em detalhes para permitir ao leitor uma visão mais clara do uso da tecnologia social, Varcla (1975, 1977, 1978) nos mostra como a tecnologia social conseguiu recuperar um delinqüente contumaz, um egresso de um hospital psiquiátrico, um pai dedicado que arruinava a saúde de tanto trabalhar, pensando que, com isto, beneficiaria sua família, etc. Além disto, muitos outros casos em que a tecnologia social se mostra eficaz são relatados por outros treinados pelo professor Varcla em seus cursos nas várias universidades latino-americanas, americanas e canadenses onde lecionou como professor-visitante.

TIPOS DE INFLUÊNCIA DERIVADOS DE DIFERENTES BASES DE PODER.

Em qualquer lugar onde encontro uma criatura viva, encontro o desejo de poder.

Nietzsche

French e Raven (1959) apresentaram uma taxonomia das bases do poder social na qual distinguem os seguintes tipos de bases de poder:

- poder de recompensa
- poder de coerção
- poder de legitimidade

- poder de referência
- poder de conhecimento

Posteriormente, Raven (1965) acrescentou uma sexta base de poder à taxonomia acima:

- poder de informação

Vejamos a seguir características de cada uma destas bases de poder as quais constituem um potencial de influência social. Por exemplo, uma pessoa capaz de recompensar outra tem, sobre esta outra, o potencial de influenciá-la através de promessa de recompensa para a emissão de determinado comportamento. E assim com os demais tipos de poder social acima indicados.

Poder de recompensa

Quando A é capaz de influenciar B em virtude da possibilidade que A tem de recompensar B caso este obedeça, a base de influência exercida é o poder de recompensa. Como no caso anterior, tal tipo de influência é diretamente ligado ao reconhecimento, por parte da pessoa sobre quem a influência é exercida, da capacidade do influenciador de mediar recompensas. Quando um pai diz a um filho que se ele fizer tal coisa receberá uma recompensa, a influência se baseia no poder de recompensa. Ela será bem sucedida se a recompensa é desejada pelo filho e ele reconhece em seu pai capacidade para concedê-la.

Poder de coerção

Quando A é capaz de influenciar B em virtude da possibilidade que A tem de infligir castigos a B caso este não obedeça, a base de influência exercida é o poder de coerção. Tal tipo de influência é diretamente dependente da possibilidade reconhecida por B de A aplicar-lhe sanções caso ele não ceda à influência exercida por A. O poder de A sobre B cessará no momento em que B não mais reconhecer em A a possibilidade de mediar-lhe punições por não aceitação da influência exercida. Um chefe de seção, por exemplo, capaz de infligir punições a um seu chefe de seção, poderá conseguir que este ceda às suas influências; deixará de obter tal resultado no momento em que deixar de ser chefe, e, conseqüentemente, perder a capacidade de ser mediador de punições para o seu ex-chefeado.

Poder de legitimidade

Muitas vezes somos participantes de situações em que determinados comportamentos são apropriados e outros inapropriados. A propriedade ou imprópriedade do comportamento numa situação específica pode decorrer da tradição,

de crenças, de valores, de normas sociais, etc. Um grupo de escoteiros, por exemplo, tradicionalmente obedece às determinações do chefe do grupo. Tal comportamento é tradicional, faz parte integrante do sistema de crenças e valores prevalentes na organização e é, conseqüentemente, reconhecida como *legítima* a prescrição de determinados comportamentos por parte do chefe do grupo. Sempre que A emite comportamento desejado por B, em virtude do reconhecimento da legitimidade de B prescrever tal comportamento, estamos diante de influência baseada em poder legítimo.

Poder de referência

As pessoas podem desempenhar em relação a outras o papel de ponto de referência positiva ou negativa. Há pessoas com quem nos identificamos (referência positiva) e outras com as quais não temos nada em comum (referência negativa). Quando a influência exercida por A sobre B decorre do fato de B ter A como ponto de referência (positiva ou negativa), a base da influência exercida é o poder de referência. O poder de referência pode ser verificado em casos de identificação, como vimos acima, nos quais uma pessoa depende de outra por razões várias, e emite comportamentos semelhantes ao desta outra espontaneamente (identificação) ou porque esta outra assim o deseja (poder de referência). Um caso curioso de identificação com base de poder de referência pode ser encontrado na cidade de Pompéia, destruída por uma erupção do Vulcão Vesubio no ano de 79. Aparentemente, a cidade foi atingida em meio a um processo eleitoral, uma vez que escavações realizadas neste século encontraram uma parede que, quando tomada limpa das cinzas que a recobriam, mostrou os seguintes *slogans*: "Vote em Votius: quem é bêbado, gíngolo, vadio ou espanca mulheres, vota em Votius!" Embora os arqueólogos não tenham conseguido saber dos resultados da eleição, inevitavelmente estes nossos antepassados já sabiam do poder da referência negativa para influenciar as pessoas.

Poder de conhecimento

Diz-se que A tem poder de conhecimento sobre B, quando B segue as prescrições determinadas por A em virtude da aceitação do conhecimento abalizado de A. Quando um médico por nós reconhecido como especialista num assunto nos prescreve um medicamento, nós o tomamos. O poder exercido pelo médico tem como base o reconhecimento por parte do cliente dos méritos profissionais do especialista. Não há necessidade de que o cliente entenda a razão da tomada do medicamento, bastando apenas que ele reconheça competência no especialista para prescrever tal ou qual comportamento. A influência é, pois, dependente des-

te reconhecimento e deixara de ser eficaz no momento que o cliente deixara de reconhecer em seu médico os méritos de especialista e conhecedor do assunto que lhe atribuía.

Poder de informação

Quando uma pessoa, A, muda um seu comportamento ou atitude em função de uma reorganização cognitiva provocada pelo conteúdo de uma influência exercida por outra pessoa, B, e não em virtude de alguma característica especificamente associada a B, diz-se que a modificação verificada foi decorrente de poder de informação. Um vendedor, por exemplo, pode fazer com que o comprador veja por si mesmo as vantagens de comprar a mercadoria que lhe está sendo oferecida. Se a argumentação do vendedor gerou no comprador novos insights que o levaram a decidir-se pela propriedade de adquirir a mercadoria, a influência exercida pelo vendedor se enquadra no tipo de poder social aqui descrito. Tal não seria o caso, por exemplo, se o comprador adquirisse a mercadoria porque um especialista na matéria lhe havia recomendado a compra do artigo. Neste último caso, a aquisição da mercadoria decorreria da aceitação, por parte do comprador, da influência exercida pela pessoa que ele considera especialista e será dependente deste conceito que ela tem da pessoa influenciadora. Não se fala, neste último caso, do poder dos argumentos. A resolução de charadas ou enigmas, por exemplo, são casos claros do uso de poder de informação.

Posteriormente, Raven (1993) distinguiu entre recompensa pessoal e im pessoal e coerção pessoal e impessoal. O primeiro tipo se refere a recompensa ou punição envolvendo uma pessoa (por ex.: se você fizer isso não serei mais sua amiga; se você fizer o que eu digo eu ficarei muito contente com você). O segundo tipo diz respeito a recompensas materiais (dinheiro, promoção, prêmio, etc.) e a punições da mesma natureza (castigo, multa, demissão, etc.). Em relação ao Poder de Legitimidade, Raven (1993) nele inclui quatro tipos: a) legitimidade decorrente da posição ocupada por uma pessoa; b) legitimidade em função da necessidade de retribuir um favor recebido; c) legitimidade em função de equidade, ou seja, a necessidade de dar a cada um de acordo com seu merecimento; e d) legitimidade decorrente da dependência, como ocorre quando um líder depende da cooperação de seus liderados para atingir um objetivo comum.

Raven (1965) classifica os tipos de influência vistos acima em dois grandes grupos: independente e dependente. Subdivide ainda a influência dependente em pública e privada. Vejamos como as seis bases de poder acima descritas se enquadram nestas categorias.

Influência independente

É a que se verifica quando a base do poder exercido é o poder de informação. Neste tipo de influência, a pessoa influenciada não depende da pessoa influenciadora, de vez que o conteúdo da mensagem proveniente da pessoa influenciadora provoca reestruturação interna na pessoa influenciada e esta reorganização interna é que é responsável pela emissão de determinado comportamento. A pessoa influenciada não depende, pois, das características da pessoa influenciadora, mas sim da reorganização cognitiva provocada nela mesma.

Influência dependente e pública

Quando a influência exercida se baseia nas características da pessoa influenciadora, diz-se que ela é dependente. Além disso, quando ela só suscita comportamentos externos de acordo com a influência exercida, mas não corresponde a uma modificação interna da pessoa no sentido de aceitar o comportamento, ela é pública. Exemplos típicos de influência dependente e pública são as modificações comportamentais obtidas através de poder de coerção e de recompensa. Tais influências são dependentes de vez que se fundamentam exclusivamente na percepção da pessoa influenciada da capacidade do influenciador aplicar-lhe punições ou recompensas. Do momento em que esta percepção desaparece, com ela some o poder anteriormente existente. Tais casos são também exemplos de influência pública, de vez que o comportamento prescrito só é exibido na presença do agente influenciador a fim de evitar a punição ou receber a recompensa. Internamente, porém, nenhuma modificação cognitiva se verifica. É por isto que Festinger e Carlsmith (1959) levantaram a hipótese de que quanto menor a recompensa maior a mudança de atitude nas situações de aquiescência forçada. De fato, quanto menor for a recompensa para a manifestação pública de um comportamento contrário às convicções internas do agente, maior será a dissonância por ele experimentada e maior será a motivação a reduzir esta dissonância. Uma das maneiras de conseguir-lo é mudar internamente, fazendo com que o ato público seja coerente com as suas convicções internas. Se a recompensa for muito grande, os elementos cognitivos que derivam da magnitude da recompensa concorrem para diminuir a dissonância experimentada pela emissão de comportamento contrário às convicções internas do agente, dificultando a modificação interna de sua posição original.

Influência dependente e privada

Há casos em que o comportamento exibido em decorrência de influência exercida depende das características do agente influenciador, tal como percebidas pelo influenciado. Ao invés de este comportamento ser apenas uma manifestação

do agente influenciador. Isto lhe dá o caráter privado a que Raven (1965) se refere. Os poderes legítimos, de referência e de conhecimento, são deste tipo. Se um professor de estatística respeitado por seus alunos recomenda o uso de um determinado teste estatístico para a solução de um problema, o aluno utilizará este teste ainda que não compreenda precisamente a razão de seu uso e mesmo que o professor jamais verifique se ele utilizou ou não o teste. Ocorreu, no caso, uma influência dependente e privada, de vez que o aluno seguiu a prescrição do professor por nele reconhecer capacidade e conhecimento para prescrever o teste, e emitiu este comportamento mesmo na ausência de verificação por parte do professor (o que dá a característica de influência privada ao fenômeno).

As seis bases de poder social vistas acima e suas características de influência dependente ou independente e de pública ou privada podem ser esquematizadas no quadro abaixo.

BASE DO PODER	TIPO DE INFLUÊNCIA
Poder de informação	Independente / privada
Poder de coerção	Dependente / pública
Poder de recompensa	Dependente / pública
Poder legítimo	Dependente / privada
Poder de referência	Dependente / privada
Poder de conhecimento	Dependente / privada

Poder-se-ia dizer que a distinção entre poder de coerção e poder de recompensa é desnecessária (ou quase), de vez que se pode conceitualizar a vontade de evitar uma punição como um certo tipo de recompensa ou a vontade de obter uma recompensa como uma certa forma de evitar uma punição (não recebimento da recompensa). A necessidade da distinção decorre das consequências do exercício destes dois tipos de poder. O exercício contínuo do poder de coerção tende a afastar mais e mais a pessoa influenciada da pessoa influenciadora, enquanto o poder de recompensa pode (ainda que não necessariamente) conduzir a um maior apelo pela pessoa influenciadora. Caso isto se verifique, o poder de recompensa poderá eventualmente transformar-se em poder de referência, adquirindo então a característica de influência privada inexistente no poder de recompensa. Além disso, a coerção requer uma maior fiscalização por parte de quem detém o poder. Já na recompensa, há, como vimos, além da possível tendência de se gostar da pessoa influenciadora e de sentir-se bem, a questão de haver menor necessidade de fiscalização por parte desta. Aparentemente, a coerção parece funcionar melhor quando se pretendem resultados rápidos. Mas, para efeitos a longo prazo, a

recompensa é o melhor caminho – mormente se for uma pequena recompensa – como vimos na apresentação da teoria da dissonância cognitiva (Cap. 3). Para alguns autores, dir-se-ia que o poder de recompensa e o poder de coerção constituiriam os dois lados de uma mesma moeda, tão intrinsecas suas práticas em nossas vidas (educação, em casa ou na escola, no trabalho, nas relações familiares, etc.).

Outro ponto importante a ser mencionado diz respeito ao domínio ou área específica da influência exercida. Uma pessoa reconhecida como capaz de legitimamente prescrever determinados comportamentos em um domínio específico pode não ser reconhecida como capaz de prescrever legitimamente comportamentos em outras áreas. Em outras palavras, o reconhecimento de legitimidade, assim como o de conhecimento, são restritos a áreas específicas. O fato de uma pessoa ter poder legítimo sobre outra (ou de conhecimento) não significa que ela seja capaz de influenciar esta outra em todos os domínios.

De outro lado, não é incomum vermos na grande imprensa celebridades de uma determinada área do saber serem entrevistadas e solicitadas a emitir suas opiniões acerca de assuntos que nada têm a ver com as suas esferas de competência originais. Trata-se muitas vezes de um caso de generalização indevida. Psicanalistas, cientistas sociais, autores/atrizes famosos(as) – sabidamente *experts* em suas áreas de atuação – são chamados a pontificar sobre temas sobre os quais não têm um conhecimento em nada superior ao nosso. Na verdade, neste caso, o que estaria em ação, basicamente, não seria o poder legítimo, mas, sim, o de referência.

O enfoque de French e Raven (1959) e as adições de Raven (1965) oferecem inúmeras possibilidades de investigações de interesse. É importante saber-se qual o tipo de influência predominante em determinados ambientes (por exemplo: família, escola, ambiente de trabalho, etc.). Raven (1971) conduziu um estudo, no qual são estudadas as relações de influência entre professor e aluno e entre colega e outro colega, com base no modelo teórico que acabamos de descrever. Em relação à estrutura do poder na família, Centers, Raven e Rodrigues (1971) realizaram um estudo em que uma amostra da população de Los Angeles foi entrevistada e classificada de acordo com o tipo de influência dominante na família: dominada pelo marido, dominada pela mulher, sincrética (ambos os cônjuges com o mesmo poder) e autônoma (cada cônjuge exerce o poder numa determinada área específica). Variáveis tais como tipo de personalidade, idade, classe social, escolaridade, etc. foram relacionadas com a maior ou menor ocorrência destes quatro tipos principais de estrutura de poder na família. Em outro estudo, Raven, Centers e Rodrigues (1969), verificaram a ocorrência das diversas formas de poder social aqui descritas nas relações sociais entre os cônjuges. Comprovaram os autores que poder de referência, poder de conhecimento e poder legítimo são os mais freqüentemente indicados como prováveis de serem as bases de influência

entre os cônjuges; os menos prováveis são os de recompensa e de coerção. Atribuição de influência baseada em poder de conhecimento diminui com o aumento da idade dos cônjuges, enquanto o poder de referência aumenta. Os poderes de coerção e recompensa desempenham papel mais relevante entre as pessoas de baixos níveis educacional e sócio-econômico. Merecedor de citação também é o dado encontrado em relação à felicidade conjugal e tipo de influência mais frequentemente exercida. Nos casais mais satisfeitos predomina o poder de referência, enquanto o de coerção é a forma de influência mais utilizada entre os que indicam não estarem nada satisfeitos com o casamento.

Estes achados foram replicados no Brasil por Rodrigues, Bystrowski e Jablonski (1989). Jablonski, Corga e Rodrigues (1995) fazem uma análise da metodologia utilizada em estudos sobre as bases do poder em situações familiares. Tomadas em conjunto, estas duas pesquisas indicam, em comparação aos estudos anteriores, uma queda do poder decisório do marido, exceção feita aos segmentos mais idosos da amostra – possível reflexo das mudanças sociais que acompanharam o movimento de emancipação feminina. Além disso, notou-se também a preferência por uma estrutura autônoma de poder conjugal. Já a legitimidade, a referência e o conhecimento foram, da mesma forma que nos estudos precedentes, os mais frequentemente indicados como prováveis fontes de influência entre os cônjuges. Como curiosidade, podemos apontar uma inversão no que diz respeito à importância da coerção e da recompensa nas duas culturas. Embora sempre colocados nos últimos lugares, os brasileiros privilegiaram preponderantemente a recompensa à coerção, dando-se o oposto entre norte-americanos (influência da proverbial necessidade de afiliação brasileira ou consequência das divergências entre as éticas cristã e protestante? Um caso a se pesquisar...). Uma ressalva a ser levantada é a de que, nestes dois estudos, utilizou-se uma amostra de classe média e média-alta. Seria interessante replicar estes trabalhos, agora com amostras de classes carentes, para sondar a existência de possíveis diferenças de classe, com relação aos tópicos em questão.

RE-EXAMINANDO AS BASES DE PODER DE RAVEN SOB UMA PERSPECTIVA ATRIBUCIONAL

Sinto muita falta de mim quando tenho de fazer a vontade alheia.

Carlos Drummond de Andrade

Vimos no capítulo sobre Cognição Social os fundamentos básicos do fenômeno no psicossocial de atribuição de causalidade, bem como as proposições essenciais

da teoria atribucional de motivação e emoção apresentada por Bernard Weiner (1986). Veremos agora como a teoria de Weiner nos permite fazer uma análise atribucional do fenômeno de influência social originado pelo exercício de cada uma das seis bases principais de poder constantes da taxonomia de Raven (1965).

Rodrigues (1995) mostrou empiricamente que quando uma pessoa é induzida a fazer algo a que inicialmente se opunha e isso se dá devido à utilização pelo influenciador dos poderes de recompensa, informação ou de referência (de agora em diante denominados **Bases de Poder do Grupo 1**), o comportamento da pessoa influenciada é percebido como mais interno e mais controlável do que quando o comportamento resulta de influência derivada de coerção, legitimidade ou conhecimento (de agora em diante indicados como **Bases de Poder do Grupo 2**). Este achado foi posteriormente replicado por Rodrigues e Lloyd (1998) com diferentes amostras, em diferentes culturas e utilizando diferentes situações de influência. Coerentemente com a teoria atribucional de motivação e emoção de Weiner (1986), quando um comportamento ocorre mediante influência derivada das bases de poder do Grupo 1 e esse comportamento tem consequências negativas, seu autor é considerado mais responsável por sua ocorrência, é mais criticado, gera mais raiva em outrem, se sente mais culpado, e sua auto-estima é mais negativamente afetada, do que quando um comportamento negativo deriva das bases de poder do Grupo 2. Se o comportamento derivado de persuasão leva a um bom resultado, seu autor é considerado mais responsável, é alvo de maior gratidão, se sente mais orgulhoso e sua auto-estima é mais positivamente afetada quando a influência deriva de bases de poder do Grupo 1, do que quando ela deriva de bases de poder do Grupo 2. O paradigma básico dos estudos de Rodrigues acima citados foi essencialmente o seguinte: os participantes do experimento são solicitados a considerar um cenário em que um médico pede a uma enfermeira que administre uma droga ainda em estado experimental a um de seus pacientes. A enfermeira se recusa a fazê-lo. O médico lança mão, então, de uma das bases de poder descritas por Raven para influenciá-la, e logra êxito. Numa condição o doente se recupera e deixa o hospital poucos dias depois. Numa outra condição o doente é levado para um CTI após tomar a droga e morrer poucos dias depois. Os sujeitos são solicitados a considerar a razão pela qual a enfermeira terminou fazendo o que o médico queria (razão esta descrita em termos de cada uma das seis formas de influência descritas por Raven) e, para cada uma das razões, indicar numa escala quão interno e quão controlável foi o comportamento da enfermeira de obedecer o médico, quanto orgulho (ou culpa), aumento (ou diminuição) de auto-estima, quanta gratidão (ou raiva) o comportamento da enfermeira suscitaria, e também quão responsável era a enfermeira por ter exibido tal comportamento. Em outro de seus estudos foi medida também a variável punição, neste caso os sujeitos eram solicitados a desempenhar o papel de um diretor do hospital que, após con-

siderar o comportamento da enfermeira de acordo com cada uma das seis razões apresentadas, administrativa ou não uma punição à mesma.

O estudo original de Rodrigues (1995) e várias réplicas que se seguiram (Rodrigues & Lloyd, 1998; Rodrigues & cols., 1997) mostraram que a influência exercida em decorrência das bases de poder do Grupo 1 é percebida como mais interna e mais controlável do que a exercida em função das bases de poder do Grupo 2, o que leva, segundo as teorias de Weiner (1986, 1995), a maior responsabilidade, maior punição (no caso de consequências negativas do comportamento em questão) e aos afetos esperados pela maior atribuição de inter-nalidade e controlabilidade. Usando-se uma terminologia lewiniana, as bases do Grupo 1 (recompensa, informação e referência) são genotipicamente se-melhantes entre si, mas fenotipicamente distintas das bases de poder do Gru-po 2 (coerção, legitimidade e conhecimento), as quais, por sua vez, são geno-tipicamente semelhantes entre si.

Esta análise atribucional dos diferentes tipos de influência previstos por Ra-ven nos permite entender melhor por que crimes hediondos são cometidos sob o pretexto de que uma autoridade está sendo obedecida (ver, por ex., Kelman & Hamilton, 1989). Quando uma pessoa perpetra um crime em obediência a or-dens superiores (poder de legitimidade), é mais fácil para ela eximir-se de respon-sabilidade, pois seu comportamento é percebido como menos interno e menos controlável do que se ela o fizesse em troca de uma recompensa, ou por ter aceito argumentos, ou por gostar do mandante (bases de poder do Grupo 1). Conse-quentemente, se quisermos fazer com que uma pessoa se sinta mais responsável por um comportamento derivado de um dos seis tipos de influência aqui descri-tos, devemos utilizar influência social derivada das bases de poder do Grupo 1 e não do Grupo 2.

Finalmente, acrescenta-se que o que foi dito acima se aplica a situações em que a influência social conduz a um estado de dissonância cognitiva. É preciso que a pessoa influenciada faça algo que ela normalmente não faria, mas que o fez em função da influência social exercida sobre ela. Sendo assim, se alguém não quer, por exemplo, jogar tênis ou comer uma determinada comida, e o faz por-que o influenciador lhe prometeu uma recompensa, este comportamento (que não gera dissonância, a não ser que seja uma recompensa pequena), não será per-cebido como interno mas sim como externo, tal como encontraram Brown e Ra-ven (1994). Mas se uma pessoa faz algo antitético para receber uma recompensa, tal comportamento produz dissonância e é percebido como interno (Rodrigues & Lloyd, 1998).

Ainda uma palavra pode ser dita acerca do processo inverso, qual seja, o de uma minoria poder influenciar a maioria. A partir de estudos iniciados por Mos-

covici (1980), através da consistência – espelhando um mesmo ponto de vista re-petidas vezes com o apoio de outros membros do grupo minoritário – é possível inverter o processo usual de influência normativa. Uma minoria pode introduzir novas e inesperadas informações que levem a maioria a re-examinar uma questão mais detidamente. Isto, por sua vez, pode levar a um reconhecimento dos mé-ritos – no todo ou em parte – das posições minoritárias e, conseqüentemente, à sua aceitação em algum grau (Latane & Wolf, 1981; Moscovici, 1985; Nemeth, Mayselless, Sherman & Brown, 1990).

RESUMO

Depois de serem revisitos os estudos clássicos de Sherif (1936), Asch (1946) e Milgram (1963), foram descritas algumas tácticas de influência social e apresen-tado um exemplo de influência social através da “tecnologia social” de Varela. Em seguida, foi apresentada a taxonomia das bases de poder de French & Raven (1959), modificada por Raven (1965, 1989), na qual foram considerados os po-deres de recompensa, coerção, legitimidade, referência, conhecimento e informa-ção. O capítulo termina com um lembrete acerca do poder eventual de persuasão das minorias, após um re-exame das bases de poder apresentadas por Raven sob uma perspectiva atribucional. Este re-exame indica que o comportamento deri-vado dos poderes de recompensa, informação e referência é percebido como mais interno e mais controlável do que o que resulta dos poderes de coerção, legítimi-dade e conhecimento.

SUGESTÕES DE LEITURAS RELATIVAS A ASSUNTOS TRATADOS NESTE CAPÍTULO

- Cialdini, R.B. (1993). *Influence: Science and Practice*. New York: Harper-Collins.
- French, J.P. & Raven, B.H. (1959). The Bases of Social Power. Em D. Cart-wright (Ed.), *Studies in Social Power*. Ann Arbor: Institute for Social Research.
- Kelman, H.C. & Hamilton, D.L. (1989). *Crimes of Obedience*. New Haven: Yale University Press.
- Latane, B. (1981). The Psychology of Social Impact. *American Psychologist*, 36, 343-356.
- Latane, B. e Wolf, S. (1981). The Social Impact of Majorities and Minorities. *Psychological Review*, 88, 438-453.

- Milgram, S. (1961). Nationality and Conformity. *Scientific American*, 205, 45-51.
- Moscovici, S. (1985). Social Influence and Conformity. Em G. Lindzey e E. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology* (Vol. 2, p. 347-412). N.Y.: Random House.
- Raven, B.H. (1965). Social Influence and Power. Em I.D. Steiner & M. Fishbein (Eds.), *Current Studies in Social Psychology*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Raven, B.H. (1993). The Bases of Power: Origins and Recent Developments. *Journal of Social Issues*, 49 (4), 227-251.
- Rodrigues, A. (1995). Attribution and social influence. *Journal of Applied Social Psychology*, 25, 1567-1577.

SUGESTÕES PARA TRABALHOS INDIVIDUAIS OU EM GRUPOS

1. O que foi demonstrado no experimento de Asch sobre a percepção do tamanho de linhas diferentes?
2. Que bases de poder são dependentes e privadas?
3. Como diferem poder de recompensa e poder de coerção sob uma perspectiva atribucional?
4. Descreva dois tipos de influência social.
5. Quais os tipos de poder que são genotipicamente semelhantes em termos atribucionais?
6. Caracterize o poder de informação.
7. Como se faz uma persuasão utilizando a tecnologia social de Varela?
8. Em que consiste a técnica do contraste?
9. Suponha que você queira convencer outra pessoa a lhe ajudar a fazer um trabalho. Que técnicas de influência social você utilizaria?
10. Qual a diferença entre influência social e mudança de atitude?