

## CAPÍTULO 7

# INFLUÊNCIA SOCIAL

Raimundo Gouveia

### INTRODUÇÃO

O campo de estudos da influência social marca a evolução da psicologia social enquanto ciência, ao mesmo tempo que reflete a própria história da civilização ocidental. Obras como *A Lógica Social* de Gabriel Tarde, e *A Psicologia das Massas*, de Gustav Le Bon, ambas lançadas no final do século XIX, são consideradas como bases teóricas que precederam a disciplina que viria a se desenvolver nas décadas seguintes (Álvaro & Garrido, 2003). Gabriel Tarde via a necessidade de compreensão de fenômenos psicológicos, como a imitação, para estudar os fatos sociais. Já Gustav Le Bon acreditava que as multidões eram entidades psicológicas independentes de seus membros, com base na ideia de uma mente coletiva. Ambos consideravam que as aglomerações representavam uma ameaça à sociedade, pois levavam as pessoas a perderem o discernimento e até a civilidade. Esse tema será visto mais detalhadamente no Capítulo 01.

Vivia-se o auge da Revolução Industrial e eclodiam movimentos grevistas que reivindicavam mudanças nas relações de poder e ampliação da democracia. Esses movimentos chamavam a atenção para a dependência mútua entre patrões e empregados. Segundo o historiador Eric Hobsbawn (1998), “nunca na história da Europa e poucas vezes em qualquer outro lugar, o revolucionismo foi tão endêmico, tão geral, tão capaz

de se espalhar por propaganda deliberada como contágio espontâneo” (p. 127). Pouco a pouco, as políticas socioeconômicas começaram a refletir a necessidade de adotar a persuasão das massas através de determinados valores e crenças sociais relacionados à importância do trabalho para o desenvolvimento da sociedade (Weber, 2002). Esse cenário sociopolítico resultou em questões que precisavam de respostas. As ideias fundadoras da psicologia social iam nessa direção.

De lá para cá, o processo histórico e o conhecimento científico têm levado as ciências sociais, entre as quais a psicologia social, a procurar entender como o senso comum é formado a partir da convivência social. As pessoas dependem umas das outras para compreender e expandir o sentido da realidade. Esse fenômeno é denominado de influência social, e é definido por Solomon Asch (1952/1977) como “a influência de condições sociais na formação e modificação de juízos e opiniões” (p. 379). As pesquisas nesse campo têm observado o modo como as normas sociais e o senso comum são institucionalizados. A maioria dos historiadores (Álvaro & Garrido, 2003) destaca os trabalhos de Sherif e Asch como os mais relevantes na constituição do conceito, servindo como referência para os estudos seguintes.

Portanto, as pesquisas sobre a influência social têm buscado observar como a convivência social pode influenciar a formação de crenças, valores, atitudes e opiniões pessoais, compondo as normas sociais e a noção do que é considerado como certo ou errado nas diversas sociedades humanas.

Esse tema ganha mais relevância em uma época em que redes sociais digitais são utilizadas para nos convencer, não apenas da qualidade de produtos de consumo, mas também de certos posicionamentos políticos. Segundo Figueira e Santos (2019), “a retórica política continua a manter-se nesse equilíbrio instável onde a imprecisão da linguagem está ao serviço da persuasão e da construção de pós-verdades” (p. 8). O próprio espaço público abriu-se para a discussão de temas como as chamadas *fake news*, a ponto de o Collins Dictionary ter escolhido esta expressão como a “Palavra do Ano 2017”, após verificar um aumento de 365% do seu uso *online*. Esse assunto também implica na reflexão sobre a influência da própria ciência no conhecimento partilhado por toda a sociedade. Novos horizontes históricos trazem a necessidade de aprofundamento do conhecimento a partir de novos pontos de vista. Depois de décadas de hegemonia, o conhecimento científico tem sido questionado com base em misticismos religiosos e tecnológicos:

O pensamento místico-tecnológico do século atual assinala essa descrença no discurso iluminista e o retorno de soluções místicas, seja pelo retorno da crença de salvação nas religiões, seja na subserviência total às tecnologias e às políticas que se propõem a resgatar um paraíso perdido das nações (Marcondes Filho, 2019, p. 12).

Para compreendermos a influência social, é necessário percebermos que o senso comum e as culturas são dinâmicos e sensíveis aos movimentos da história. Aqui, procuramos entender a trajetória percorrida pelos cientistas sociais ao estudar fatores psicológicos, sociais e culturais relacionados a esse campo de conhecimento, bem como sua relação com cenários históricos do passado e do presente. Começamos pelas ideias que antecederam a consolidação da psicologia social como área de conhecimento.

## 7.1 QUESTÕES HISTÓRICAS QUE INDICARAM UM NOVO CAMPO DO SABER

No final do século XIX, as descobertas científicas despertavam muita curiosidade na sociedade em geral, entre elas a hipnose. McDougall (1926) definiu a sugestão hipnótica como a aceitação de uma proposição na ausência de um fundamento logicamente adequado, baseada em laços sociais e emocionais. Teorias, como átomo, evolução das espécies e contágio bacteriológico, também chamavam a atenção na época. Talvez isso tenha influenciado a compreensão inicial da influência social como um fenômeno que pode levar as massas a desenvolverem uma dependência psicológica diante de indivíduos dotados do poder de liderança.

Tarde (1896/1904) estabeleceu a relação entre os fenômenos da *imitação* e da *identificação*. Seus efeitos sobre o comportamento individual eram entendidos como produto das relações recíprocas entre as consciências individuais. Polemizando com Durkheim, sustentou que a consciência coletiva não tem uma existência independente dos indivíduos. Processos sociais podem ser explicados pela combinação da interação mental (imitação-contágio) e da inovação de ideias. Criminologista, estatístico e sociólogo, via a psicologia social como uma psicologia intermental ou uma sociologia elementar, cuja unidade de análise eram as ações e interações individuais:

Uma multidão de homens reunidos é muito mais crédula do que cada um deles separadamente; porque o simples fato de ter sua atenção concentrada sobre um único objeto é uma espécie de monoidealismo coletivo, assemelhando-se ao estado de sono ou de hipnose, de onde o campo da consciência, singularmente reduzido, é invadido inteiramente pela primeira ideia que se ofereça (Tarde, 1904, p. 73).

Le Bon considerava as massas como entidades psicológicas independentes de seus membros. As ações das multidões eram resultado das emoções, e não da razão. Por isso, considerava sua ascensão como sinal de decadência da civilidade. O comportamento compartilhado das massas seria motivado por uma aceitação irrefletida e propensa ao domínio de líderes forjados nas ações sociais. Ele criou o conceito de *unidade mental das massas*. Para ele, quando se forma uma multidão, surgem certos processos psicológicos que não dizem respeito a indivíduos isolados, ou seja, surgem entidades psicológicas supraindividuais. Essa seria a lei psicológica da unidade mental das massas.

Para Álvaro (2006), apesar de certa parcialidade frente aos movimentos sociais, esses autores foram importantes no processo de surgimento da psicologia social como disciplina independente. Juntos tentaram articular as dimensões psicológica e sociológica, avançando os estudos sobre as massas para além dos aspectos criminais, que, até então dominavam este campo.

Em busca de uma perspectiva própria da psicologia social, Allport (1924/1985) assumiu que o papel desta disciplina era explicar como os pensamentos, sentimentos e comportamentos dos indivíduos são influenciados pela presença implícita ou explícita de outros indivíduos ou grupos. Com esses pressupostos, estabeleceu a conduta social como objeto de estudo, definindo-a como “as estimulações e reações que surgem entre os indivíduos e seu meio social, isto é, entre os mesmos indivíduos” (p. 3).

Sua tese é que o estímulo social em uma situação de multidão é de caráter sugestivo, mas depende das reações individuais:

Os membros de uma multidão podem ser sugestionados nas mãos de um líder, mas tal sugestão deve estar sempre em consonância com alguma poderosa resposta do indivíduo na mesma direção. Portanto, o indivíduo é a razão de ser da multidão. Sua resposta não só promove o motivo para a conduta coletiva, como limita sua direção. A ação é facilitada e intensificada através da presença da multidão, mas aquela tem sua origem nos impulsos individuais (Allport, 1985, p. 295).

Dessa perspectiva, esse autor propôs o conceito de *facilitação social* ao demonstrar que a realização de uma tarefa é incrementada pela simples presença de outras pessoas realizando a mesma tarefa. Allport (1985) também realizou uma pesquisa experimental que demonstrava uma tendência dos indivíduos a expressarem julgamentos menos extremistas e mais conservadores na presença de outros, do que isoladamente. Do ponto de vista metodológico, adotou o experimentalismo, muito embora tecesse algumas críticas a suas limitações, em especial, a generalização de estudos realizados em laboratório.

De fato, o rigor metodológico dos planejamentos experimentais não garante necessariamente uma interpretação teórica correta e definitiva. Estudos clássicos foram alvo de várias reinterpretações teóricas. Por outro lado, análises fenomenológicas, como as que foram realizadas por Le Bon e Tarde, à guisa de explicações do comportamento social, de certo modo podem ser criticadas pela falta de evidências empíricas que lhes permitissem ser tomadas como referências teóricas de uma nova disciplina que veio a se consolidar como predominantemente experimental.

## 7.2 SHERIF E A INTERNALIZAÇÃO DA INFLUÊNCIA SOCIAL

Avançando nas tentativas de estabelecer bases empíricas para o conhecimento sobre a influência social, Muzafer Sherif investigou o compartilhamento de padrões de conduta formados através do contato social. Partiu do conceito de *quadro de referência*, definido como um contexto comparativo de estruturas referenciais compartilhadas, desenvolvidas e internalizadas, visando introduzir ordem, estabilidade e coerência nas relações sociais. Sua questão inicial era que o indivíduo apresenta uma tendência a organizar suas experiências a partir de estímulos internos e externos, estabelecendo limites e atribuindo significados àquilo que é vivenciado (Sherif, 1936).

Pretendia estabelecer a ligação entre a formação das normas sociais e o desenvolvimento do consenso dentro do grupo. Sua hipótese era que um sujeito recorreria às suas próprias crenças e atitudes quando colocado em uma situação na qual não dispusesse de um quadro de referência externo; mas, numa situação grupal, cada um seguiria o comportamento do outro como padrão organizador de seu próprio comportamento. Ele adotou a analogia entre os quadros de referências externos e as normas sociais, refletindo os valores sociais ligados às convicções ou crenças a respeito do que pode ser considerado como certo ou errado.

A situação experimental foi inspirada no efeito autocinético, que consiste na percepção ilusória de movimentos na ausência de pontos de referência. Em uma sala escura, projetava um ponto luminoso em uma parede à cinco metros de distância. Então, pedia aos participantes que marcassem o surgimento e o desaparecimento desse ponto de luz e estimassem, em voz alta, a distância que teria “percorrido”. Alguns passavam por essa situação primeiro sozinhos, depois com um colega e em seguida sozinhos novamente. Outros passavam primeiro com um colega e depois sozinhos (Sherif, 1936).

Os resultados demonstraram que se produzia um padrão pessoal de estimativas para cada sujeito. Quando o experimento começava na condição em grupo, os participantes utilizavam o comportamento dos outros na construção de seu padrão pessoal, o qual continuava a ser utilizado na situação isolada que se seguia. Já os que construíam primeiro individualmente o próprio quadro de referência, faziam com que ele convergisse na direção às estimativas dos outros nas sessões em grupo (ver Figura 1). Embora essa convergência variasse em extensão e se mostrasse menos forte do que quando não partia de nenhum quadro de referência externo, a convergência individual em sessões de grupo foi universal. Sherif concluiu que a tendência para a auto-organização da experiência se confirmava e tinha como base ora o comportamento próprio, ora o dos outros. Também observou que a influência dos outros parecia mais decisiva, permanecendo igual ou mais forte na ausência daqueles.

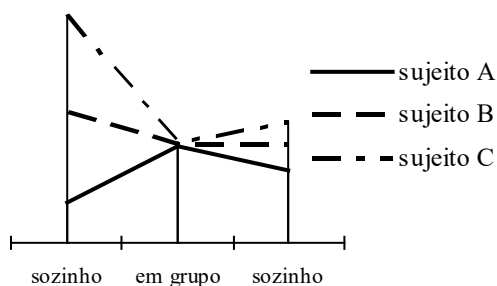


Figura 1 - Exemplo dos resultados obtidos por Sherif (1936).

Sherif concluiu que a norma coletiva internalizada não representava um efeito de submissão – já que permanecia nas situações individuais posteriores – e sim uma aceitação das informações expressas pelo outro. Também ficou demonstrado que as pessoas internalizam as normas dos grupos e que este efeito permanece no tempo.

As principais imprecisões apontadas posteriormente na teoria de Sherif dizem respeito tanto à analogia entre o padrão pessoal de estimativas e as atitudes e crenças consideradas como referências individuais, quanto ao padrão grupal considerado como análogo às normas sociais. Embora possa ser usado como quadro externo de referência, o padrão grupal tem um aspecto contingencial que o diferencia das normas sociais, no que se refere à generalização ou padronização comportamental

(Garcia-Marques, 1993). O fato de não envolverem problemas reais e consequentes, somado ao caráter monótono da tarefa (repetida de 100 a 300 vezes), poderia produzir respostas que não expressassem necessariamente uma atitude a respeito do assunto.

Mesmo não sendo considerados conclusivos em termos conceituais, essa pesquisa estabeleceu argumentos empíricos para a adoção de uma perspectiva psicossocial na explicação do comportamento humano. Por isso, ganhou grande relevância histórica e tornou-se uma referência clássica para as pesquisas posteriores.

## 7.4 ASCH E A CONFORMAÇÃO DIANTE DE UMA POSIÇÃO MAJORITÁRIA

Inicialmente, a psicologia social desenvolveu-se em direção à sociologia. A partir dos anos 1930, a orientação mais psicológica afirmou-se mais, por se ajustar melhor às regras metodológicas do positivismo lógico. Além disso, as ciências sociais receberam a influência da teoria da evolução das espécies de Darwin, compondo uma corrente que ficou conhecida como evolucionismo social.

Segundo Álvaro (1995), o *evolucionismo social* determinou uma mudança de rumo na psicologia, que deixou de interessar-se pelo estudo da estrutura da mente (elementarismo de Wundt) para prestar atenção nos processos de evolução e às suas funções. Por outro lado, a psicologia da *gestalt* destacou a importância de se estudar a percepção social a partir da ideia de que este processo se dá através de uma estrutura mental. A fusão entre as visões teóricas do gestaltismo e o rigor metodológico do positivismo resultou mais tarde no movimento conhecido como *cognitivismo social* (ver capítulo Cognição Social). Referindo-se à visão do sujeito passivo diante da influência da sociedade, Sampson (1983) diz que “o cognitivismo vem mudar essa perspectiva, oferecendo-nos uma realidade passiva sobre a qual a pessoa cognitivamente ativa escreve” (p. 734).

Nessa abordagem, os estímulos sociais (S) não influenciam as pessoas indiscriminadamente, uma vez que seus efeitos (R) dependem da interpretação de quem os recebe, considerando suas expectativas e os padrões de comparação. Desde sua origem, o cognitivismo social priorizou os níveis de análise intra e interindividual. Como explica Berkowitz (1962), um de seus representantes, “o estudo dos grupos é, em última instância, um problema da psicologia individual. São os indivíduos que decidem ir à guerra; são os indivíduos que lutam nas batalhas e são os indivíduos que decidem pela paz” (p. 167). De certo modo, essa visão resultou em um afastamento da psicologia social do estudo dos grupos sociais mais amplos, inclusive das categorias sociais. Porém, trouxe grandes contribuições à afirmação da disciplina, colocando-a em posição mais relevante entre as ciências sociais.

Uma das primeiras contribuições do cognitivismo foi desenvolvida por Heider (1944), adaptando o conceito de homeostasia, próprio da fisiologia, para o campo psicológico. Segundo essa ideia, há uma propriedade em determinados seres vivos de manterem em equilíbrio todas as suas funções e a própria constituição química dos seus tecidos, apesar das variações do meio ambiente. Com o paradigma do equilíbrio cognitivo, Heider mudou os rumos da psicologia social e influenciou novas pesquisa-

dores. Seu discípulo Festinger (1957) criticou os modelos da aprendizagem social, ajudando a solidificar a ideia de que a mente e o comportamento humanos são motivados pelo equilíbrio interno e não por uma recompensa (ou reforço). Segundo a *teoria da comparação social* de Festinger (1954), o indivíduo tem uma tendência para avaliar a si mesmo, e só se avalia por comparação com os outros na ausência de meios não sociais objetivos. A partir dessa nova perspectiva de análise, a influência social voltou a despertar o interesse dos pesquisadores, focalizando mais o sujeito-alvo.

Vivia-se ainda o período de pós Segunda Guerra Mundial e tentava-se entender por que as populações de vários países teriam apoiado ou permanecido indiferentes a regimes políticos considerados fascistas. Nesse contexto, Solomon Asch (1952/1977) mostrou-se insatisfeito com as teorias baseadas no que ele denominou de *sonambulismo social*, que supunham a submissão como um traço inerente à natureza humana. Ele destacou a capacidade humana de processar informações, considerando a influência como um processo de concessões recíprocas.

Nessa perspectiva, Asch fez uma série de investigações sobre a influência da pressão grupal. Diferentemente de Sherif, procurou criar uma situação experimental que oferecesse aos sujeitos uma evidência clara da resolução de um problema concreto. Sua intenção era demonstrar que as pessoas seriam capazes de resistir à sugestão “irracional” e à pressão social, se dispusessem de informações objetivas para se apoiar.

Foram constituídos pequenos grupos de estudantes universitários do sexo masculino, aos quais foram mostrados dois cartões com linhas verticais pretas (ver Figura 2). Um continha uma única linha (padrão), enquanto o outro possuía três linhas de tamanhos diferentes (comparação). Pedia-se aos participantes que dissessem, em voz alta, qual das linhas do cartão de comparação correspondia ao tamanho da linha padrão. Aparentemente, a tarefa era muito fácil de resolver, considerando-se a discrepância de tamanho entre as linhas de comparação e a proximidade do cartão de comparação. No entanto, havia uma informação da qual o participante não dispunha: ele era o único sujeito a ser testado na situação experimental. Os outros membros do grupo eram assistentes treinados, que davam respostas erradas em determinadas ocasiões. O participante verdadeiro era deixado entre os últimos a responder. No experimento original, foram solicitados doze julgamentos e, em sete deles, os assistentes respondiam com estimativas erradas que variavam em grau de discrepância.

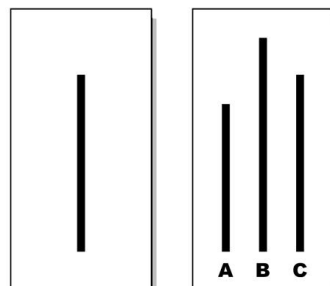


Figura 2 - Modelo dos cartões utilizados por Asch: à esquerda a linha padrão X e à direita as linhas de comparação A, B e C.



Aparentemente, a maioria dos participantes manteve as próprias estimativas, no entanto, um terço submeteu-se à pressão social. Apesar das evidências contrárias, esse subgrupo conformou-se com a posição majoritária. A análise das entrevistas realizadas *a posteriori* revelou (1) que todos os participantes verdadeiros experimentaram visível desconforto diante da situação (pelo menos 75% deu alguma resposta errada); e (2) que sua principal preocupação era fundamentar as próprias opiniões, sem questionar as do grupo. Muitos revelavam até sentir dúvidas quanto à exatidão de sua percepção ou tentavam fugir da situação de conflito cedendo à pressão do grupo.

Em conclusão: dispondo de informações objetivas, a maioria das pessoas eram capazes de resistir à sugestão irracional e à pressão social. Desse modo, a atividade cognitiva individual aparece como argumento contrário à tese do chamado sonambulismo social. No entanto, não se podia ignorar que uma “norma” contrária aos fatos provocava tensão e incerteza nos sujeitos, por ocuparem uma posição dissidente. Tal inquietação chamou mais atenção do que a própria confirmação das hipóteses. Várias pesquisas têm sido feitas, ao longo do tempo, utilizando esse modelo.

Um levantamento bibliográfico publicado em 2011, apresenta estudos mais recentes sobre a conformidade, detalhando algumas características do fenômeno. Fischer e Vaclair (2011) citam pesquisas de Bond e Smith (1996) que constataram uma diminuição dos índices de conformidade em relação aos anos e a algumas condições estudadas: um material muito ambíguo aumenta os índices; assim como os grupos de pares (estudantes da mesma universidade); notaram também que os índices são mais altos em sociedades mais coletivistas. No Brasil, cuja cultura é considerada coletivista (Rodrigues, 1983), os índices são muito mais altos do que em países de cultura individualista, tais como Estados Unidos e Inglaterra. No entanto, os revisionistas afirmam que, em média, aqui também há uma diminuição geral e progressiva desses índices. Ela é atribuída ao avanço da globalização da cultura individualista, caracterizada por maior liberdade individual e menor pressão social sobre os indivíduos.

Asch demonstrou um desequilíbrio entre a atitude do sujeito, que o predispõe a agir de acordo com a sua percepção, e o seu comportamento aquiescente diante da pressão grupal (Freedman, Carlsmith, & Sears, 1976). Inspirado em Heider e na tendência à busca de equilíbrio, Festinger (1957) concebeu a *teoria da dissonância cognitiva*, com o objetivo de explicar e prever as mudanças de atitudes (ver capítulo sobre a Cognição Social). Ela considera que a pessoa tende a reestabelecer o equilíbrio entre comportamentos, crenças e motivações, que tenha sido quebrado por alguma contradição entre estas instâncias.

No entanto, há críticos que discordam dessa perspectiva, afirmando que a teoria de Festinger situa um produto da vida social (a dissonância) como se fosse um impulso na mente dos indivíduos. De acordo com esse raciocínio, uma situação de conflito social é reduzida a um mecanismo de desequilíbrio individual (Álvaro, 2006). Álvaro argumenta que a percepção do conflito como fator estressante é reflexo de tendências sociais que tiveram lugar no crescimento da economia baseada no mercado e o consequente reforço de um *ethos* de individualismo possessivo, característico da sociedade de consumo. Assim, reforçou-se a visão do conflito como uma força destrutiva que interfere nas habilidades pessoais e na atitude diante da influência.



Em sua análise das teorias sobre a influência social, Turner (1991) avalia que as normas sociais proporcionam ordem, coerência e estabilidade, seja nas dimensões macrossociais, históricas e culturais, seja nas condutas individuais e nas relações interpessoais. Defende a ideia segundo a qual “os grupos tendem a se tornar mais extremos em relação às suas tendências [e as] informações alinhadas com as tendências dominantes do grupo são percebidas como mais persuasivas” (p. 78). Seu argumento é que esse viés conformista manteve a interpretação da dependência como traço dominante nas teorias sobre a influência social. Trata-se, portanto, de um modelo funcionalista de explicação da influência como controle social e manutenção do *status quo*, através da adaptação a normas e papéis sociais preestabelecidos. De qualquer modo, além da pressão social, há outros fatores relacionados à influência, entre eles a persuasão.

## 7.5 PERSUASÃO, MÍDIA E DEMOCRACIA

Até meados do século XX, predominou na psicologia social uma preocupação com o acúmulo de conhecimentos, que resultou no predomínio de procedimentos metodológicos que utilizavam escalas de aferição das atitudes. Desse modo, Hovland, Janis e Kelley (1953) estudaram a comunicação persuasiva e a mudança atitudinal em soldados norte-americanos diante da guerra. Eles mediram a influência de filmes oficiais sobre as atitudes das tropas. As atitudes são disposições ou tendências a responder positiva ou negativamente diante de certa classe de objetos (ideias, pessoas ou situações) (ver capítulo de Atitudes). A partir de uma visão neocomportamentalista, propunham substituir o conceito de reforço pelo de incentivo. A mudança de atitude é definida como uma modificação de hábitos verbais que resulta da aprendizagem. Visavam uma tecnologia da mudança de atitude pela comunicação persuasiva, determinando os efeitos dos três elementos que formam a persuasão – comunicador, mensagem e público – na mudança de atitude dos sujeitos. Algumas das conclusões em relação ao processo de persuasão:

1. *Comunicador*: a mudança de atitude é mais provável quando o emissor da mensagem é percebido como inteligente e confiável;
2. *Mensagem*: a mensagem mostra-se mais persuasiva quando é afirmativa do que quando deixa que a audiência tire as suas próprias conclusões. Do mesmo modo, o processo de persuasão é menos eficaz quando a mensagem provoca um alto grau de temor na audiência, enquanto que as mensagens unilaterais são mais efetivas se a audiência não tem informações sobre o tema ou se já está predisposta a concordar;
3. *Audiência*: características pessoais, como neuroses e grau de autoestima influem na persuasão, ao contrário da inteligência (Janis, 1954).

Muitas críticas surgiram contra esse modelo de aprendizagem, pois ele reforça a imagem de que a pessoa responde de forma passiva a influências unidirecionadas do meio. Segundo Festinger (1957), o papel do reforço é o contrário do que acredita Hovland: quanto menor ele for, maior será a probabilidade de produzir mudança na

atitude para diminuir a dissonância. Álvaro e Garrido (2003) acreditam que ele só considerou os conteúdos da mensagem e deixou de lado o contexto sociocultural, no qual ocorrem o processo comunicativo e as relações de poder.

Ainda surgiram outras tentativas de compreender a comunicação de massa e sua influência. Uma delas é a *teoria da influência pessoal*, de Katz e Lazarfield (1955), na qual os efeitos dos meios de comunicação não são diretos, mas mediados pelas relações sociais e pelo pertencimento a diferentes grupos. As pessoas teriam atitudes mais ativas ou mais passivas diante dos meios de comunicação. Por exemplo, os líderes de opinião teriam um papel determinante na repercussão da comunicação de massa, já que utilizariam a mídia mais frequentemente, teriam relações sociais mais variadas e se perceberiam (e seriam percebidos) como influentes.

Nos dias de hoje, a comunicação *via* mídia digital afirmou-se como estratégia de persuasão (definida no Dicionário Oxford como uma certeza fortemente estabelecida, uma convicção) usada tanto no mundo dos negócios quanto da política. O papel de líder de opinião passou a ser mais acessível e menos regulado. Os chamados influenciadores digitais têm assumido certa relevância em setores variados da sociedade, dependendo do número de “seguidores” que mantêm seu poder de propagação de conteúdo. A tecnologia persuasiva tem desenvolvido sistemas interativos de computação elaborados para influenciar atitudes e comportamentos das pessoas, a exemplo dos algoritmos que guiam a propaganda segmentada a partir do perfil do alvo (Fischer & Vauclair, 2011). A mídia tornou-se mais democrática e menos comprometida com o sistema organizacional do jornalismo tradicional. Isso faz com que, muitas vezes, represente uma ameaça à própria democracia.

O novo ecossistema mediático *online* assume as redes sociais como o seu centro, onde coabitam *media*, utilizadores comuns e novos *gatekeepers*. Num espaço em que a desintermediação é cada vez maior, notícias falsas propagam-se com a ajuda de algoritmos automatizados. É a denominada era da “pós-verdade” ou dos “factos alternativos”, em que a distorção da realidade transita do *online* para o *offline* com capacidade de influenciar eleições. (Figueira & Santos, 2019, p. 63).

A manipulação da informação na retórica não é novidade na política. No entanto, hoje ela é potencializada pelos recursos tecnológicos e pode adquirir dimensões imprevisíveis. Segundo Figueira e Santos, “a retórica política continua a manter-se nesse equilíbrio instável onde a imprecisão da linguagem está ao serviço da persuasão e da construção de pós-verdades” (2019, p. 8). Os autores referem-se à desinformação deliberada com a intensão de manipular a opinião pública e influenciar os posicionamentos políticos. Episódios, como campanhas presidenciais americanas em 2016 e brasileiras em 2018, assim como a consulta pública do Brexit no Reino Unido, trouxeram a questão das *fake news* para o centro do debate político.

Castells (2003, 2012) reconhece que as redes sociais digitais potencializam novas formas de movimentos sociais, mas as diferencia das comunidades *offline*. Estas últimas caracterizam-se por laços fortes de interação social, identificação e interesses comuns. Já na rede digital, sem localização geográfica e com laços mais fracos, os grupos recebem a interferência de indivíduos mais dispersos e menos comprometidos com os objetivos comuns.

Em outras palavras, a democratização midiática proporcionou o reconhecimento da capacidade de todos defenderem seus posicionamentos, influenciando o debate público e as ações políticas. Como consequência colateral, deu voz a autores/atores pouco ou nada comprometidos com códigos de conduta que regulem a responsabilidade pela propagação de informações. Muitos influenciadores adotam preferências, interesses e emoções pessoais como critérios de avaliação de conteúdo, tendo como motivação as interações geradas na rede. Tais preferências e emoções servem como elementos mobilizadores, ligados a sentimentos de pertença grupal (Castells, 2003; Gouveia, Ribeiro, & Souza, 2016), de ações coletivas com potencial capacidade de influência social e política (ver capítulo de Emoções). O que tem causado preocupação com as ações desses produtores e disseminadores não profissionais de notícias é a falta de comprometimento ético.

Paul (2017) analisou algumas publicações realizadas por não jornalistas, no que diz respeito à orientação moral. Ele identificou basicamente dois tipos de princípios éticos subjacentes: um de orientação teleológica, que considera principalmente a intencionalidade e a justificação de finalidades; e outro, de orientação deontológica, baseado no dever, no cumprimento de regras e obrigações. Quando muito, tais conteúdos mostram-se mais guiados por princípios éticos prescritivos, fundamentados na obediência burocrática a determinadas regras morais, do que por princípios de responsabilidade social mais dialógicos (Spink, 2000). A influência desses agentes sociais surge como campo promissor de investigações para os psicólogos sociais.

De acordo com Camino (2005), as pesquisas exaustivas sobre atitudes e mudanças de atitude representam um esforço dos psicólogos sociais para aproximar a psicologia social das expectativas da sociedade, através da busca de relevância social para os estudos desta disciplina. No período pós-guerra, assim como hoje, havia a expectativa de prever as consequências dos regimes autoritários nas atitudes dos cidadãos, considerando o respeito à dignidade humana. Vejamos a seguir o paradigma clássico na psicologia social sobre a obediência à autoridade, o qual provocou polêmica no que diz respeito à orientação ética inerente a seus procedimentos metodológicos.

## 7.6 OBEDIÊNCIA À AUTORIDADE: EXPERIMENTOS DE MILGRAM

O pesquisador da Universidade de Yale Stanley Milgram apresentou uma série de pesquisas sobre a obediência e provocou grande debate a respeito da interpretação de resultados obtidos e da ética dos procedimentos adotados. Seu objetivo era analisar as condições que podem levar uma pessoa a obedecer a ordens que colocariam em risco a integridade física de quem não representava nenhuma ameaça. Vamos descrever um pouco mais detalhadamente a situação experimental, para dar oportunidade ao leitor de analisar melhor os resultados obtidos e as conclusões a que ele chegou.

Um dos estudos mais importantes de Milgram, realizado em 1963, contou com a participação de (Milgram, 1963) 40 pessoas com idades entre 20 e 50 anos, de classes sociais e profissões variadas, recrutadas através de anúncios em jornais, de New Haven, e cuja participação foi remunerada com quatro dólares americanos. Cada pessoa

(sujeito) era recebida no laboratório da universidade juntamente com outra (que, na verdade, era um assistente do pesquisador). Ela era informada que se tratava de uma pesquisa científica sobre os efeitos da punição na aprendizagem, para a qual era necessário que assumissem os papéis de instrutor (assistente) e aprendiz (sujeito). A simulação de um sorteio atribuía ao participante o papel de instrutor e o de aprendiz ao assistente do pesquisador. O assistente era levado a uma sala contígua e atado, diante do sujeito participante, a uma cadeira “eletrificada”, justificada pela necessidade de evitar movimentos bruscos durante os choques vindos de um eletrodo preso aos pulsos (ver Figura 3). Respondendo a uma pergunta do assistente, o pesquisador dizia que os choques podiam ser extremamente dolorosos, mas não causariam danos aos tecidos epidérmicos. Então, o assistente (“aprendiz”) citava uma possível condição cardíaca frágil, ao que o experimentador respondia que era seguro, e aplicava um choque de 45 volts no “instrutor” para que este ficasse convencido da veracidade da situação.

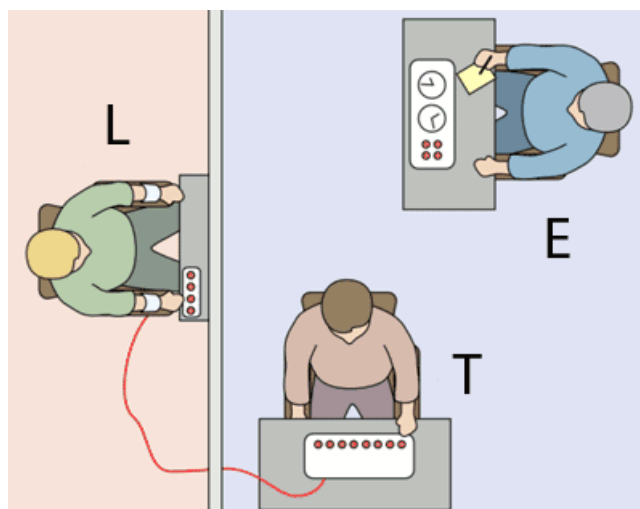


Figura 3 - *layout* de sala utilizada por Milgram em seu experimento.

A tarefa de aprendizagem consistia na memorização, pelo aprendiz, de pares de palavras lidas em voz alta pelo instrutor, que depois repetia uma palavra de cada par e dava quatro alternativas de respostas. Usava um painel luminoso do gerador de choques, o qual também indicava a intensidade dos choques em volts e nomeava sua intensidade em etiquetas (por exemplo, “45v – choque ligeiro”, “300v – perigo, choque severo”, ou simplesmente “450v – XXX”). O sujeito era instruído a administrar um choque sempre que o assistente cometesse um erro, aumentando a intensidade a cada erro e anunciando em voz alta a voltagem do choque. Na verdade, o gerador só provocava choques de 45 volts. O assistente cometia um terço de erros, a não reagia até os 300 volts e, depois disso, uma gravação de áudio dava a impressão de que ele batia na parede com a mão livre e, em seguida, não respondia mais. Se cogitasse parar, o sujeito era incitado, pelo experimentador responsável, a continuar mediante uma série de quatro estímulos verbais, em nome do sucesso da experiência. No entanto, o estudo

não pretendia verificar o efeito da punição na aprendizagem. Seu objetivo verdadeiro era estabelecer índices de obediência à autoridade medindo a intensidade dos choques que o sujeito (“instrutor”) administraria no assistente (“aprendiz”).

Os resultados surpreenderam os próprios pesquisadores. A estimativa de psiquiatras consultados era que a maioria dos sujeitos não ultrapassaria os 150 volts e que apenas portadores de psicopatia – estimados em 0,2% da população dos Estados Unidos na época – chegariam aos 450 volts. No entanto, constatou-se que 88% dos participantes ultrapassaram os 300 volts e 65% foram até os 450 volts. O autor (Milgram, 1963) concluiu que “uma proporção substancial de pessoas faz o que lhe mandam, qualquer que seja o conteúdo do ato e sem entraves de consciência [sic], desde que considerem o comando como emitido por uma autoridade legítima” (p. 75). A análise das entrevistas pós-experimentais e das filmagens mostra que os sujeitos acreditaram na veracidade da situação e que a viveram sob extrema tensão, embora o autor tenha concluído pela ausência de “entraves de consciência”. Apesar de que, os procedimentos metodológicos e éticos seguissem os padrões exigidos na ocasião.

Ainda foram realizadas algumas variações do estudo, nas quais se modificavam a proximidade do sujeito para com a suposta “vítima” (assistente), a proximidade do experimentador para com o sujeito, o prestígio do experimentador, a localização fora da universidade, entre outras variações. Em quase todas elas, foram obtidos resultados aproximados. Uma das situações em que se destacou uma maior diferença nos resultados foi quando se colocava um aliado dividindo a função de “instrutor”, o qual, em alguns casos, aplicava choques até o máximo da voltagem e, em outros, se recusava a continuar no meio do experimento. Observou-se que a influência desse aliado era mais eficaz na promoção da desobediência do que da obediência (Milgram, 1974).

Esses resultados podem ser encarados como a constatação de uma tendência generalizada das pessoas à obediência cega? Antes de concordar, é preciso refletir sobre alguns aspectos dos procedimentos adotados. Em primeiro lugar, o recrutamento dos participantes através de anúncios de jornal pode ter atraído participantes com tendência a serem mais sugestionáveis ao meio acadêmico e ao ambiente do laboratório. Embora a experiência tenha sido repetida em outros ambientes fora do campus universitário, a ciência enquanto instituição continuava, de algum modo, fazendo parte da situação. Por não serem estudantes universitários afeitos a situações como essa, como é mais comum, pode ter ocorrido um sentimento de estranheza nos voluntários diante da situação. Seguiram-se à publicação muitas reflexões sobre os rumos tomados pelas teorias sobre influência social.

As teorias baseadas no paradigma da dependência da informação consideram o poder de quem a detém como a base da influência. Esse ponto de vista reduz a influência a um processo unilateral de submissão à pressão social. No entanto, Moscovici (1976) sustenta que o poder e a influência são processos diferentes e que as pessoas só se submetem à influência quando se consideram impotentes. Desse ponto de vista, o poder pode provocar uma concordância superficial ou resistência, já a influência pode provocar uma mudança de percepção mais profunda e permanente. As teorias baseadas no conformismo representam uma visão fundamentada na dicotomia entre

o indivíduo e a sociedade, entre a realidade física e a social. É preciso fazer uma diferenciação entre a percepção, propriamente dita, e a atribuição de significados que ela promove. A percepção estaria relacionada ao processamento de informação, e a atribuição de significados a um contexto interacional e comunicativo. Qual a importância do objeto da influência na vida das pessoas a quem se pretende influenciar?

Há normas sociais que preconizam a concordância com pessoas consideradas como *experts*, embora elas também possam errar. Como analisa Turner (1991), “a certeza individual não é associal. A incerteza é um produto de relações sociais conflituosas, e o que conta como informação é definido pelas normas e valores sociais [...]”. A necessidade de informações é um produto da influência” (p. 85). Isso significa que a eficácia da persuasão depende da relação entre comunicadores e público-alvo em uma determinada situação.

Moscovici e Turner referiam-se a Deutsch e Gerard (1955), que categorizaram a influência a partir de dois tipos distintos de motivação: o normativo e o informativo. A influência *normativa* refere-se a situações em que há, nos indivíduos, a necessidade de aceitação pelo grupo e o medo de frustrar suas expectativas. É o que parece acontecer na situação apresentada por Asch, na qual o participante é pressionado pelas respostas de uma maioria (composta por colegas da mesma universidade) que o leva a reavaliar suas próprias percepções. Apesar de ser menos estudada, sabe-se que a influência normativa depende da expectativa de interação em relação ao grupo e do grau de controle que este exerce em seus membros. Na motivação *informativa*, a influência acontece quando as pessoas necessitam das qualidades ou conhecimentos dos quais o grupo dispõe. Esse é o tipo estudado por Sherif, no qual o sujeito aceita a posição do grupo para obter informações. Nesses casos, o grau de incerteza do sujeito é decisivo.

Moscovici sugeriu um terceiro tipo de motivação: a *inovação*. Ele evidenciou a possibilidade de uma minoria, dotada de habilidades persuasivas, provocar uma reavaliação das crenças e normas grupais. Isso representa uma visão do poder da influência e da persuasão que leva em consideração os movimentos de mudança da ordem social surgidos a partir da segunda metade do século XX.

## 7.7 O PODER INOVADOR DAS MINORIAS ATIVAS

Moscovici, Lage e Nafrechoux, (1969) analisaram a influência social levando em conta a nova conjuntura política, social e cultural que estava se compondo na época, a exemplo da Contracultura. Para isso, reinterpretaram os resultados dos paradigmas clássicos a partir de novos pontos de vista. Nos estudos de Sherif, por exemplo, verificaram que a ausência de um quadro de referência leva os indivíduos a fazerem concessões mútuas até chegarem a uma posição consensual sobre determinada questão. Já nos estudos de Asch, constataram que a ambiguidade da situação não é uma condição imprescindível para o conformismo. Aqui é importante ressaltar que esses autores não falaram dos trabalhos de Milgram sobre a obediência à autoridade, pois o consideraram como uma variação dos trabalhos de Asch sobre o conformismo. Essa



análise resultou na renovação de dois conceitos básicos. (1) A influência passou a ser observada além do comportamento manifesto, considerando a assimilação da mudança de percepção. (2) Já os conceitos de minoria e maioria adquiriram uma dimensão qualitativa. Ou seja, incorporaram o aspecto hegemônico dos padrões sociais.

Os pesquisadores constataram, nos resultados de Asch, o baixo índice de aceitação privada da posição majoritária na situação experimental. Muitos afirmaram, em entrevista posterior ao experimento, que sabiam que as respostas da maioria estavam erradas, mas a seguiam para evitar conflitos. Eles interpretaram que, embora os participantes se percebessem em uma posição minoritária quanto às próprias percepções, intimamente podiam intuir que faziam parte de uma maioria, que concordaria com os seus posicionamentos diante do problema apresentado. Portanto, as pessoas não respondiam à situação apenas a partir de suas percepções imediatas. Aplicavam convenções compartilhadas culturalmente, por não se sentirem isoladas psicologicamente. Como argumento a favor da ideia de motivação para a inovação, destacaram mais a negociação coletiva para definir uma realidade coerente e estável do que a troca de informações, ou a busca de prestígio no grupo. Mais do que uma tentativa de redução da incerteza cognitiva, o conflito social assumiu o lugar de principal motivação do processo de influência social.

Moscovici avalia que a psicologia social sempre se interessou mais pela influência dos grupos sobre os indivíduos, do que pela possibilidade de mudança das normas grupais. Isso, segundo ele, pressupõe uma *distorção da conformidade*, uma busca de adaptação motivada pela aversão ao conflito. Assim, propõe a ideia de *inovação*, na qual o conflito tem a função de provocar as mudanças necessárias à evolução do grupo. Argumenta que o conformismo pode ser antiadaptativo, já que as necessidades dos grupos mudam de acordo com as situações e as épocas. Em suas palavras (Moscovici, 2003): “o que faltou, aparentemente, a esses modelos foi tensão, um intercâmbio entre o emissor e o receptor do conhecimento. A difusão é aqui reduzida a uma série infundável de escolhas individuais e aceitação de conhecimento” (p. 362).

A partir daí os pesquisadores formularam sua principal hipótese: para convencer um grupo e mudar suas normas, uma minoria deve expressar opiniões consistentes e coerentes com suas atitudes (Moscovici, Lage, & Nafrechoux, 1969). Consideraram que o estilo da argumentação pode levar uma minoria a conseguir influenciar padrões hegemônicos. O estilo consistente de argumentação deveria apresentar algumas características especiais:

1. Romper a norma estabelecida e produzir dúvida e incerteza na maioria;
2. Tornar-se visível, chamando a atenção para si mesma;
3. Mostrar que há um ponto de vista alternativo e coerente além do convencional;
4. Demonstrar certeza, confiança e comprometimento em seu ponto de vista;
5. Deixar claro seu compromisso com o grupo;
6. Inferir que a solução para restaurar a estabilidade social e a coerência cognitiva é a mudança de ponto de vista.



Note-se que a posição de dissidência vai além do conflito em busca da negociação. Essas características compõem uma retórica persuasiva, que tenta estabelecer uma norma alternativa, percebida como diferente, plausível, espontânea e coerente com a realidade objetiva, evitando a rigidez.

Além da influência minoritária, os pesquisadores testaram um modelo de explicação do tipo de influência: a influência normativa, que ocorre de forma pública e direta, como na situação criada por Asch; e a influência informativa, que ocorre de maneira privada e indireta, como no caso dos estudos de Sherif. Acreditavam que, no primeiro caso, havia uma aquiescência aparente diante da norma, enquanto que, no segundo caso, havia uma concordância plena diante da norma.

Então, foi criada uma situação experimental apresentada como uma pesquisa sobre a percepção de cores. Seis participantes (entre os quais estavam dois comparsas) foram submetidos a um teste de acuidade visual que tinha dupla função: eliminar participantes com problemas de visão e demonstrar que todos eram capazes de distinguir cores. O teste Farnsworth Munsell 100 sobre a percepção de cores – círculos que variam ligeiramente em coloração entre azul e verde – foi aplicado individualmente, pedindo-se que nomeassem a cor de cada círculo. Depois, foram projetados 32 slides azuis esverdeados, e pediu-se a indicação de sua cor. Os julgamentos eram anunciados publicamente e dois assistentes do pesquisador infiltrados no grupo, como se fossem sujeitos verdadeiros, repetiam a mesma resposta em relação à cor azul, dizendo que era verde. Foram mensuradas as respostas “verde” dadas pelos participantes verdadeiros. Como podemos notar, houve uma inversão da situação experimental de Asch. Enquanto lá a tentativa de influenciar um sujeito único partia de 6 a 8 assistentes que se passavam por sujeitos, aqui partia de dois falsos sujeitos diante de 6 sujeitos verdadeiros.

Ao final da projeção era aplicado novamente o teste de percepção de cores, para verificar até que ponto as respostas da minoria tinham modificado o limiar entre o azul e o verde nos participantes verdadeiros. Essa diferenciação foi tomada como evidência de que a influência tinha atingido o nível perceptivo, ou seja, de que os participantes estavam realmente convencidos. Portanto, ficava evidente uma mudança perceptiva, e não apenas posicional.

A análise dos resultados demonstrou que houve uma média de 8% de respostas “verde” pelos participantes verdadeiros; 44% deles mudaram suas respostas de azul para verde em, pelo menos, quatro das 36 respostas; 32% mantiveram “azul” como resposta, criando duas categorias: os que foram influenciados e os que não o foram. No grupo experimental, no qual não havia a intervenção dos assistentes se passando por sujeitos, todos os discos foram julgados de forma ambígua, com divergência de respostas em algum grau, o que indica a alteração do critério de julgamento. Em seguida, de forma privada, foi verificada a mudança perceptiva da cor do slide (de azul para verde), ou seja, a influência indireta, privada e latente (de acordo com definição que se segue na sessão 6.1).

Moscovici & Faucheux (1972) concluíram que uma minoria de indivíduos pode ter um impacto (moderado) nas respostas públicas de uma maioria, em relação a um objeto de julgamento, desde que se possa defini-lo claramente. Também foi considerado que essa influência pode ir além de uma simples aceitação pública (aquiescência), alcançando o nível perceptivo do sujeito-alvo no que diz respeito ao conhecimento em questão.

A partir desses resultados, vemos que a minoria consistente exerce influência à medida que os sujeitos ingênuos lhe atribuem uma maior segurança. Se os membros da minoria são consistentes, não são rechaçados enquanto líderes, mas tampouco são rejeitados para esta tarefa (Moscovici, 2011, p. 214).

Segundo os pesquisadores, isso indica que a resposta pública expressou parcialmente o fenômeno da influência minoritária. Eles interpretaram que é preciso que se resolva internamente o conflito originado pelas minorias consistentes. Essa necessidade é atendida pela mudança das respostas privadas; a quantidade delas é inversamente proporcional à das respostas públicas. No caso, a influência indireta é independente da influência direta. Já as minorias inconsistentes não exercem nenhuma influência (Moscovici et al., 1969).

Portanto, a influência social pode ser exercida por uma minoria que expresse uma maneira consistente de comportamento, mesmo que essa influência consista apenas em provocar um processo de questionamento ou conflito interno. Também indica que a dependência é relativa ao grau de resistência ou passividade da minoria na situação, a despeito de a influência majoritária ser mais forte. Em outras palavras, antes se acreditava que os membros minoritários precisavam conformar-se primeiro (para serem aceitos pelo grupo), tentar provar sua capacidade de liderança (poder), e, só então, conseguiriam influenciar as normas vigentes. A interpretação desses resultados indica que as relações de poder podem ser alteradas a partir de sua contestação.

No entanto, essas conclusões foram alvo de críticas. Papastamou e seus colaboradores (Papastamou, Gardikiotis, & Prodromitis, 2017) argumentam que a pesquisa não adotou níveis de análises que dessem conta das relações de poder, quais sejam os níveis posicionais e sociais. As perspectivas metodológicas intra e interpessoal, adotadas nas teorias anteriores não foram superadas como pretendiam os autores inicialmente. Isso pode ser atribuído ao fato de essas pesquisas terem sido realizadas e publicadas durante o período em que Moscovici trabalhou nos Estados Unidos, onde tais parâmetros são mais reconhecidos. Porém, o pesquisador provocou o interesse de vários psicólogos sociais sobre o tema da influência social, principalmente sobre a influência indireta e privada.

Em conclusão, Moscovici e seus colegas sugeriram que as minorias podem estimular a atividade cognitiva e a criatividade dentro do grupo, exercendo uma influência implícita, o que seria o bastante para provocar uma reflexão da maioria a respeito da questão em pauta. Isso significa que é preciso entender melhor como os fatores individuais variam de acordo com o contexto e os tipos de influência que estão em jogo na situação de conflito social. Essa influência implícita tem características subjetivas e merecem uma análise específica para se entender como acontece.

### 7.7.1 A INFLUÊNCIA SOCIAL INDIRETA E OS EFEITOS SOCIOCOGNITIVOS

Como vimos, apesar de não assumirem uma posição dominante, os movimentos minoritários podem chamar a atenção da população sobre as questões que apresentam. Mas, tal reflexão é suficiente para promover efetivamente a inovação de crenças, normas e valores sociais? Alguns estudiosos do tema mostram que esse processo não é tão simples quanto possa parecer.

Mugny (1981) lembra que o processo de persuasão para a inovação envolve três entidades sociais: (1) o *poder majoritário*, considerado em seu sentido amplo, em uma relação de dominação e simbolizado pelas normas consideradas hegemônicas de uma situação dada; (2) a *população*, que compõe o alvo das influências dos poderes majoritários e minoritários; e (3) as *minorias*, definidas pela contranorma que propõem, e por sua capacidade de argumentação. Vemos na tese de Moscovici e Faucheux (1972), que um estilo de argumentação percebido como consistente pode ser decisivo para que a minoria provoque mudança. Porém, o modo como a inovação é percebida e negociada depende do apoio social obtido e da importância para a população da questão que está em jogo.

Como foi evidenciado por Moscovici (2011), as influências da minoria e da maioria têm implicações diferentes nos níveis privado e público. Isso foi analisado por Ibáñez a partir de uma perspectiva psicológica. O poder minoritário encontra resistência na população-alvo e produz uma sensação de ambivalência dos valores e crenças, o que resulta em uma reavaliação de posicionamentos. O conformismo é menos complexo, já que implica em não resistência. Ibáñez (1991) argumenta que “apenas os mecanismos de resistência mobilizados podem atenuar ou bloquear o efeito de mudança” (p. 280). No caso de o poder minoritário conseguir superar os esforços de resistência, as mudanças serão assimiladas de forma mais profunda e permanente. A resistência manifesta-se de diferentes formas e com variadas justificativas. Entre elas, o apoio social, as pertencas e identificações grupais, a denegação e a psicologização (Moscovici, Mugny, & Pérez, 1991). Vejamos como se manifestam as estratégias da psicologização e da identificação. No entanto, antes é importante esclarecer que o “poder” se refere à instância pública; enquanto que a influência, e o conformismo que pode ser dela decorrente, é privada, pois diz respeito à percepção, que, por sua vez, pode provocar reflexões que influenciem o posicionamento majoritário.

Segundo Papastamou (1991), a estratégia da *psicologização* serve para justificar o conteúdo conflitante, a partir da atribuição de certas características psicológicas à fonte de influência. Mascara-se o caráter alternativo do conteúdo inovador do discurso, questionando sua coerência e estabilidade; exacerba-se uma percepção da consistência como rigidez e intransigência, e da flexibilidade como incoerência. Assim, o processo de psicologização da fonte de inovação interfere tanto nas formas diretas e imediatas de influência, quanto nas indiretas e delongadas.

Na estratégia de identificação, estabelece-se uma relação intrínseca entre o conteúdo do discurso e a identidade de sua fonte para evitar as mudanças. Querendo preservar as normas e crenças que compõem a própria identidade social, o sujeito passa a questionar defensivamente a da fonte. Com isso, tenta reduzir a importância da

mensagem ao âmbito da minoria, neutralizando sua capacidade inovadora já no momento de interpretação. Deixa de refletir sobre seu conteúdo e estabelece um processo de diferenciação grupal para evitar a influência. Isso significa dizer que as atitudes de resistência diante da proposta de inovação representam uma estratégia de defesa da própria identidade social, à medida que tentam preservar os valores e normas que implicam no sentimento de pertença grupal. A resistência à mudança se traduz em uma resistência à identificação com a minoria.

As minorias não exercem na maioria a pressão normativa da comparação por não serem consideradas como semelhantes. Sua ação persuasiva vem da pressão de diferenças na informação. Isso gera nos alvos uma necessidade de validação informacional para reduzir o conflito. O fato de sentir-se incluído ou não no processo de comparação social inerente à situação de influência é decisivo para a validação da influência minoritária (Pérez & Mugny, 1991). A convergência do posicionamento do sujeito com o da minoria compromete sua identidade social, pois provoca um contraste que o leva a perceber melhor sua singularidade e, ao mesmo tempo, a dissociar-se cognitivamente da categoria social majoritária. Isso leva a uma maior probabilidade de a minoria ser bem-sucedida no processo de persuasão.

O simples fato de as minorias ativas provocarem uma reação de resistência na maioria faz com que o debate sobre a questão seja considerado mais cedo ou mais tarde na população. Mas, Ibáñez (1991) lembra que o processo de inovação depende de sua adoção e difusão por parte da maioria. Esta representa centros reguladores do poder, que não adotarão posições que coloquem em perigo sua hegemonia.<sup>1</sup> Portanto, o conteúdo inovador das mensagens da minoria não é engendrado apenas por ela mesma, mas no seio do sistema social, no qual desempenha o papel de catalisador e difusor das necessidades de mudança dele próprio. A minoria ocupa uma posição periférica que a deixa menos comprometida com as normas hegemônicas.

Álvaro e Garrido (2003) concordam com essa visão sistêmica dos processos de influência e relativizam o conceito de minoria. Argumentam que nem sempre as minorias estão comprometidas com a inovação social. De fato, não se pode esquecer as minorias ultraconservadoras, cada vez mais presentes no cenário geopolítico atual. Diante do debate público pela hegemonia de uma ordem social mais igualitarista, elas tentam atribuir um sentido de inovação a estratégias de resistência à mudança da ordem social.

Em seu conjunto, tais críticas não comprometem substancialmente o paradigma das minorias ativas, nem suas conclusões mais importantes. Pode-se sustentar que as majorias nem sempre são mais influentes que as minorias, e que é mais fácil manter o *status quo* do que inová-lo, resistindo de maneira consistente à pressão social. Isso dá uma característica pontual e momentânea ao poder minoritário. Mesmo não mudando a situação grupal prontamente, pode provocar a reavaliação dos valores e

---

1 Esse pensamento pode ser ilustrado por um *slogan* do Movimento Negro que diz: “Não basta não ser racista. É preciso ser antirracista”. Tal discurso é dirigido às pessoas brancas para cobrar delas ações efetivas contra o racismo. Isso representa um reconhecimento da necessidade de engajamento para além da comunidade de pessoas negras.

influenciar indiretamente as normas do grupo, mesmo que não seja no sentido que vislumbra.

O paradigma das minorias ativas leva à reavaliação da importância do poder, em seus vários níveis, na compreensão dos processos sociocognitivos. Isso indica que a questão da influência está relacionada com a linguagem e seu papel persuasivo na interação. Mais do que trocar informações objetivas, a linguagem pode ser usada para argumentar, mesmo que implicitamente, a respeito dos posicionamentos de cada um de nós diante do mundo.

## SUMÁRIO E CONCLUSÕES

Independentemente das críticas mútuas, os paradigmas da psicologia social têm vários pontos em comum. A evolução desse conhecimento torna possível superar uma concepção dicotômica na análise da influência social, superando a ênfase exacerbada no sujeito-alvo da persuasão. A visão da influência unilateral ora coloca os indivíduos em uma posição passiva diante da pressão social, ora retrata a sociedade como mero aglomerado de indivíduos. Sua superação permite à psicologia social um aumento da capacidade de compreensão da dinâmica social mais apropriada para os dias de hoje. Muitos fenômenos sociais contemporâneos extrapolam os limites de tempo e espaço e demandam abordagens teóricas e metodológicas mais dinâmicas. Como exemplo, pode-se citar a análise do poder de influência da mídia eletrônica, na qual os recursos de interatividade devem ser analisados no contexto da globalização cultural. A facilidade de contato com outras sociedades tem colocado os indivíduos diante de modos de vida tão díspares que dificultam a construção de categorias permanentes, tal como a diferenciação entre sociedades individualistas e coletivistas.

Como afirma Milgram (1963), referindo-se à busca de explicações universais para o comportamento social no século XX, “a psicologia social de nosso século revela-nos uma lição fundamental: muitas vezes não é tanto o tipo de pessoa que um homem é realmente, mas o tipo de situação em que se encontra, o que determina como vai agir” (p. 194). Considerando-se os aspectos epistemológicos, metateóricos, teóricos e metodológicos, a análise da trajetória do conhecimento sobre a influência social possibilita uma articulação da análise de processos que abrangem desde o nível intraindividual até o transcultural. Isso possibilita uma atualização da compreensão desse fenômeno a partir do fluxo de uma nova ordem social.

## GLOSSÁRIO

**Conformação social:** desequilíbrio entre a atitude do sujeito, que o predispõe a agir de acordo com a sua percepção, e o seu comportamento aquiescente diante da pressão grupal.

**Fake News (notícias falsas):** desinformação deliberada com a intensão de manipular a opinião pública e influenciar, principalmente, os posicionamentos políticos.

**Influência social informativa:** acontece quando as pessoas necessitam das qualidades ou conhecimentos dos quais o grupo dispõe.

**Influência social normativa:** refere-se a situações em que há, nos indivíduos, a necessidade de aceitação pelo grupo e o medo de frustrar suas expectativas e provocar sanções.

**Influência social:** o modo como o senso comum é formado a partir da convivência social, considerando a dependência mútua entre as pessoas para compreender e expandir o sentido da realidade e o que é considerado certo ou errado. Diz respeito à maneira como as normas sociais e o senso comum são institucionalizados.

**Inovação social:** refere-se à possibilidade de uma minoria, dotada de habilidades persuasivas, provocar na maioria uma reavaliação das crenças e normas grupais.

**Minorias ativas:** grupos que podem estimular a atividade cognitiva e a criatividade em um julgamento social, exercendo uma influência implícita, o que seria o bastante para provocar uma reflexão da maioria a respeito da questão em pauta.

**Mudança de atitude:** definida como uma modificação de hábitos verbais e posicionamentos que resulta da aprendizagem e da persuasão.

**Quadro de referência:** um contexto comparativo de estruturas referenciais compartilhadas, desenvolvidas e internalizadas, visando introduzir ordem, estabilidade e coerência nas relações sociais.

**Sonambulismo social:** abordagem que supõe a submissão como um traço inerente à natureza humana.

**Unidade mental das massas:** efeitos da imitação e da identificação sobre o comportamento individual, entendidos como produtos das relações recíprocas entre as consciências individuais.

## MATERIAL SUPLEMENTAR

Está disponível no Canal TED do YouTube a conferência da jornalista britânica Carole Cadwalladr intitulada *Facebook's role in Brexit - and the threat to democracy*, na qual ela discute, após uma longa investigação, os crimes cometidos, por pessoas e empresas, contra as regras democráticas durante a campanha do Brexit e a impotência das organizações governamentais para responsabilizá-las. Ela explica, de forma muito clara, como funciona a chamada indústria das fake News (<https://www.youtube.com/watch?v=OQSMr-3GGvQ&t=31s>, acesso em 12 dez. 2020).

Como ilustração do caráter dramático do estudo, sugerimos o filme biográfico sobre Stanley Milgram (*Experimenter*), dirigido por Michael Almereyda, e cujo título em português é *O Experimento de Milgram*, lançado em 2015.

O filme publicitário de uma campanha governamental espanhola sobre a dependência de drogas ilustra muito bem os estudos de Solomon Asch sobre o fenômeno do conformismo social: [Influencia Social - Bing video](#) (acesso em 01 ago. 2022).